

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Dalam lingkup eksternal, kebijakan dan program *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan dapat memberi efek positif pada peningkatan kualitas hidup masyarakat, sementara jika dilakukan secara tepat sasaran tentunya akan berimbas positif pula pada perusahaan dan menjadi sebuah bentuk investasi jangka panjang (*longterm investment*), termasuk terbentuknya citra positif perusahaan di mata masyarakat (Prajarto, 2012:83). Adanya perbuatan destruktif (merusak) akan menurunkan reputasi perusahaan. Sebaliknya, kontribusi positif perusahaan akan mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan *image* positif perusahaan. Modal non finansial inilah yang menjadi hal utama bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan (Wibisono, 2007:84).

Corporate Social Responsibility menurut Warhurts bahwa sebuah perusahaan harus bertanggung jawab atas salah satu tindakan yang mempengaruhi manusia, masyarakat dan lingkungan mereka (Kartini, 2013:2). *Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep bahwa organisasi memiliki pelbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ruliana, 2014:237). Pengertian CSR menurut Farmer dan Hogue adalah sebuah komitmen perusahaan untuk mampu memberikan apa yang masyarakat inginkan, tidak hanya menyediakan barang dan

memberikan pelayanan terhadap pembeli barang saja, tetapi juga ikut membantu memecahkan masalah-masalah seputar masyarakat (Wahyudi, 2008:33). Keberlanjutan sebuah perusahaan ditentukan oleh aspek sosial dan lingkungan dikarenakan aspek tersebut merupakan sebuah parameter untuk mengetahui apakah ada dampak positif atau negatif dari kehadiran perusahaan sebagai komunitas baru terhadap komunitas lokal atau masyarakat setempat (Kurniati, 2011:2). Pemahaman tentang *corporate social responsibility* disebutkan juga berangkat dari kesadaran perusahaan. Bahkan dinyatakan, konsep *corporate social responsibility* berkembang menjadi satu paham bahwa perusahaan sebagai entitas modern memiliki tanggung jawab kepada masyarakat yang melebihi tanggung jawabnya kepada para pemegang saham atau investor. Makna dari *corporate social responsibility* dapat diraba secara kasat mata dengan tujuan memperkecil protes dan dampak sosial yang negatif dari masyarakat sekitar (Prajarto, 2012:26).

Sukatendel mengatakan pengertian dari citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi dan citra sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif, karena citra merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi. Menurut Frank Jefkins yaitu *Corporate Image* (citra perusahaan) adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan dan bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya (Ruliana, 2014:224). Dikutip dari Haryono (2013:56) bahwa membangun citra merupakan sebuah proses yang tidak pernah berhenti dan mengintegrasikan segala aspek yang ada di perusahaan. Tujuannya adalah membawa perusahaan pada sebuah dasar kontinuitas, dengan citra perusahaan yang melekat pada seluruh struktur manajemen, kultur

perusahaan, dan pola perilaku baik kedalam maupun ke luar perusahaan. Dikutip dari Rahmayanti (2014:97) bahwa landasan citra perusahaan berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang konkretnya diberikan secara individual oleh *stakeholders* berupa pandangan atau persepsi. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen mengadakan riset.

Dilansir di japfa.com, PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. adalah perusahaan *agri-food* penghasil protein hewani yang bidang usahanya bergerak dari hulu hingga hilir, dimulai dari hulu yaitu produksi makanan ternak, pemerasan susu, makanan unggas, ternak daging dan budidaya ikan. Lalu pengolahan susu, penggemukan hewan ternak, hingga hilir yaitu memproduksi produk susu, mentega, keju, daging dan produk ikan. Berdasarkan paparan perusahaan pada japfacomfeed.co.id dan laporan tahunan 2015 “*Building a Sustainable future*” bahwa “Berkembang menuju kesejahteraan bersama” merupakan motto yang menjadi titik tolak kesuksesannya. PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. menjunjung aspek keberlanjutan sesuai dengan visi perusahaan dalam implementasi CSR kepada masyarakat dan lingkungan dalam beberapa program seperti JAPFA4Kids, Japfa Peduli, Penanganan bencana, Pendidikan, Pengembangan masyarakat, Lingkungan hidup dan K3. PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. berusaha menjadi anggota dari masyarakat yang peduli bahkan melampaui batas geografis operasional perusahaan. Beberapa unit bisnis Japfa Comfeed juga memberikan penyuluhan kesehatan, vaksinasi,

