

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kawasan industri memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian di sebuah negara dengan mendorong perekonomian masing-masing daerah untuk mencapai pertumbuhan ekonomi dalam skala nasional. Kawasan industri di Indonesia sendiri memiliki peran yang krusial dalam membangun dan meningkatkan ekonomi berkelanjutan dan kuat di Indonesia dengan menciptakan berbagai macam lapangan pekerjaan, memperluas infrastruktur, mendorong inovasi, dan meningkatkan daya saing global. Di Indonesia sendiri, kawasan industri baru dikembangkan pada awal tahun 1970-an oleh Pemerintah Indonesia untuk memenuhi kegiatan penanaman modal dari dalam maupun luar negeri. Berbagai kebijakan Pemerintah saat itu menciptakan iklim yang baik untuk kemunculan industri-industri baru sekaligus menggeser basis perekonomian negara yang semula bersifat agraris menjadi ekonomi industri dengan nilai tambah yang lebih besar di berbagai daerah seperti Jakarta, Surabaya, Cilacap, Medan, Makassar, dan Lampung.

Kementerian Perindustrian selalu berusaha untuk selalu mengembangkan jumlah kawasan industri di Indonesia sebagai wadah untuk berinvestasi yang menarik. Langkah ini dipercaya dapat lebih memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Kementerian Perindustrian, terhitung hingga Januari 2022 terdapat 135 perusahaan kawasan industri dengan total luas lahan sebesar 65.532

hektare yang tersebar di berbagai daerah yakni Pulau Jawa, Kalimantan, Maluku, Nusa Tenggara, Sulawesi, Sumatera, dan Papua. Dari 135 kawasan industri tersebut, 46% atau kurang lebih seluas 30.464 hektar diantaranya sudah terisi dengan *tenant* industri.

Karena perkembangan bisnis ini, banyak juga pelaku bisnis mendirikan usahanya di wilayah kependudukan. Salah satu kawasan industri di Indonesia, yaitu PT SIER (Surabaya *Industrial Estate* Rungkut) merupakan salah satu kawasan industri yang tertua di Indonesia dan juga merupakan kawasan industri pertama di Jawa Timur. Sejak awal, luas dari kawasan industri PT SIER sudah mencapai 245 hektare dan dapat terus berkembang ke Berbek Waru Sidoarjo dan Rembang Pasuruan hingga luasnya hampir mencapai 1000 hektare, dan untuk kedepannya PT SIER memiliki rencana akan berekspansi ke kawasan industri Ngawi. Kawasan industri PT SIER sendiri ini meliputi beberapa daerah di Surabaya lebih tepatnya Kecamatan Rungkut, Surabaya yang sekarang terpecah menjadi Kecamatan Rungkut, Tenggiling, dan Gunung Anyar yang posisinya dinilai sangat strategis karena dekat dengan jalan tol, jalan provinsi, pelabuhan, dan bandar udara. PT SIER menyediakan lahan untuk kurang lebih 267 perusahaan yang terdiri dari 24 PMA (Penanaman Modal Asing) dan 246 PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri).

Perusahaan yang membangun wilayah industrinya di sekitar pemukiman padat penduduk, tentunya memiliki dampak yang nyata bagi kualitas kehidupan masyarakat sekitar. Dampak tersebut antara lain seperti pencemaran air, polusi udara, atau bahkan terganggunya ekosistem dan adanya potensi penurunan pendapatan masyarakat sekitar. Maka dari itu, *Public Relations* dari suatu perusahaan perlu melakukan hal atau

