

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Belakangan ini, teknologi telah berkembang pesat membawa banyak perubahan di segala bidang di Indonesia, terutama bisnis dan transportasi. Banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru, inovasi-inovasi baru, bahkan sampai muncul berbagai model bisnis baru yang berbasis teknologi. Mengenai persaingan bisnis saat ini, tidak hanya terjadi persaingan dalam negeri, tetapi juga persaingan dengan kompetitor luar negeri, khususnya dari Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). “Teknologi adalah kunci penting untuk mampu terus beradaptasi dan bersaing di era yang serba cepat seperti saat ini. Teknologi memegang peranan penting dalam mendukung era globalisasi saat ini. Teknologi bukan hanya pelengkap bisnis, namun juga kunci utama dari bisnis yang terus berkembang dari zaman ke zaman dan berkat teknologi lah persaingan bisnis akan terus berlanjut.” Muhamad Ismail, CEO PT Zahir Internasional, Jakarta, (16/2/2016). (<https://unfaedahblog.wordpress.com> diakses pada Selasa, 6 Maret 2018)

Dengan munculnya berbagai teknologi-teknologi baru, banyak perusahaan dan pebisnis yang terinovasi untuk membuat model bisnis yang menarik dengan layanan yang tidak kalah mengagumkan. Salah satu perkembangan teknologi saat ini terdapat pada layanan ojek online. Walaupun keberadaan transportasi sudah

ada sejak dulu, tetapi menjadi sangat fenomenal ketika digabungkan dengan teknologi dan jadilah transportasi berbasis online.

Berbeda dengan para pesaingnya, gojek merupakan startup yang menghadirkan layanan paling banyak. Setelah membuat layanan seperti Go-Clean dan Go-Massage, mereka kembali menghadirkan layanan baru berupa layanan perbaikan dan cuci kendaraan Go-Auto, layanan isi pulsa Go-Pulsa, serta layanan pengiriman obat Go-Med. Selain menambah berbagai layanan baru, baik gojek, uber, dan grab pun turut memperluas jangkauan mereka ke kota-kota baru. Gojek menjadi layanan yang paling gesit dengan hadir di berbagai kota seperti Malang, Solo, Samarinda, dan Manado . Mereka pun diikuti oleh uber yang mulai beroperasi di Surabaya, Yogyakarta, dan Malang. Mereka terus memperluas jangkauan hingga pada tahun 2017 ini, layanan ojek online dapat ditemukan hampir di semua daerah di Indonesia. Harus kita akui bahwa bisnis transportasi berbasis online ini merupakan terobosan baru di bidang transportasi.

Gojek, grab, dan uber adalah tiga penyedia transportasi *online* besar di Tanah Air. Ketiganya terus menawarkan layanan dan fitur terbaru demi menggaet pelanggan baru. Persaingan mereka pun terbilang ketat dan terkadang diwarnai dengan hal kontroversial. Berikut fakta menarik soal gojek, grab, dan uber menurut studi dari ilmu One Data dengan sumber data yang diperoleh dari com Score. Studi ini mengungkap jumlah pengguna (*unique visitor*) grab dan gojek tidak jauh berbeda (8,6 juta dan 8,8 juta per bulan). Sementara jumlah pengguna uber sekitar seperempatnya (2,3 juta per bulan). Gojek memiliki basis pengguna

8,8 juta, sedangkan grab memiliki basis pengguna 8,6 juta. 4 juta dari pengguna gojek juga menggunakan grab.

Menariknya 15,8 persen dan 16,9 persen pengguna gojek dan grab, masing-masing juga menggunakan uber. Namun, 60 persen pengguna uber menggunakan gojek dan grab. Mengenai jumlah pengguna berdasarkan jenis kelamin, gojek memiliki 3.403.000 pengguna pria dan 5.468.000 pengguna wanita. (<https://www.liputan6.com/teknoread/3155394/persaingan-sengit> diakses pada Selasa, 6 Maret 2018)

Walaupun menuai banyak kontroversi, perkembangan teknologi yang pesat tidak dapat ditahan sehingga mau-tidak mau setiap teknologi baru dapat teraplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, terlepas dari masalah tersebut, masyarakat Indonesia sangat memerlukan sarana transportasi yang nyaman, aman, tepat waktu dan tidak mahal. Oleh karena itu, bisnis transportasi online ini harus disambut dengan baik dan terus dikembangkan.

Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan gojek bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Para driver gojek mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra dengan mendapatkan akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi kami. Mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, akses kepada lembaga keuangan dan asuransi, cicilan otomatis yang terjangkau, serta berbagai fasilitas yang lain. Gojek selalu

mengikuti setiap perkembangan jaman dan teknologi yang terus meningkat. Dan humas sangat berperan disetiap perusahaan, untuk memberikan tujuan sebagai upaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya.

