

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Masyarakat atau komunitas adalah suatu wilayah kehidupan sosial yang ditandai oleh suatu derajat hubungan sosial tertentu (Nasdian, 2014:2). Sebuah perusahaan dianggap sebagai bagian dari masyarakat. Perusahaan harus membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, karena perusahaan dipandang sebagai bagian dari masyarakat luas yang akan selalu berinteraksi dan memiliki hubungan sosial dengan pihak lain terutama dengan masyarakat sekitar.

Kepedulian pihak perusahaan terhadap masyarakat sekitar akan selalu menjadi perhatian karena apapun yang terjadi di dalam masyarakat akan berdampak langsung kepada perusahaan, demikian juga sebaliknya. Kondisi tersebut membuat pihak perusahaan harus memikirkan kembali mengenai strategi bisnis yang dijalankan. Perusahaan secara tidak langsung dituntut untuk lebih peduli dan bertanggung jawab terhadap kepentingan umum, serta lebih mengutamakan kepentingan jangka panjang daripada kepentingan jangka pendek yang biasanya bersifat sepihak dan sesaat, terutama mengenai hal yang bersangkutan dengan azas keberlanjutan. Salah satu program yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengatasi situasi tersebut adalah dengan melakukan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan / *Corporate Social Responsibility*.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) / Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TSP) merupakan suatu komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, utamanya masyarakat disekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanya secara berkelanjutan (Budimanta dalam Mardikanto, 2020:94). Program ini hadir sebagai komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam membantu dan mengembangkan masyarakat sekitar.

Program CSR wajib dilaksanakan oleh suatu perusahaan seperti yang tertera di UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal pada Bab IX Pasal 15 yang menerangkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Tanggung jawab sosial perusahaan ini ditujukan untuk menciptakan hubungan yang seimbang, serasi dan sesuai dengan lingkungan, nilai dan norma masyarakat setempat. Regulasi mengenai tanggung jawab sosial diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pada Bab V mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang menegaskan sebagai berikut :

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Pasal 74 ayat 1).
- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran (Pasal 74 ayat 2).
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Pasal 74 ayat 3).



- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah (Pasal 74 ayat 4).

*Community relation* (comrel) memegang peran penting dalam pelaksanaan program CSR di setiap perusahaan. Keberhasilan sebuah perusahaan ditentukan oleh divisi comrel dalam menjalankan tugasnya. Comrel merupakan bagian dari *public relation* yang bertugas untuk membangun serta menjaga hubungan baik dengan masyarakat yang berada di sekitar perusahaan. Tugas utama seorang comrel adalah menjaga agar operasional pabrik tetap berjalan dengan cara menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Comrel akan berhadapan langsung dengan permasalahan masyarakat yang timbul akibat aktivitas perusahaan. Perusahaan akan bekerja sama dengan masyarakat untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi serta mencari solusi agar permasalahan tersebut dapat segera teratasi. Masalah sosial yang terjadi dalam masyarakat akan berangsur membaik dengan adanya bantuan dari divisi comrel sehingga perusahaan pun dapat membentuk citra positif melalui kepercayaan yang diberikan masyarakat. Menjalinkan hubungan bertetangga yang baik merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan ini.

PT Solusi Bangun Indonesia (SBI) adalah salah satu perusahaan yang menjunjung tinggi azas keberlanjutan dan menerapkan program CSR dengan baik. SBI merupakan perusahaan yang bergerak pada industri bidang ekstraktif yang memanfaatkan sumber daya alam dalam kegiatan produksinya. PT SBI yang sebelumnya bernama PT Holcim Indonesia merupakan salah satu perusahaan produsen semen di Indonesia. Semen Indonesia Group mengakuisisi saham mayoritas PT Holcim Indonesia Tbk pada 11 Februari 2019, kemudian mengubah nama produknya yang semula bernama Semen Holcim menjadi Semen Dynamix. SBI telah mengoperasikan empat pabrik semen yang terletak di Lhoknga (Aceh), Narogong (Jawa Barat), Cilacap (Jawa Tengah), dan Tuban (Jawa Timur), dengan total kapasitas 14,8 juta ton semen per tahun, dan mempekerjakan lebih dari 2.400 karyawan.

Berdasarkan nilai yang dianut oleh perusahaan, SBI berkomitmen untuk melakukan pembangunan berkelanjutan seperti yang tertulis dalam misi perusahaan nomor 3, yakni “Fokus menciptakan perlindungan lingkungan dan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan”. Sejalan dengan perkembangan perusahaan, PT SBI turut berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, meningkatkan standar hidup masyarakat sekitar melalui solusi inovatif yang direncanakan oleh comrel dan telah dituangkan dalam program CSR perusahaan. Hal ini menyimpulkan bahwa *Community Relation* PT SBI sangat berperan penting dalam menjalankan program CSR sehingga dapat meningkatkan citra baik perusahaan di mata publik.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah pada laporan Tugas Akhir ini meliputi:

- 1) Bagaimana program CSR yang ada di PT Solusi Bangun Indonesia *Plant* Narogong?

- 2) Bagaimana peran *community relation* dalam pengajuan program CSR di PT Solusi Bangun Indonesia Plant Narogong?
- 3) Bagaimana kendala yang dialami oleh *community relation* dalam pengajuan program CSR?

### Tujuan

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah maka tujuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini meliputi :

- 1) Menjelaskan program CSR yang ada di PT Solusi Bangun Indonesia *Plant Narogong*.
- 2) Menjelaskan peran *community relation* dalam pengajuan program CSR di PT Solusi Bangun Indonesia *Plant Narogong*.
- 3) Menjelaskan kendala apa saja yang dialami oleh *community relation* dalam pengajuan program CSR.

### METODE

#### Lokasi dan Waktu PKL

Pengumpulan data dilakukan pada saat Praktik Kerja Lapangan yang berlangsung selama dua bulan sejak tanggal 01 Maret 2021 hingga 30 April 2021. Pelaksanaan PKL ini dilaksanakan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Mahasiswa Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Kegiatan PKL ini akan dilaksanakan di:

Nama Instansi	: PT Solusi Bangun Indonesia
Alamat Instansi	: Jl. Raya Narogong Km. 7, Kembang Kuning, Klapanunggal, Kab. Bogor, Jawa Barat 16710.
Area Penempatan	: Departemen <i>Community Relation</i>

#### Data dan Instrumen

Data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan sumber dalam penulisan laporan. Data merupakan hal yang sangat penting dan digunakan sebagai bahan acuan untuk menjawab segala permasalahan yang dibahas. Data yang dikumpulkan dalam kegiatan PKL ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh secara tidak langsung dari data yang telah diteliti dan sudah tersedia. Data sekunder diperoleh dari dokumen pribadi perusahaan ataupun sumber lainnya yang dapat menjadi referensi penunjang penyusunan laporan ini. Data primer yang dikumpulkan meliputi :

- 1) Peran *community relation* di PT Solusi Bangun Indonesia.
- 2) Proses pengajuan program CSR di PT Solusi Bangun Indonesia.
- 3) Hambatan yang dialami oleh *community relation* dalam menjalankan program CSR.

Data sekunder yang dikumpulkan meliputi :

- 1) Undang-undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.