

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan di Indonesia akan melakukan berbagai kegiatan terencana untuk dapat menjaga eksistensinya dan menjadikan perusahaan yang kinerjanya sangat baik secara fundamental. Saat ini penilaian kinerja perusahaan tidak hanya didasarkan atas kinerja keuangan saja akan tetapi penilaian dilakukan secara menyeluruh. Termasuk bagaimana peran dan kontribusi serta keberadaan perusahaan tersebut di mata masyarakatnya atau lingkungan terdekatnya. Oleh sebab itu upaya-upaya peningkatan kinerja saat ini dilakukan dalam berbagai bidang, baik yang berhubungan langsung dengan kinerja keuangan maupun tidak. Diantaranya yang saat ini sedang gencar dilakukan adalah dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) bukan merupakan biaya namun merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan yang keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai bagian dari beban (*cost centre*) melainkan sebagai bagian untuk mendapatkan keuntungan (*profit centre*) yang berkelanjutan. Program CSR harus merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Masyarakat saat ini mempertanyakan apakah perusahaan yang berorientasi pada usaha memaksimalkan keuntungan-keuntungan ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusi keuntungan-

keuntungan dalam membangun masyarakat lokal, karena seiring waktu masyarakat tidak hanya sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab sosial. Program CSR merupakan aktivitas lintas sektor dan menjadi modal sosial yang harus dioptimalkan melalui mekanisme kemitraan yang berperan meningkatkan sosio-ekonomi masyarakat dan komunitas lokal yang berada di sekitar perusahaan. Program ini diimplementasikan dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat dalam mencapai sosio-ekonomi yang lebih baik bila dibandingkan dengan sebelum adanya kegiatan pembangunan sehingga masyarakat di wilayah tersebut diharapkan lebih mandiri dengan kualitas kehidupan dan kesejahteraannya yang lebih baik. Sasaran kapasitas masyarakat harus dapat dicapai melalui upaya pemberdayaan (*empowerment*) supaya anggota masyarakat dapat ikut dalam proses produksi atau institusi penunjang dalam proses produksi, kesetaraan (*equity*) dengan tidak membedakan status dan keahlian, keamanan (*security*), keberlanjutan (*sustainability*) dan kerjasama (*cooperation*).

Selain itu penerapan CSR merupakan komitmen dunia usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas (*The World Business Council for Sustainable Development*

(WBCSD)).¹ Perihal penerapan CSR di Indonesia telah diatur dalam beberapa Peraturan Perundang-undangan dan Keputusan Menteri, yaitu UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal LN No. 67 TLN No. 4274, UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Mewajibkan CSR merupakan salah satu upaya Pemerintah dan menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan ekonomi.

Dalam menerapkan CSR, umumnya perusahaan akan melibatkan partisipasi masyarakat, baik sebagai obyek maupun sebagai subyek program CSR. Hal ini dikarenakan masyarakat adalah salah satu pihak yang cukup berpengaruh dalam menjaga eksistensi suatu perusahaan. Masyarakat adalah pihak yang paling merasakan dampak dari kegiatan produksi suatu perusahaan, baik itu dampak positif ataupun negatif. Dampak ini dapat terjadi dalam bidang sosial, ekonomi, politik maupun lingkungan.

Keberhasilan suatu program CSR tidak hanya semata-mata didasarkan pada bagus tidaknya program CSR tersebut. Namun seringkali keberhasilan suatu program CSR sangat ditentukan oleh bagus tidaknya komunikasi yang baik antara perusahaan dengan target yang akan diberikan program CSR.

Peneliti memilih PT Tambang Batubara Bukit Asam (Persero), Tbk., atau sekarang disebut PT Bukit Asam (Persero), Tbk. atau secara ringkas ditulis PTBA karena PT Bukit Asam (Persero), Tbk. adalah salah satu perusahaan milik negara

¹ Yusuf Wibisono. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing. 2007

(BUMN) yang sekarang telah *Go Public* dan memenuhi kriteria dari GCG (*Good Corporate Governance*). PT Bukit Asam (Persero), Tbk. bergerak di bidang pertambangan. PT Bukit Asam (Persero), Tbk. merupakan perusahaan yang berbasis penambangan yang sudah tentu akan banyak berhubungan dengan berbagai pihak/*stakeholder* dalam menjalankan usahanya. Dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat sebagai salah satu *stakeholder*, PT Bukit Asam (Persero), Tbk. telah menjalankan program CSR, diantaranya adalah pembangunan prasarana (masjid, pasar, sekolah, jalan dsb), bantuan kesehatan, pendidikan dan lain sebagainya. Dalam menjalankan fungsi humasnya, program CSR di PT Bukit Asam (Persero), Tbk. dilakukan oleh Divisi Hubungan Eksternal (Hubeks).