menjalankan program untuk menekan dampak yang terjadi kepada masyarakat. Seorang *Public Relations* harus membangun sebuah jembatan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat dan juga khalayak luas sebagai sarana komunikasi untuk menjaga integritas serta untuk membuat tali hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Jika perusahaan memiliki permasalahan dari internal maupun eksternal, *public relations* juga bertanggung jawab penuh untuk mencari solusi dari sebuah permasalahan dan menyampaikannya kepada pimpinan untuk dipertimbangkan dan diunggah dalam *press-release*. Selain itu, *public relations* juga mempunyai peran untuk membuat sebuah program kerja yang berguna untuk meningkatkan citra perusahaan. Program kerja ini tidak hanya untuk meningkatkan citra perusahaan saja, tetapi juga sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada masyarakat. Program kerja ini biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau biasa juga disebut Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Perusahaan yang berfokus pada sektor kawasan industri yang terletak di kawasan pemukiman penduduk, sangat memperhatikan manajemen lingkungan melalui berbagai upaya untuk mengelola limbah perkantoran dengan efisien dan memanfaatkan energi secara optimal yang bertujuan menciptakan lingkungan industri ramah lingkungan. Dan selain memperhatikan dampak lingkungan, tentunya PT SIER juga sangat peduli terhadap dampak kepada masyarakat. Maka dari itu PT SIER melakukan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang terdiri dari

Pendanaan Usaha Mikro Kecil (PUMK) dan Non Pendanaan Usaha Mikro Kecil (Non-PUMK).

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) atau CSR yang dilakukan oleh PT SIER ini bisa membawa kemenangan kepada PT SIER. Pada tahun 2024 ini, SIER meraih predikat bintang empat dalam kategori TOP CSR Award 2024. Dari yang sebelumnya hanya meraih bintang tiga selama tiga tahun berturut-turut, yakni pada tahun 2019, 2021, dan 2023. Kemenangan di penghargaan ini merupakan pengakuan dan bentuk apresiasi atas dedikasi dan kontribusi perusahaan dalam melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan memberikan dampak positif bagi lingkungan dan juga masyarakat sekitar.



Gambar 1.1 Direktur Utama PT SIER, Didik Prasetyono telah datang ke penghargaan TOP CSR Award sumber : <https://sier.id/blog/content/konsisten-terhadap-csv-sier-raih-top-csr-awards-2024-1717663656>

Penghargaan TOP CSR Award ini merupakan ajang penghargaan yang diselenggarakan oleh Majalah Top *Business* yang bekerja sama dengan beberapa lembaga yang juga turut andil untuk mengadakan penghargaan CSR yang bisa dikatakan cukup besar dan bergengsi di Indonesia. Tujuan diadakannya ajang

penghargaan ini adalah untuk mengapresiasi perusahaan-perusahaan yang memiliki program CSR dan telah menjalankannya dengan baik dan juga memberikan dampak positif yang signifikan kepada lingkungan dan juga masyarakat. Divisi ini terbukti telah menjalankan CSR dan juga memberikan kontribusi nyata kepada perkembangan kualitas hidup masyarakat karena penghargaan yang didapatkan ini.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan kegiatan yang sudah tidak asing lagi dan banyak dari perusahaan di sekitar juga sudah menerapkan program ini untuk dilakukan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kegiatan sebagai bentuk pertanggungjawaban dari perusahaan kepada masyarakat, baik secara ekonomi maupun kemanusiaan. CSR juga merupakan sebuah komitmen dari perusahaan untuk lebih mengembangkan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya melalui praktik bisnis yang baik dan memberikan sebagian dari sumber daya perusahaan kepada masyarakat sekitar (Kotler & Nancy, 2005). *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga berperan dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan atau pemerintahan, komunitas, bahkan masyarakat. Kebijakan pemerintah sudah menerapkan pelaksanaan CSR yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi tentang pengertian CSR itu sendiri. Dengan hadirnya kebijakan ini, pemerintah dan perusahaan memiliki tanggung jawab kepada pembangunan ekonomi dan kualitas hidup masyarakat. Hasil dan tujuan dari program CSR ini sendiri adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat

dan memberikan sebuah motivasi kepada masyarakat untuk lebih optimal dalam bekerja atau berkarya, dan hal ini termasuk dalam bidang pemberdayaan masyarakat.

