

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan lembaga yang dianggap memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, seperti: memberikan kesempatan kerja, membayar pajak kepada negara, menyediakan barang konsumsi, memberi sumbangan, dan lain-lain. Namun disisi lain keberadaan perusahaan juga menimbulkan banyak masalah sosial dan lingkungan, antara lain: polusi udara, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, dan lain-lain (Hadi, 2011). *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul sebagai tanggung jawab perusahaan atas kegiatan produksi yang dilakukan. Meskipun demikian dalam faktanya CSR tidak langsung diterima oleh kalangan perusahaan. Kelompok yang menentang CSR beranggapan bahwa bisnis sebaiknya berfokus untuk menghasilkan profit dan meninggalkan permasalahan sosial dari kelompok lain yang ada di masyarakat (Frederick & Davis, 1988). Menurut Milton Friedman, bisnis dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkatkan profit (Ellaine, 2009).

Indonesia menanggapi isu CSR dengan mengeluarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada BAB V Pasal 74 menyatakan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan". Dengan demikian baik BUMN

atau perusahaan swasta diharuskan melaksanakan kegiatan CSR. Undang-undang tersebut dikuatkan lagi dengan Surat Keputusan Menteri BUMN Nomor KEP.04/MBU/2007 yang menyatakan *stakeholder* yang menjadi sasaran adalah *stakeholder* eksternal, yaitu *community* dan lingkungan.

Melihat kaitan antara perusahaan, lingkungan, dan masyarakat maka John Elkington membuat konsep "*The Three Bottom Line*". *The Three Bottom Line* atau lebih dikenal dengan 3P adalah *Profit*, *People*, dan *Planet* (Prastowo & Huda, 2011). Konsep tersebut mengemukakan kegiatan perusahaan tidak hanya mengutamakan keuntungan (ekonomi) tetapi juga berkontribusi terhadap masyarakat dan aktif dalam pelestarian lingkungan (Hadi, 2011).

Menurut penelitian "*The Millenium Poll on Corporate Social Responsibility*" (1999) yang dilakukan Environics International (Toronto) mendapatkan hasil 49% dari responden menganggap praktik CSR akan membentuk *image* dan citra positif perusahaan. 51% dalam penerapan CSR, praktik karyawan, etika bisnis, tanggung jawab kepada masyarakat luas, dan dampak lingkungan yang berperan dalam membentuk reputasi perusahaan.

PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero telah melakukan kegiatan CSR. Program yang dilakukan antara lain: Perlindungan Terhadap Pelanggan, Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (www.pln.co.id). Tujuan program perlindungan pelanggan antara lain: Peningkatan mutu produk berupa keandalan pasokan listrik, tegangan dan frekuensi listrik sesuai dengan standar yang ditetapkan

termasuk kecukupan pasokan listrik; Peningkatan akurasi pencatatan meter pemakaian listrik KWH, KVARH; Peningkatan mutu layanan dimana seluruh jajaran karyawan PT PLN (Persero) memperlakukan pelanggan sebagai mitra bisnis. Tujuan Pelaksanaan Program Bina Lingkungan (PBL)/ Program Partisipasi Pemberdayaan Lingkungan (P3L) antara lain: Untuk meningkatkan citra PT PLN (Persero) dan untuk mendapatkan dukungan keberadaan PLN, Untuk meningkatkan kesejahteraan serta melakukan penyuluhan agar masyarakat sekitar instalasi PLN ikut mengamankan dan merasa memiliki instalasi tersebut. Tujuan Program Kemitraan adalah penyediaan tenaga listrik di area sekitar kegiatan Perusahaan serta mempunyai obyek Mitra Binaan yaitu Usaha Mikro Kecil dan Koperasi (UKM). (www.pln.co.id)

Salah satu Program Bina Lingkungan yang dilakukan PT PLN (Persero) Area Pelayanan dan Jaringan Surakarta adalah membuat gorong-gorong saluran air dan perbaikan kamar mandi umum di kelurahan Joyontakan, Surakarta. Kegiatan tersebut tentunya bertujuan menjalin hubungan yang harmonis kepada masyarakat untuk menunjang keberhasilan kegiatan PT PLN (Persero) dan menyediakan tenaga listrik bagi masyarakat. Dari hal tersebut penulis melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH PENERAPAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PLN (PERSERO) APJ SURAKARTA TERHADAP IMAGE PERUSAHAAN"

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah ”bagaimana pengaruh penerapan program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan PT PLN (Persero) terhadap *image* perusahaan”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari yang ingin didapatkan dari penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui penerapan program CSR yang dilakukan PT. PLN (Persero).
2. Mengetahui pengaruh program CSR PT. PLN (Persero) terhadap *image* perusahaan.
3. Memberikan usulan kegiatan CSR.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini dilakukan di PT PLN (Persero) APJ Surakarta dan masyarakat Kelurahan Joyontakan Solo yang menjadi target program CSR PT PLN (Persero).
2. Waktu pelaksanaan penelitian ini adalah bulan September 2011 – Februari 2012.
3. Penelitian ini menggunakan 4 aspek analisa yaitu: *High Value added Product & Services, Social & Community Activities & environmental,*

Compliance for Regulatory, dan Corporate Culture that Respects Employee.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap:

1. Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi dalam pengembangan dan implementasi *Corporate Social Responsibility* di masa yang akan datang, untuk memberikan nilai tambah perusahaan kepada semua *stakeholder*.
2. Bagi peneliti diharapkan dapat memberikan pengalaman dan menambah pengetahuan, serta mengaplikasikan ilmu yang telah di peroleh selama di bangku perkuliahan.
3. Bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan Tugas Akhir ini terdapat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang *Corporate Social Responsibility* dari kondisi yang ada dilapangan (*das sein*) dengan harapan yang harus dicapai (*das sollen*), perumusan permasalahan yang dimunculkan,

tujuan penelitian yang akan dicapai, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori yang melandasi penelitian ini, antara lain: teori CSR, teori *image*, teori statistik yang digunakan dalam penelitian ini, dan tinjauan pustaka.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang objek penelitian, teknik pengumpulan data, identifikasi populasi dan sampel, menyusun dan membuat instrument penelitian (kuesioner), serta kerangka pemecahan masalah.

BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISA

Berisi tentang gambaran umum dari objek penelitian (perusahaan dan kondisi masyarakat Joyontakan), pengumpulan data yang telah diperoleh, proses pengolahan data, dan analisis data.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang simpulan yang diturunkan dari masalah beserta bagaimana masalah itu dipecahkan dan saran merupakan tindak lanjut, apa yang harus dilakukan, siapa yang sebaiknya melakukan, sehingga hasil penelitian bisa benar-benar bermanfaat, baik perkembangan ilmu pengetahuan itu sendiri maupun perkembangan masyarakat secara keseluruhan.