Untuk lebih spesifiknya Peneliti memilih Strategi Humas PT Bukit Asam (Persero), Tbk. dalam Pelaksanaan Program CSR Bantuan Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Tambang Di Tanjung Enim, Sumatera Selatan. Kegiatan CSR untuk pemberdayaan masyarakat di lingkungan sekitar tambang selalu ada setiap tahunnya karena tuntutan masyarakat sekitar tambang selalu ada dan berkembang terus dan apabila tidak ditangani dengan baik akan membuat dampak yang besar pada kegiatan operasional penambangan dan walaupun ada kalau tidak dikelola dengan baik akan sangat mempengaruhi kegiatan operasi penambangan yang akhirnya akan mengganggu tujuan atau keberhasilan perusahaan. Selain itu persepsi dan harapan masyarakat sekitar tambang terhadap kondisi lahan bekas tambang seringkali berbeda dengan persepsi dan pemahaman manajemen perusahaan. Sehingga untuk mengecilkan *gap* atau perbedaan persepsi dan

pemahaman ini diperlukan suatu strategi humas yang baik pada setiap pelaksanaan program CSR agar semua kegiatan CSR ini dapat diterima dengan baik dan hasilnya sesuai dengan yang diinginkan serta diharapkan manajemen perusahaan.

Alasan mengapa Peneliti memilih pelaksanaan program CSR bantuan pemberdayaan masyarakat sekitar tambang karena masyarakat sekitar tambang merupakan masyarakat di ring 1 perusahaan yang langsung terkena dampak dan aktivitasnya akan sangat mempengaruhi keberhasilan operasi penambangan. Pemberdayaan ekonomi sebagai bantuan ke masyarakat ini diberikan tidak hanya dalam bentuk uang atau bantuan langsung seperti pembuatan jalan, renovasi sekolah (pengecatan dan perbaikan), perbaikan pasar dan lain sebagainya. Namun bantuan juga diberikan secara tidak langsung berupa bantuan pendidikan berupa *training* dan bantuan pembuatan usulan-usulan untuk pemberdayaan masyarakat lainnya. Fenomena awal dari program CSR bantuan pemberdayaan masyarakat sekitar tambang ini dikarenakan kebutuhan masyarakat yang tidak hanya berupa bantuan fisik saja tapi juga mengharapkan bantuan yang dapat meningkatkan ekonomi serta kesejahteraan mereka seperti program pembibitan tanaman ini. Dengan adanya bantuan tersebut maka masyarakat sekitar dapat diberdayakan dalam kegiatan operasi penambangan terutama dalam hal kegiatan pengelolaan lingkungan sekitar penambangan. Mereka lebih termotivasi karena selain mendapatkan kepastian masa depan yang lebih baik juga mereka merasa memiliki keberadaan perusahaan.

Peneliti meneliti bantuan pemberdayaan masyarakat di Kecamatan Tanjung Enim, Kabupaten Muara Enim yang merupakan ring 1 dari operasi penambangan PT Bukit Asam (Persero), Tbk. Adapun yang diteliti difokuskan dalam pemberdayaan masyarakat untuk menjadi pemasok bibit tanaman atau benih-benih tanaman yang akan digunakan untuk penghijauan bekas tambang.

Atas dasar latar belakang diatas, Peneliti ingin mengetahui dan menganalisis sampai sejauh mana Strategi Humas PT Bukit Asam (Persero), Tbk. Dalam Pelaksanaan Program CSR Bantuan Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Tambang Di Tanjung Enim, Sumatera Selatan dalam menjadikan mereka sebagai pemasok tanaman atau benih tanaman yang digunakan pada program penghijauan pada lokasi bekas tambang oleh PT Bukit Asam (Persero), Tbk.?

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pemikiran tersebut, Peneliti ingin mengetahui bagaimana Strategi Humas PT Bukit Asam (Persero), Tbk. Dalam Pelaksanaan Program CSR Bantuan Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Tambang Di Tanjung Enim, Sumatera Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara mendalam tentang Strategi Humas PT Bukit Asam (Persero), Tbk. Dalam Pelaksanaan Program CSR Bantuan Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Tambang Di Tanjung Enim, Sumatera Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang berminat maupun yang terkait dengan Strategi Humas PT Bukit Asam (Persero), Tbk. Dalam Pelaksanaan Program CSR Bantuan Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Tambang Di Tanjung Enim, Sumatera Selatan yang bersifat kegiatan pengelolaan lingkungan.

1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis

Secara akademis diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Peneliti yang ingin mengkaji lebih jauh mengenai strategi-strategi Humas apa saja yang dilakukan oleh PT Bukit Asam (Persero), Tbk. dalam rangka pelaksanaan program CSR yang bersifat pemberdayaan masyarakat ring 1 dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai salah satu rujukan untuk dapat menghasilkan penelitian lebih lanjut yang lebih berguna;
2. Kalangan akademisi, dapat menambah literatur dalam mengkaji strategi humas perusahaan dalam pelaksanaan program CSR yang bersifat pemberdayaan masyarakat sekitar tambang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari sisi praktis diharapkan agar hasil penelitian ini dapat berguna sebagai berikut :

1. PT Bukit Asam (Persero), Tbk. dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk lebih memperbaiki strategi mereka dalam pelaksanaan program CSR;
2. Kalangan non-akademisi, Pemerintah, dan swasta dapat bermanfaat dalam penerapan Strategi Humas PT Bukit Asam (Persero), Tbk. Dalam Pelaksanaan Program CSR Bantuan Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Tambang Di Tanjung Enim, Sumatera Selatan secara praktis di berbagai sektor dengan mengacu kepada hasil penelitian ini.