Agar program *Corporate Social Responsibility* berjalan dengan baik dan maksimal, diperlukan peran *Public Relations* yang penting dalam keberlangsungannya. PR merupakan salah satu cara berkomunikasi dari perusahaan atau organisasi kepada masyarakat dan khalayak luas untuk menciptakan citra positif (Harlyandra & Kafa, 2021). Salah satu konsep dalam *Corporate Social Responsibility* adalah *Triple Bottom Line* yang jika dijabarkan ada beberapa unsur yaitu *profit* (ekonomi), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan). Dari sini, perusahaan dapat memusatkan pada salah satu konsep atau unsur dengan menyesuaikan dengan kepentingan dan kebutuhan tiap perusahaan. Dari salah satu contoh penelitian terdahulu yang juga menggunakan konsep CSR *Triple Bottom Line* adalah penelitian yang berjudul *Sustainable Development* dalam Program CSR pada Perusahaan Faber Castell. CSR yang dilakukan oleh PR dari perusahaan Faber Castell ini merupakan program CSR yang berjalan dan berkelanjutan sehingga masyarakat bisa mandiri secara ekonomi, selain perusahaan Faber Castell juga melakukan konservasi lingkungan yang dapat memiliki hasil dalam jangka panjang (Amalia et al., 2023).

Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT SIER sendiri ini sendiri bukan pemberdayaan masyarakat yang bersifat berkelanjutan, melainkan pemberdayaan masyarakat yang masih bersifat karitatif maka dari itu PT SIER sendiri masih menyebut CSR yang dilakukan oleh perusahaannya ini *community empowerment*.

Dalam kacamata teori sistem, sebuah perusahaan dipandang sebagai bagian dari ekosistem yang lebih luas, yang membuat keberlanjutan operasional perusahaan sangat bergantung pada interaksi harmonis dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Perusahaan tidak dapat beroperasi secara terisolasi, melainkan harus mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari setiap kebijakannya. PT SIER sebagai perusahaan yang beroperasi dalam model *business-to-business* (B2B), memiliki peran yang penting dalam memastikan bahwa kegiatan usahanya tidak hanya menghasilkan keuntungan, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat sekitarnya. Dalam hal ini, pelaksanaan program CSR menjadi salah satu strategi penting untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingan, khususnya masyarakat sekitar PT SIER dan komunitas lokal. Dengan menggunakan teori sistem, CSR PT SIER seharusnya dirancang berdasarkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan komunitas lokal, sehingga menciptakan sinergi antara tujuan bisnis perusahaan dengan memberdayakan masyarakat secara berkelanjutan. Kombinasi ini memungkinkan perusahaan tidak hanya menjalankan tanggung jawab sosialnya tetapi juga memperkuat posisinya dalam ekosistem yang lebih besar.

Berdasarkan pemaparan di atas, PT SIER merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri yang tentunya memiliki dampak pada lingkungan. Tetapi, PT SIER sendiri memenangkan ajang penghargaan *CSR Awards* yang tujuan utamanya adalah kepada masyarakat, sedangkan PT SIER sendiri merupakan perusahaan yang menggunakan konsep *business-to-business*. Hal ini menjadi fenomena menarik untuk

dibahas bagaimana strategi komunikasi dari *public relations* dari perusahaan PT SIER menggunakan teori *Public Relations Triple Bottom Line* yang semua unsurnya (*profit, planet, people*) sangat berhubungan dengan PT SIER. Penelitian ini akan menggunakan judul “Manajemen *Public Relations* di Program *Corporate Social Responsibility* PT SIER dalam *Community Development* dan *Corporate Social Innovation*”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tahapan-tahapan PR yang dilakukan maupun program-program CSR yang dilakukan PT SIER untuk meningkatkan *Community Development*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diteliti ialah bagaimana Manajemen *Public Relations* di Program *Corporate Social Responsibility* PT SIER dalam *Community Development* dan *Corporate Social Innovation*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah menjelaskan dan menganalisis Manajemen *Public Relations* di Program *Corporate Social Responsibility* PT SIER dalam *Community Development* dan *Corporate Social Innovation*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kepustakaan dan referensi pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca, dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai saran dan masukan serta dapat menambah pengetahuan mengenai manajemen PR melalui program CSR PT SIER dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan *corporate social innovation*.