

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertamina Foundation membuat suatu program pemberdayaan perempuan di bidang kewirausahaan yang bertujuan untuk membantu mengembangkan minat serta meningkatkan potensi UMKM perempuan. Adanya pandemi Covid-19 yang muncul sejak pertengahan tahun 2020 tentunya berpengaruh terhadap perekonomian, salah satunya ialah penurunan UMKM milik perempuan sebanyak 75% (KemenPPA, 2020). Tak jarang UMKM tersebut akhirnya memilih untuk tidak melanjutkan usahanya dikarenakan mengalami kebangkrutan. Hal tersebut mendorong Pertamina Foundation untuk membuat suatu program pemberdayaan perempuan di bidang kewirausahaan yang bertujuan untuk membantu mengembangkan minat serta meningkatkan potensi UMKM perempuan yang mengalami penurunan drastis akibat pandemi Covid-19. Pertamina Foundation merupakan sebuah organisasi nirlaba (yayasan) modern yang didirikan pada tanggal 12 Januari 2011 dengan mengusung *tagline* “Berkarya, Berbagi, dan Bergerak Bersama”.

Adapun terdapat lima program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pertamina Foundation yang diharapkan dapat memberikan manfaat serta berdampak secara menyeluruh juga berkelanjutan bagi masyarakat Indonesia, yaitu: Program PFprestasi, PFbangkit, PFsains, PFmuda, dan PFpreneurer. Program PFpreneurer hadir guna mendukung kapasitas serta kapabilitas para perempuan untuk mendukung ekonomi keluarga serta kesejahteraan perempuan. Pelaksanaan program PFpreneurer ini dilakukan melalui pelatihan peningkatan kapasitas SDM, pendampingan secara berkelanjutan, pemberian akses permodalan dari program kemitraan PT Pertamina (Persero) mencapai Rp 200 Juta per-UMKM, dan pemberian fasilitas berupa *branding* produk serta kemitraan pada saat kegiatan festival maupun pameran produk (Pertamina Foundation, 2022).

Pertamina Foundation membuat suatu program pemberdayaan perempuan di bidang kewirausahaan

Tema dari program PFpreneur adalah “*Women leaders & Entrepreneurs*” yang memiliki makna bahwa seluruh perempuan di Indonesia mempunyai kemampuan dalam mengembangkan perekonomian kelompok/masyarakat di wilayah sekitarnya. Di Samping selaras dengan visi dan misi Pertamina Foundation, pelaksanaan program PFpreneur ini juga merupakan upaya Pertamina Foundation dalam rangka mendukung tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs), yakni pada poin ke-9: pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat serta meningkatkan aktivitas kegiatan *Corporate Social Responsibility* agar para kelompok usaha perempuan lebih semangat dalam menjalankan bisnis dan dapat berdampak luas secara berkelanjutan khususnya bagi pembangunan kesejahteraan keluarga dan masyarakat (Pertamina Foundation, 2020)



Gambar 1. 1 Infografis Data Kontribusi UMKM Perempuan Tahun 2018 (Katadata.co.id, 2018)

Pada pertengahan tahun 2020, adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan perekonomian negara mengalami penurunan secara signifikan, yaitu sebanyak 87% perempuan pemilik UMKM mengalami kerugian. Semua sektor mengalami penurunan dan sektor yang mengalami keterpurukan paling besar adalah UMKM (Bank Indonesia, 2022). Kondisi ini menyebabkan banyak

pengusaha perempuan turut aktif dalam menjalankan aktivitas usahanya baik itu dalam rumah maupun di luar rumah dengan tujuan untuk menopang serta menjaga ekonomi keluarganya (KemenPPA, 2021). Oleh karenanya, pemberdayaan *womenpreneur* di masa pandemi dapat menjadi langkah strategis untuk menyerap tenaga kerja dan membangkitkan kembali perekonomian keluarga maupun negara. Dalam hal ini pemerintah pun turut mencetuskan sejumlah kebijakan yang berfokus terhadap pengembangan UMKM yang dikelola oleh perempuan (Ekon, 2021).