dan donor darah untuk membantu meningkatkan kondisi kesehatan masyarakat setempat. PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. memiliki jaringan operasional yang luas di berbagai provinsi di Indonesia, salah satunya di Jawa Tengah yaitu di Kabupaten Sragen yang merupakan salah satu perusahaan cabang yang bergerak dibidang pakan ternak atau *poultry feed – feedmil*.

PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen yang semula bernama PT. Multipala Agrinusa berdiri pada tahun 1994. Berubahnya nama perusahaan tersebut dikarenakan adanya keputusan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal semua perusahaan yang bernaung di bawah JAPFA GROUP berubah nama menjadi PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Perusahaan ini terletak di bagian Sragen barat yang merupakan sentra kawasan perindustrian Kota Sragen tepatnya di Jl. Raya Duyungan (Jl. Raya Sragen-Solo) Km 4,5 Duyungan, Kecamatan Sidoharjo, Kabupaten Sragen. PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen merupakan salah satu unit usaha yang beroperasi pada divisi *Feed* yang memproduksi pakan ternak, yaitu pakan ayam pedaging (boiler), ayam petelur (layer) dan burung puyuh. Pihak perusahaan menyatakan bahwa kesuksesan yang diperoleh PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen selama ini dibangun atas dasar keyakinan dalam membina hubungan yang saling menguntungkan, berdasarkan kepercayaan dan integritas serta mengikuti motto “Berkembang Menuju Kesejahteraan Bersama” yang menjadi titik tolak kesuksesan perusahaan. Selain itu PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen memperoleh penghargaan PROPER Nasional Peringkat Biru¹. PT. Japfa

¹ Proper Peringkat biru adalah Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup yang menganggap praktik CSR akan memberikan dampak positif terhadap usahanya, perusahaan menilai CSR sebagai investasi (Wibisono, 2007:71)

Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen terus melakukan aktivitas sosial terlebih terhadap masyarakat sekitar pabrik (Dokumen Perusahaan). Wilayah ring 1 perusahaan menjadi prioritas atau fokus utama CSR dari PT Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen. Wilayah ring 1 tersebut adalah Kecamatan Sidoharjo dan 12 desa yang termasuk Kecamatan Sidoharjo.

Berdasarkan penuturan dari warga sekitar perusahaan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Unit Sragen yaitu warga Desa Duyungan memiliki permasalahan utama yaitu polusi udara.

“Kita masih ngerasain bau hasil produksi perusahaannya itu *loh mbak*. Baunya tuh sampai ke sini, ya di lingkungan warga sekitar pabrik ini.” tutur Supriadi (52).

“Kalau saya *sih ngerasa* bau pakan ternak dari pabrik ini (PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen) mengganggu ya. Apalagi kalau siang hari, baunya *waduh mbak* sampai sini!” ujar warga Desa Duyungan ini” ujar Muhayyimin (57).

Permasalahan lingkungan yang terjadi disini adalah bau atau polusi yang ditimbulkan dari beberapa faktor seperti bau hasil produksi pabrik dan ditambah lagi juga bau sungai yang tercemar akibat limbah sampah dan limbah kotoran manusia. Maka PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen berusaha untuk menuntaskan permasalahan perusahaan dan sekaligus permasalahan yang terjadi di masyarakat akibat polusi udara tersebut.