Gojek dibangun oleh kumpulan individu yang percaya bahwa teknologi merupakan jawaban untuk mengeluarkan potensi terbaik yang dimiliki oleh seorang manusia. Mimpi inilah yang membuat Gojek menciptakan Go-Ride agar kemacetan tidak menghambat kamu dalam beraktivitas, Go-Food agar kemageran tidak menghentikan kamu untuk menyantap makanan favoritmu, dan berbagai produk lainnya untuk membuatmu menjalani hidup tanpa batas. Gojek percaya bahwa setiap manusia dapat mengeluarkan potensi terbaiknya bila difasilitasi dengan baik.

Keberadaan sebuah perusahaan tidak selalu memberikan dampak positif pada publik dan sekitarnya, maka keberadaan humas yang sangat diperlukan selain menjalankan kegiatan *internal relations* dan *eksternal relations* salah satu caranya adalah kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Kegiatan yang dilaksanakan diharapkan memberikan dampak positif bagi publik dan sekitarnya. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam suatu perusahaan sebagai suatu konsep rasa tanggung jawab sosial perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan masyarakat.

Di Indonesia, pemerintah membuat Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 yang berisikan peraturan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yang bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang

berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat umumnya. *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga dimaksudkan untuk mendukung terjadinya hubungan perusahaan yang seimbang, serasi, dan sesuai dengan lingkungan, nilai dan norma, serta budaya masyarakat setempat.

Dalam News Of PERHUMAS (2004) *Corporate Corporate Social Responsibility (CSR)* telah diuraikan terdahulu bahwa sebagai suatu entitas bisnis dalam era pasar bebas yang sangat liberal dan *hyper competitive*, perusahaan-perusahaan secara komprehensif dan terpadu melakukan *best practices* dalam menjalankan usahanya dengan memperhatikan nilai-nilai bisnis GCG, termasuk tanggung jawab terhadap lingkungan, baik fisik (berkaitan dengan sampah, limbah, polusi dan kelestarian alam) maupun sosial kemasyarakatan. Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan diterjemahkan dalam kebijakan Kesehatan Keselamatan Kerja & Lindungan Lingkungan (K3LL) dan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR).

Berdasarkan sifatnya, pelaksanaan program CSR dapat dibagi dua, yaitu :

1. Program Pengembangan Masyarakat (*Community Development/CD*); dan
2. Program Pengembangan Hubungan/Relasi dengan publik (*Relations Development/RD*).

Sasaran dari Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* (CD & RD) adalah:

(1) Pemberdayaan SDM lokal (pelajar, pemuda dan mahasiswa termasuk di

dalamnya); (2) Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat sekitar daerah operasi; (3) Pembangunan fasilitas sosial/umum, (4) Pengembangan kesehatan masyarakat, (5) Sosial budaya, dan lain-lain.

Industri teknologi di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat selama beberapa tahun terakhir. Hal ini dikarenakan banyaknya solusi yang dihasilkan oleh perusahaan teknologi untuk menyelesaikan masalah dengan cara yang cepat dan inovatif. Meskipun demikian, masih banyak permasalahan yang saat ini belum dapat ditemukan solusinya. Maka dari itu, daya manusia yang sangat luar biasa. Jumlah putra-putri Indonesia yang PT Gojek Indonesia membutuhkan talenta-talenta kelas dunia di bidang teknologi untuk dapat menciptakan solusi-solusi yang belum pernah terpikirkan sebelumnya. Dengan jumlah penduduk yang mencapai 250 juta orang, Indonesia memiliki potensi sumber berprestasi di bidang teknologi pada taraf internasional juga meningkat setiap tahunnya. Sayangnya masih banyak potensi yang belum dapat dimaksimalkan karena kurangnya wadah untuk meningkatkan kompetensi di bidang teknologi.

Tidak hanya mengenai aplikasi transportasi yang sekarang mudah diakses dan di kenal oleh kalangan masyarakat. Saat ini gojek juga membuka program mengenai pemograman teknologi informasi yaitu Go-Scholar Tech, selain mengadakan kegiatan seperti Go-Scholar Tech, gojek juga mengadakan kegiatan yaitu Go-Festival yang dimana festival ini adalah festival kuliner yang diadakan setahun sekali. Tetapi disini saya lebih memfokuskan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* gojek yaitu Go-Scholar Tech. Seiring teknologi terus



berkembang, maka gojek perlu mencari programmer yang berbakat untuk membantu meningkatkan perusahaan. Teknologi telah menjadi aspek yang paling menarik dalam segala hal. Jadi ini sangat membantu menjalankan setiap bisnis, transportasi, pengiriman, dan sebagainya. Karena teknologi yang terus berkembang, maka semakin banyak programmer di luar sana dan menjadi perusahaan startup yang visinya adalah untuk membawa dampak sosial dan membantu kehidupan sehari-hari lebih mudah, disinilah gojek mencoba untuk menemukan bakat terbaik dalam pemograman. Gojek berkolaborasi dengan Hacktiv8 Indonesia untuk menghadirkan Go-Scholar Tech.

