

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Gula merupakan salah satu komoditas pangan strategis dalam perekonomian Indonesia. Peranan gula yang sangat penting menjadikan kebijakan pergulaan tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan aspek-aspek ekonomi tetapi juga oleh aspek-aspek politik. Gula tidak hanya dikonsumsi secara langsung oleh masyarakat, tetapi juga digunakan sebagai bahan baku pada industri makanan dan minuman. Dengan meningkatnya jumlah penduduk, pendapatan masyarakat dan berkembangnya industri makanan dan minuman, maka konsumsi gula di Indonesia terus meningkat.

Pada umumnya perindustrian gula di Indonesia dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu gula kristal putih yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat pada umumnya dan gula kristal rafinasi yang hanya dapat dikonsumsi oleh industri makanan dan minuman yang memiliki izin industri dari pemerintah. Adanya batasan dan aturan penjualan gula kristal rafinasi dengan tujuan untuk melindungi harga pasar gula lokal atau gula kristal putih milik petani agar tidak jatuh sering peredaran gula kristal rafinasi yang bahan bakunya adalah *raw sugar* impor.

Dalam perkembangannya pada saat ini mengenai peredaran gula di Indonesia, peranan pemerintah sangat dibutuhkan guna mengatur keseimbangan

pasar. Melalui pelbagai kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk mengatur dan mengarahkan industri gula nasional, merupakan salah satu aspek preventif terhadap ketahanan pangan Nasional dan terciptanya pemerataan pangan khususnya gula. Pemerataan dalam aspek konsumsi dalam hal ini ditekankan kepada permasalahan pendistribusian gula.

Dewasa ini di Indonesia dihadapkan oleh polemik pendistribusian yang tidak merata pada kalangan pelaku usaha di bidang gula. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) memperkirakan konsumsi gula nasional pada saat ini tahun 2015 yaitu sebesar 5.7 juta ton, yang di bagi ke dalam 2 segmentasi pasar gula yaitu 2,8 juta ton untuk Gula Kristal Putih (GKP) dan 2,9 juta ton Gula Rafinasi untuk memenuhi kebutuhan industri makanan dan minuman.

Perkembangan gula kristal rafinasi di Indonesia terus diawasi oleh pemerintah. Untuk melindungi harga gula kristal putih, perdagangan gula rafinasi diatur dengan Surat Keputusan Kementerian Perdagangan No. 527/MPP/Kep/9/2004, bahwa gula rafinasi hanya untuk kebutuhan bahan baku bagi industri pengguna dan distribusi gula rafinasi langsung ke industri pengguna tanpa melalui distributor.

Pada Februari 2009 Departemen Perdagangan mengeluarkan penyempurnaan petunjuk pendistribusian gula rafinasi melalui surat Menteri Perdagangan kepada produsen gula rafinasi No.111/M-DAG/2/2009. Surat keputusan tersebut berisikan bahwa produsen gula rafinasi dapat menunjuk distributor secara resmi, selanjutnya distributor dapat menunjuk pula subdistributor

secara resmi untuk mendistribusikan gula kristal rafinasi kepada industri makanan dan minuman yang ada di Indonesia. Kemudian pada 1 Januari 2015, Menteri Perdagangan mengeluarkan surat keputusan baru yang mengatur tentang pendistribusian gula kristal rafinasi hanya terbatas pada industri makanan dan minuman yang memiliki izin industri yang tertuang dalam surat keputusan No. 1300/M-DAG/SD/12/2014.

Keputusan pemerintah agar pabrik gula kristal rafinasi hanya diizinkan menjual produk hanya untuk industri makanan dan minuman tanpa perantara dari distributor dikarenakan adanya kebocoran gula kristal rafinasi di pasar gula lokal. Hal tersebut mengakibatkan anjloknya harga gula petani di pasar lokal. Kebijakan pemerintah yang selalu berubah-ubah membuat PT Sugar Labinta harus mampu beradaptasi dengan peraturan yang baru untuk mempertahankan eksistensi perusahaan. PT Sugar Labinta menyadari bahwa hubungan baik dengan pemerintah perlu dijalankan untuk mendapatkan informasi yang jelas tentang kebijakan-kebijakan pemerintah dan untuk melancarkan segala kegiatan bisnis yang dijalankan oleh PT Sugar Labinta.

Pemerintah merupakan pihak yang berkuasa dapat memperlancar tetapi juga menghambat proses bisnis perusahaan. Hubungan dengan pemerintah memiliki tiga fungsi penting yang meliputi; *pertama*, Fungsi Prediksi yaitu hubungan yang digunakan untuk memprediksi tentang kebijakan pemerintah hubungannya dengan perusahaan. *Kedua*, Fungsi penghitungan yaitu kondisi perusahaan harus dipertanggung-jawabkan. Kebijakan perusahaan mengenai pajak, insentif,

perburuhan dan lain sebagainya sangat menentukan perusahaan dan *ketiga*, fungsi legislatif yang terkait dengan peraturan perundang-undangan. Pendekatan terhadap eksekutif dan legislatif sangat penting agar kebijakan pemerintah dan perundang-undangan dapat menjamin masa depan perusahaan.