“Ya, sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan kami telah melakukan kegiatan CSR yaitu penanaman pohon-pohon di dalam pabrik maupun di desa sekitar perusahaan dengan tujuan untuk mengurangi bau polusi dari pabrik”. CSR kami yang kedua bertujuan untuk mengurangi bau

dari limbah-limbah kotoran manusia. Maka dari itu perusahaan memberikan bentuk tanggung jawab lain melalui fasilitas MCK yang dibangun di Desa Duyungan. Selain dapat mengurangi pencemaran udara, tanah dan air, MCK ini dibangun untuk mengubah kebiasaan masyarakat untuk mewujudkan pola hidup yang lebih sehat dengan tidak membuang air besar sembarangan di Sungai”, jelas Utma Gagat Krismajati selaku staff pengurus CSR perusahaan.

PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk Unit Sragen berusaha menjadi anggota dari masyarakat yang peduli. Dilansir pada japfacomfeed.com, beberapa program CSR Japfa Peduli seperti membangun dan memelihara infrastruktur vital seperti instalasi air, jalan, gerbang desa, balai desa dan rumah ibadah, yang memberikan manfaat untuk lingkungan sekitar. Maka PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen mengusung program CSR yang berfokus pada penuntasan masalah yang dikeluhkan warga Desa Duyungan, yaitu program bantuan MCK per rumah. Program bantuan MCK tersebut juga mengacu pada tiga hal utama, yaitu keberlanjutan kegiatan yang dapat meningkatkan keberlangsungan program tersebut, seperti pengadaan penyuluhan dari bidan desa dan Dinas Kesehatan Kabupaten Sragen, pengecekan kebersihan MCK dan lain sebagainya. Kedua, PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen melakukan kegiatan tersebut berdasarkan intensitas dengan mengecek secara berkala. Terakhir, seluruh informasi kegiatan yang akan dilakukan akan diinformasikan melalui jadwal pengecekan MCK per rumah dan nomor telepon, alamat perusahaan dan website. Menurut pengakuan dari Utma Gagat Krismajati (36), staff pengurus CSR perusahaan bahwa:

“Masalah lingkungan merupakan masalah yang paling mencolok di Desa Duyungan. Kebanyakan warga kan masih membuang dan menumpuk sampah di sungai serta masalah sanitasi dan MCK,

masih banyak yang Buang Air Besar sembarangan di dua sungai yang ada di sana. Padahal banyak anak yang suka bermain di sungai-sungai tersebut. Kalau hal ini terus dilakukan akan berdampak pada kesehatan dan pertumbuhan gizi anak-anak”.

Desa Duyungan merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Sidoharjo Kabupaten Sragen. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari Desa Duyungan tahun 2017 jumlah penduduk di Desa Duyungan sendiri yaitu sebanyak 6.836 jiwa, dimana sebagian besar warganya bermata pencaharian sebagai petani.

Corporate Social Responsibility ini bermula saat perusahaan menerima laporan dari salah satu warga Desa Duyungan dan bidan desa bahwa di daerah tersebut masih banyak warganya yang Buang Air Besar di sungai. Sebelumnya warga Desa Duyungan tersebut sudah menerima penyuluhan dari bidan desa yang ada disana, namun mereka tidak menggubrisnya dan justru tetap Buang Air Besar di sungai. Selain itu data ini juga didukung dari data WHO tahun 2015 bahwa terdapat sekitar 32 juta orang Indonesia yang masih buang hajat di tempat terbuka (tirto.id). Oleh sebab itu, PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen dalam salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility* memberikan bantuan berupa bahan untuk membangun MCK dan meminta bantuan dari Dinas Kesehatan Kabupaten Sragen untuk memberikan penyuluhan kesehatan kepada warga Desa Duyungan agar dapat memberikan manfaat lebih bagi warga seperti dapat mencegah penyakit dan terjaganya kebersihan lingkungan yang merupakan salah satu aspek penting di masyarakat.