Pada kasus disini PT Gojek Indonesia merasa bahwa masih banyaknya masyarakat khususnya lulusan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) yang kurang paham dengan keilmuan yang terpakai di dunia kerja seperti pada ilmu mengenai pemograman maupun Information Technology (IT), kontribusi lulusan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) terhadap jumlah pengangguran di Indonesia salah satunya disebabkan oleh lebih rendahnya keahlian khusus atau *soft skill* lulusan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan). Jadi, PT Gojek Indonesia mencoba membuka program mengenai Go-Scholar Tech pelatihan programming yang diadakan melalui kerjasamanya dengan Hakativ8 untuk membentuk skill programming untuk persiapan di dunia kerja.

PT Gojek Indonesia bekerja sama dengan Hacktiv8 karena ingin perusahaan yang bekerja sama dengannya dapat menciptakan peluang bersama dalam mengedepankan produk dengan teknologi berkualitas. Jadi PT Gojek

Indonesia ingin menciptakan programmer yang handal di dalam bidangnya. Karena PT Gojek Indonesia pun menyadari bahwa kurangnya pemahaman terhadap masyarakat dan ingin menambahkan kualitas perusahaan dengan mengadakan program Go-Scholar Tech ini. Dengan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Go-Scholar Tech ini akan adanya *recruitment* dari PT Gojek Indonesia. Keberlangsungan usaha PT Gojek Indonesia ini tidak lepas dari peran masyarakat. Untuk itu PT Gojek Indonesia menyadari betul dalam membina hubungan baik dengan masyarakat.

Dengan kata lain PT Gojek Indonesia ada karena masyarakat dan ada untuk masyarakat. Oleh karena itu PT Gojek Indonesia selalu senantiasa melaksanakan komitmennya dalam mewujudkan tanggung jawab sosialnya pada masyarakat. Hal ini sejalan pula dengan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* memberikan beasiswa serta pelatihan programmer kepada masyarakat khususnya lulusan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) yang kurang paham mengenai teknikal serta kognitif di bidang pemrograman. Selain itu, manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)* bagi masyarakat yaitu dapat mengembangkan diri dan usahanya sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan tercapai.

Salah satu gagasan yang tercipta karena adanya kegiatan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini adalah bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu kegiatan yang melibatkan langsung publik perusahaan. Publik tersebut eksternal maupun internal, karena kegiatan



tersebut melibatkan publik, maka dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memerlukan sebuah kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan atau komunikasi perusahaan (*Corporate Communication*).

Dari uraian latar belakang diatas penelitian tertarik untuk meneliti penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Gojek Indonesia agar tetap digunakan dan dipercayai oleh masyarakat. Dimana selanjutnya penelitian ini akan dilanjutkan dengan judul “PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) “GO-SCHOLAR TECH” di PT GOJEK INDONESIA (Studi Kasus “Sekolah Programming Bagi Lulusan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan”).

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan diatas. Peneliti dapat merumuskan masalah :

***“Bagaimana implementasi Corporate Social Responsibility dalam memberikan pelatihan programming pada penerapan program Corporate Social Responsibility (CSR) “GO-SCHOLAR TECH” di PT GOJEK INDONESIA?”***

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan oleh PT Gojek Indonesia melalui GO-SCHOLAR TECH dengan memberikan pelatihan programming beasiswa bagi lulusan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan).

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian berharap dari penelitian yang dilakukan, dapat memiliki banyak manfaat. Manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis.

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) untuk mengetahui “PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* “GO-SCHOLAR TECH” di PT GOJEK INDONESIA (Studi Kasus “Sekolah Programming Bagi Lulusan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan)”.

## 1.4.2 Manfaat Praktis

### A. Kegunaan untuk Peneliti

Penelitian ini dapat berguna secara praktis bagi peneliti sebagai pengaplikasian ilmu atau teori yang sudah peneliti dapatkan selama mengikuti perkuliahan khususnya dan peneliti selanjutnya.

### B. Kegunaan untuk Universitas dan Program Studi

Penelitian ini berguna bagi Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia dan program Studi Ilmu Komunikasi khususnya Humas yang akan melakukan penelitian berikutnya.