Alasan utama para perempuan berwirausaha ini diperkuat dengan adanya kebutuhan keluarga, motivasi, dan juga minat dari para pelaku usaha. Umumnya perempuan yang sudah berumah tangga memilih untuk tidak bekerja di luar rumah seperti di kantor. Namun, mayoritas perempuan cenderung berminat melakukan pekerjaan yang dapat dijalankan tanpa perlu meninggalkan rumah dan mengganggu waktu untuk keluarga. Terkait dengan hal tersebut, salah satu hal yang bisa dilakukan ialah dengan menjadi seorang pengusaha karena kegiatan tersebut dapat membuka peluang besar bagi setiap perempuan untuk mengembangkan potensi dirinya agar produktivitas terus berjalan (Hardilawati, 2020).

Perkembangan *womenpreneur* sangat berpotensi sebagai penggerak utama proses pemberdayaan wanita, perubahan sosial, dan memberikan hasil yang positif terhadap tingkat perekonomian negara (KemenPPA, 2021). Kendati demikian, saat ini para UMKM perempuan dihadapkan dengan tantangan yang membuat bisnis menjadi terhambat dan sulit berkembang. Tantangan yang seringkali dihadapi oleh UMKM perempuan dilatarbelakangi berbagai faktor mulai dari tidak adanya dana usaha yang memadai, akses pengembangan keterampilan SDM, fasilitas yang kurang memadai, strategi bisnis yang perlu diubah, dan kurangnya pengetahuan pengelola perusahaan terhadap laporan arus kas operasional perusahaan (Nadia, 2022).



Gambar 1. 2 Persebaran UMKM Binaan PFPreneur (Instagram @pertamina.foundation, 2023)

Dikutip dari Instagram resmi Pertamina Foundation, program PFPreneur telah diikuti secara merata oleh *womenpreneurs* di seluruh Indonesia, Pertamina Foundation pun berencana akan membentuk 1000 kewirausahaan per tahunnya selama lima tahun ke depan dan sebanyak sepuluh besar *womenpreneur* yang terpilih akan mendapatkan pendampingan khusus dari Pertamina Foundation. Pendampingan tersebut antara lain pengembangan kewirausahaan, mengenalkan teknologi pendukung usaha *e-commerce*, jaringan usaha, dan *event festival* atau *web contest product*. Adapun pada tahun 2020 terpilih 20 kelompok UMKM yang terdiri dari 167 *womenpreneur* yang mendapat stimulan dana, sedangkan pada tahun 2022 terjaring 1.021 pengusaha perempuan dan selama tiga tahun berdiri Pertamina Foundation telah melatih 3000+ *womenpreneur*. Dengan adanya program PFPreneur diharapkan Pertamina Foundation dapat menjadi organisasi yang bisa memberikan perhatian pada kegiatan wirausaha perempuan agar dapat memajukan usahanya serta membentuk *womenpreneur* yang mandiri untuk meningkatkan potensi UMKM serta mendorong pemberdayaan perempuan di bidang kewirausahaan (Pertamina Foundation, 2022).

Salah satu UMKM binaan dari program PFPreneur Pertamina Foundation yang berhasil *go international* ialah UMKM asal jombang Jawa Timur yaitu Batik Retno Aji milik Retno Setyawati yang telah berdiri sejak tahun 2015. Bergabungnya Batik Retno Aji dengan Pertamina Foundation menunjukkan perubahan yang sangat signifikan, yaitu sebesar 50 persen pendapatan

penjualannya mengalami kenaikan dengan mengantongi pendapatan sebesar 15 juta per bulan, sedangkan sebelum bergabung dengan program PFpreneur Pertamina Foundation, penghasilan yang didapat hanya sebesar 5-10 juta. Keikutsertaan Retno pada program PFpreneur Pertamina Foundation memudahkan ia dalam mendapatkan fasilitas pendampingan, pembinaan, penambahan modal usaha, wadah untuk melakukan promosi, dan fasilitas untuk mengikuti pameran-pameran sehingga memberikan peluang yang cukup besar agar Batik Retno Aji semakin dikenal oleh masyarakat (Umami & Ramadhansi, 2020).

Dikutip dari *annual report* resmi Pertamina Foundation, UMKM binaan PFpreneur lainnya adalah milik Irma Suryati, yaitu Mutiara Handycraft yang berasal dari kota Kebumen, Jawa Tengah. Irma Suryati yang merupakan wanita disabilitas yang lumpuh akibat penyakit polio yang dideritanya sejak usia 4 tahun ini telah berhasil membangun sebuah usaha bernama Mutiara Handycraft. Mutiara Handycraft merupakan sebuah rumah produksi untuk kerajinan yang dihasilkan oleh penyandang disabilitas yang memiliki keinginan untuk membangun ekonomi mandiri dengan mengolah kain perca menjadi kerajinan, seperti taplak meja dan karpet yang memiliki nilai jual. Pada tahun 2022, Mutiara *Handycraft* menjadi binaan program PFpreneur melalui program aspirasi yang melaksanakan kegiatan pendampingan kepada 30 penyandang disabilitas. Tidak hanya sebatas melakukan pelatihan, namun Mutiara *Handycraft* juga diberikan fasilitas untuk menjual berbagai macam produk yang dihasilkan, baik ke pasar nasional hingga internasional (Pertamina Foundation, 2023).