Dana yang disalurkan untuk bantuan pembangunan MCK ini sekitar Rp 20.000.000,00. PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen

sebelumnya pernah melakukan kegiatan CSR bantuan pembangunan MCK pada tahun 2014. Pada tahun 2018 ini terdapat 41 kepala keluarga yang mendapatkan bantuan MCK dari PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen dan merasakan dampak positif dari adanya bantuan pembuatan MCK ini. Setiap minggunya perwakilan dari PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen selalu melakukan pengecekan ke rumah warga yang mendapat bantuan. Hal tersebut merupakan bentuk nyata pelayanan dan kepedulian PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen kepada *stakeholder eksternal* yaitu masyarakat sekitar pabrik. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen yang lain meliputi Donor Darah yang diadakan setiap satu bulan dua kali, les *private* (tambahan) untuk anak sekolah dasar yang diadakan setiap dua kali dalam seminggu yang hanya diadakan di Japfa Comfeed Sragen, dan di bidang lingkungan hidup yaitu melakukan penanaman pohon di dalam lingkungan perusahaan, di sekitar perusahaan dan penanaman pohon di Hutan Kota Sragen dan juga Bank Sampah.

PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. bukan satu-satunya perusahaan *agri-food* di Indonesia, salah satu perusahaan sejenis yang lain yang perannya sama dalam mengembangkan sektor agribisnis, pangan dan peternakan salah satunya adalah PT. Charoen Pokphand Indonesia, Tbk. dilansir dalam cp.co.id yang memiliki kegiatan usaha utamanya adalah industri makanan ternak, pembibitan dan budidaya ayam ras serta menjual makanan ternak, makanan, daging ayam dan sapi. Terdapat pula salah satu perusahaan kompetitor *agri-food* yang berada di Sragen yaitu seperti yang dilansir dari tekno.kompas.com yaitu PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk. Dirilis dari tigapilar.com, PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk. memiliki kegiatan usaha yang dijalankan melalui dua divisi usaha, yaitu Divisi

Makanan atau TPS *Food* dan Divisi Beras atau TPS *Rice*. Kegiatan CSR yang diadakan oleh TPS Food Sragen diantaranya seperti mengadakan donor darah 6 bulan sekali, membagikan sembako serta memberikan bantuan keuangan untuk karang taruna sekitar perusahaan.

“Dari segi kepedulian lingkungan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Unit Sragen lah yang paling aktif memberikan andil bagi lingkungan masyarakat dan telah banyak berkontribusi baik untuk warga sekitar perusahaan maupun masyarakat Kabupaten Sragen, dari pengamatan saya PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Unit Sragen merupakan satu-satunya perusahaan *agri-food* yang mengadakan CSR dibidang lingkungan hidup yaitu memberikan bantuan pembangunan MCK”, ujar Sungadi dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Sragen.

Menurut bidan Desa Duyungan yaitu Sulistyowati (47) “PT. Japfa Comfeed Indonesia. Tbk. Unit Sragen sudah membantu untuk memberikan bantuan MCK untuk masyarakat disini. *Pas* MCK ini selesai dibangun, masyarakat mulai banyak yang menggunakan MCK dan tidak kembali Buang Air Besar di sungai”. Maka berdasarkan hasil wawancara di atas, secara tidak langsung menyatakan bahwa sudah banyak warga yang mulai mengubah kebiasaan atau pola hidupnya di Desa Duyungan Kecamatan Sidoharjo Kabupaten Sragen.

Menurut penuturan dari Johan Hariyanto selaku staff HRD, *image* yang diinginkan dari PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen adalah ingin dikenal sebagai anggota masyarakat yang peduli dalam berbagai hal terlebih akan lingkungan, dalam hal membangun dan memelihara infrastruktur vital masyarakat sekitar perusahaan dan hal ini

sesuai dengan nilai perusahaan yaitu Berkembang Menuju Kesejahteraan Bersama.