Hubungan dengan pemerintah memiliki posisi yang penting bagi perusahaan. Arti penting hubungan dengan pemerintah adalah menciptakan keselarasan antara berbagai kebijakan pemerintah dengan perusahaan. Seperti misalnya, investasi, kerjasama dagang, pajak dan lainnya, memberikan jaminan perlindungan disaat krisis dan mempercepat proses birokrasi atas berbagai kepentingan perusahaan.

Sebelum penelitian ini dilangsungkan, penulis telah melakukan pra survei yang bertujuan untuk mengetahui kegiatan *government relations* di PT Sugar Labinta. Dari pra survei tersebut penulis melihat bahwa kegiatan *government relations* di PT Sugar Labinta memang sudah diterapkan dan dijalankan. Wawancara pra survei penulis lakukan dengan *public relations* PT Sugar Labinta untuk mendapatkan informasi dasar tentang hubungan antara PT Sugar Labinta dengan pemerintah dan juga bentuk kegiatan yang dilakukan dalam menjalin hubungan baik dengan pemerintah.

Berdasarkan hasil survei tersebut, penulis mendapatkan fakta bahwa hubungan antara PT Sugar Labinta dengan pemerintah sudah terjalin cukup baik. Namun *public relations* PT Sugar Labinta harus lebih aktif dalam menggali informasi tentang perundang-undangan dan kebijakan yang mengatur segala bentuk

kegiatan bisnis yang dilakukan oleh PT Sugar Labinta. Terkadang pemerintah terlambat untuk mensosialisasikan kebijakan baru yang sudah ditetapkan untuk mengatur kegiatan bisnis yang dilakukan PT Sugar Labinta.

Tanpa adanya sosialisasi tentang kebijakan baru yang di keluarkan oleh pemerintah, PT Sugar Labinta tidak akan mengetahui dan dapat menjalankan aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Maka diperlukan peranan *public relations* dari PT Sugar Labinta agar mampu menjembatani hubungan antara perusahaan dengan pemerintah. Agar tidak terjadinya *miscommunication* dalam penyampaian dan sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah sehingga tidak terjadi pelanggaran atas kebijakan yang diberlakukan yang dapat menimbulkan masalah.

Adapun kegiatan *public relations* yang diadakan oleh PT Sugar Labinta antara lain, mendukung setiap kegiatan pemerintahan dalam bentuk *sponsorship* untuk kegiatan yang akan dilakukan oleh pihak pemerintahan seperti berpartisipasi dalam penerbitan buku atau majalah pemerintahan. Memberikan *greeting season* pada acara hari raya dan hari-hari besar lainnya, pemberian rangkaian bunga dalam acara-acara resmi yang dilakukan oleh pemerintahan seperti pembukaan kantor baru pemerintahan. Mengundang pejabat pemerintahan untuk menghadiri dan meresmikan kegiatan penting yang dilakukan PT Sugar Labinta. Selain itu, dilakukan pula kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan PT Sugar Labinta yang bekerjasama dengan instansi pemerintahan untuk membantu lingkungan sekitar. Contohnya adalah pemberian hewan kurban dari PT Sugar Labinta kepada kementerian perindustrian untuk dibagikan kepada masyarakat

yang membutuhkan serta pembangunan sumur di masjid sekitar pabrik PT Sugar Labinta yang juga bekerjasama dengan pihak pemerintah daerah tersebut.

1.2 Fokus Penelitian

Adapun fokus masalah dalam penelitian adalah untuk mengetahui proses penyampaian pesan dan media yang digunakan oleh *public relations* PT Sugar Labinta dalam menjalin hubungan baik dengan pemerintah. Tujuannya untuk menciptakan rasa saling pengertian antara PT Sugar Labinta dengan pemerintah dan dapat mempercepat proses birokrasi untuk berbagai kepentingan perusahaan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana proses penyampaian pesan dikemas oleh *public relations* PT Sugar Labinta dengan tujuan untuk menjalin hubungan baik dengan pemerintah agar mempunyai paham yang sama antara *public relations* PT Sugar Labinta dengan pemerintah?
2. Media apa yang digunakan oleh *public relations* PT Sugar Labinta dalam menjalin hubungan dengan pemerintah?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan, adalah sebagai berikut;

1. Untuk mengetahui proses penyampaian pesan *public relations* PT Sugar Labinta agar pemerintah memiliki paham yang sama dengan komunikator sehingga tidak terjadi *missunderstanding* antara keduabelah pihak.
2. Untuk mengetahui media yang digunakan oleh *public relations* PT Sugar Labinta dalam menjalin hubungan dengan pemerintah.

1.5 Manfaat Penelitian

Proposal penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut;

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi organisasi. Khususnya eksternal *public relations* dalam menjalin hubungan dengan pemerintah (*government gelations*). Penelitian juga diharapkan dapat dijadikan kajian untuk penelitian selanjutnya dalam konteks yang lebih luas.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses penyampaian pesan dan media yang digunakan oleh *public relations* PT Sugar Labinta dalam menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah guna meningkatkan komunikasi dengan pejabat pemerintah dan lembaga tinggi negara, memantau lembaga pembuat keputusan dan peraturan pada area yang mempengaruhi bidang usaha, mengurangi ketidakpastian karena ketidakmampuan membaca tanda-tanda peraturan, mempercepat keluarnya keputusan yang berkaitan dengan operasional perusahaan dan menjaga hubungan baik dengan pemerintah guna memperlancar segala kegiatan PT Sugar Labinta.