Kedua pencapaian tersebut merupakan bukti bahwa Pertamina Foundation telah berhasil memberikan dampak positif kepada masyarakat dan juga lingkungan sekitarnya. Guna menguatkan program serta pengembangan dan perluasan jangkauannya, Pertamina Foundation memanfaatkan penggunaan teknologi informasi untuk menjalin relasi dengan pemangku kepentingan nasional maupun internasional secara rutin dan fokus terhadap para generasi muda. Dikutip dari Instagram resmi Pertamina Foundation, terdapat beberapa organisasi yang telah menjalin kerja sama dengan Pertamina Foundation, yakni organisasi Perempuan

Indonesia Maju (PIM) dan organisasi pengusaha Indonesia, yaitu Kamar Dagang dan Industri (KADIN).

Selanjutnya, dikutip dari website resmi Pertamina Foundation bahwa dalam mewujudkan program-programnya, Pertamina Foundation juga mendapatkan bantuan/support dari *Corporate Secretary* PT Pertamina (Persero) sebagai penyumbang utama program-program Pertamina Foundation. Tidak hanya mendapatkan bantuan dan *support* dari PT. Pertamina (Persero), namun Yayasan ini juga mendapatkan *support* dari tujuh anak perusahaan Pertamina grup lainnya (Pertamina Foundation, 2021). Oleh karenanya, sejak masa pandemi Covid-19, Pertamina Foundation terus berupaya memberikan dukungannya dalam rangka meningkatkan potensi UMKM perempuan di Indonesia untuk terus bergerak maju menjadi pebisnis modern, berdaya saing pasar, serta mengembangkan ide maupun inovasi kreatif dan aplikatif bersama program PFpreneur. Pada tahun 2021-2023 Pertamina Foundation telah berhasil meraih beberapa penghargaan, yakni diantaranya ialah *The Best Corporate Branding Award 2021* dan *The Best CSR (Foundation category)*, *Indonesia CSR Excellence Award (ICEA)* kategori *The Best Executor for Human Resources Development and CSR Program*, *The Best Overall CSR 2022* dengan capaian skor sebesar 97.00/100 dan *Best in Empowerment of Woman 2023* (Pertamina Foundation, 2023).

Program-program yang dibentuk oleh Pertamina Foundation tentunya telah melewati tahap perencanaan yang matang hingga akhirnya diluncurkan dan dilaksanakan. Berbagai macam program milik Pertamina Foundation yang salah satunya adalah program PFpreneur ini juga dapat dikatakan sebagai program *Corporate Social Responsibility* atau biasa dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Perencanaan program CSR tentunya membutuhkan strategi agar dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. Menurut Cutlip, *et al.* (2013) strategi merupakan sebuah perencanaan dalam menentukan keputusan awal yang akan dilakukan serta sebuah langkah dalam memprediksi masalah maupun peluang yang ada. Strategi juga dapat dikatakan sebagai sebuah proses dalam menentukan rencana jangka panjang yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi. Dalam hal ini tugas dan fungsi *Public Relations* dapat dilaksanakan

dengan membuat sebuah program komunikasi dan menggunakan strategi yang tepat agar program yang dijalankan dapat berjalan baik dan berhasil (Ferdiansyah, Kandialarasati, 2021).

Setelah program PFpreneur melewati tahap perencanaan dan perancangan, maka selanjutnya diperlukan adanya strategi untuk mencapai keberhasilan program tanggung jawab sosial perusahaan tersebut. Salah satu strategi yang dapat digunakan dalam program PFpreneur ini ialah perencanaan strategis *public relations*. Perencanaan strategis *public relations* merupakan hubungan antara organisasi dengan para pemangku kepentingan yang seiring berjalannya waktu akan terus berkembang. Fokus dari perencanaan strategis *public relations* tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan saja, namun strategi tersebut juga berfokus pada tanggung jawab sosial perusahaan sebagai alat ukur kesuksesan perusahaan (Ferdiansyah, Kandialarasati, 2021). Adapun menurut Smith (2021) dalam buku *Strategic Planning for Public Relations* terdapat empat fase dalam menjalankan program komunikasi, yaitu riset formatif, strategi, taktik, dan evaluasi. Keempat fase tersebut perlu diperhatikan karena kegiatan *public relations* (PR) memiliki peran penting dalam sebuah kebijakan organisasi.