Hal inilah yang mendasari penulis melakukan penelitian. Penulis ingin mengetahui pengaruh Program CSR Japfa Peduli yang diadakan oleh PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen yaitu Program bantuan pembangunan MCK (Mandi-Cuci-Kakus) yang di berikan kepada masyarakat ring 1 perusahaan yaitu Desa Duyungan, terhadap *Corporate Image* PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk, Unit Sragen. Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terlihat bahwa pelaksanaan program CSR berpengaruh terhadap citra positif dari pihak eksternal perusahaan. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa penelitian terhadap pengaruh pelaksanaan CSR terhadap *corporate image* masih jarang dilakukan.

Penulis menjadikan beberapa penelitian sejenis sebagai referensi. Penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, berjudul “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility Surabaya Heritage Track* Terhadap *Corporate Image* PT HM Sampoerna Tbk Pada Penumpang *Surabaya Heritage Track*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa program CSR ini dilaksanakan dengan baik oleh PT HM Sampoerna Tbk. Mayoritas respondenpun memberikan penilaian baik atas pelaksanaan program CSR ini (Ek, 2015).

Penelitian sejenis yang dijadikan acuan kedua yaitu dengan judul “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility Mangrove Center Tuban* Terhadap *Corporate Image* PT. Semen Gresik bagi Masyarakat Jenu, Tuban. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa mayoritas responden yaitu Masyarakat Jenu, Tuban menilai positif keseluruhan citra perusahaan melalui pelaksanaan program CSR yang diadakan oleh PT. Semen Gresik yaitu Mangrove Center Tuban (Felita, 2018).

Penelitian sejenis yang dijadikan acuan ketiga dengan judul “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Penanaman Mangrove Terhadap *Corporate Image* PT. HM Sampoerna di Kelurahan Wonorejo Surabaya. Dalam penelitian ini bahwa program CSR dilakukan secara baik oleh PT HM Sampoerna, maka *corporate image* PT. HM Sampoerna dinilai positif oleh responden. Target khalayak dari program CSR dapat terpenuhi kebutuhannya (Yunike, 2014).

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya ada pada program *Corporate Social Responsibility* dan fenomena yang terjadi yaitu adanya permasalahan polusi udara yang diakibatkan hasil produksi perusahaan dan juga polusi udara akibat bau limbah di sungai Desa Duyungan serta menggunakan teknik penarikan sampel total sampling. Penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk melihat keberhasilan program *Corporate Social Responsibility*, maka dari itu perlu diteliti bagaimana pengaruh program ini terhadap *Corporate Image* PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Unit Sragen pada warga Desa Duyungan Kecamatan Sidoharjo Kabupaten Sragen tersebut.

I.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh program *Corporate Social Responsibility* Japfa Peduli “Bantuan Pembangunan MCK (Mandi-Cuci-Kakus)” terhadap *Corporate Image* PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen pada warga Desa Duyungan Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh program *Corporate Social Responsibility* Japfa Peduli “Bantuan Pembangunan MCK (Mandi-Cuci-Kakus)” terhadap *Corporate Image* PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen pada warga Desa Duyungan Kecamatan Sidoharjo Kabupaten Sragen.

I.4. Batasan Masalah

Pada batasan masalah subjek pada penelitian ini adalah warga Desa Duyungan Kecamatan Sidoharjo Kabupaten Sragen dan objeknya adalah pengaruh program CSR Japfa Peduli “Bantuan Pembangunan MCK (Mandi-Cuci-Kakus)”. Hal ini agar penelitian ini fokus ke satu titik dan tidak melebar. Peneliti akan membahas mengenai pengaruh CSR terhadap *Corporate Image* dilihat dari publik eksternal perusahaan.

I.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah kajian komunikasi dan referensi bagi penelitian sejenis yang menggunakan metode penelitian yang sama ataupun literatur, terutama dalam peminatan ilmu komunikasi dengan konsentrasi korporasi.

1.5.2 Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan yang berguna bagi PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen

untuk mengetahui pengaruh program CSR Japfa Peduli “Bantuan Pembangunan MCK (Mandi-Cuci-Kakus)” pada warga Desa Duyungan Kecamatan Sidoharjo Kabupaten Sragen terhadap *Corporate Image* PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Sragen.