Dalam hal ini *Public relations* (PR) memiliki peran penting yang berkaitan dengan faktor lingkungan maupun pemberdayaan masyarakat yang dapat mempengaruhi citra perusahaan dan penerimaan respon dari masyarakat. Adanya respon dari masyarakat tersebut dapat menjadi dorongan perusahaan untuk mengimplementasikan tanggung jawab sosial atau yang biasa dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*. Dalam aktivitas *public relations*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini merupakan sebuah komitmen dan tanggung jawab sosial perusahaan yang berlangsung secara terus menerus dari pelaku usaha bisnis dengan memperhatikan perkembangan para pemangku kepentingan baik secara ekonomi, sosial, dan lingkungan (Arfandi, 2023).

Perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan program CSR tentunya akan mendapatkan timbal balik positif bagi kedua belah pihak, salah satunya perusahaan bisa mendapatkan citra positif dari publik dan lingkungan serta kehidupan masyarakat yang diberdayakan juga akan lebih terjamin. Hal itu sesuai

dengan salah satu sasaran kegiatan *eksternal public relations*, yaitu kegiatan yang berfokus terhadap orang-orang yang berada dalam suatu masyarakat dan perusahaan yang berada di lingkup masyarakat tersebut sehingga antara keduanya saling bergantung dan saling membutuhkan (Siwala, 2017). Dalam penelitian ini, terdapat penelitian terdahulu yang peneliti jadikan sebagai referensi penelitian.

Penelitian pertama yaitu dengan judul Gerakan Pemberdayaan Perempuan Multinasional *Corporation* Tupperware di Malang yang dilakukan oleh Nata Mahanani Putri Hadi tahun 2020, didapatkan hasil bahwa program *She Can* terbukti memiliki dampak positif serta berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi keluarga dan Indonesia. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada teori dan konsep maupun paradigma yang digunakan (Hadi, 2021) Penelitian selanjutnya adalah penelitian dengan judul Perencanaan Strategis *Public Relations* Dalam Membentuk Corporate Branding NET Sebagai Televisi Masa Kini. Penelitian tersebut menggunakan konsep *9 steps PR by Ronald D Smith* oleh Vidya Fitri dan Vanya Kirana Kandialarasati tahun 2021. Penelitian menunjukkan bahwa NET TV telah menerapkan sembilan langkah PR tersebut mulai dari tahap analisis hingga evaluasi. Hasil penelitian oleh NET TV ini ialah program PR tersebut telah berhasil membuat citra positif perusahaan di mata masyarakat dan para pemangku kepentingan juga turut memiliki kontribusi yang besar dalam menyukseskan program yang diselenggarakan oleh NET TV. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian dan metode pengujian data menggunakan teknik *sampling snowball* (Ferdiansyah, Kandialarasati, 2021).

Di sisi lain, peneliti tertarik untuk mengangkat program PFpreneur sebagai fokus utama penelitian guna mengetahui perencanaan program tersebut dikarenakan PFpreneur merupakan program yang berfokus terhadap isu gender serta pemberdayaan perempuan di bidang kewirausahaan dengan menunjang pengembangan potensi UMKM perempuan di Indonesia khususnya pada masa pandemi Covid-19 dan program tersebut baru diluncurkan pada tahun 2020, namun sudah berhasil membawa UMKM binaannya dalam ranah internasional. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul **“Strategic Planning For Public Relations pada Program PFpreneur Pertamina Foundation”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang telah dijelaskan di atas, fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Strategic Planning For Public Relations* pada Program PFpreneur Pertamina Foundation?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yakni ingin mengetahui bagaimana *Strategic Planning For Public Relations* pada Program PFpreneur Pertamina Foundation.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Secara teoritis, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif untuk mengembangkan perencanaan terkait keilmuan komunikasi. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan bacaan/referensi untuk penelitian berikutnya khususnya untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan pembahasan, serta isu/masalah, dan judul yang berbeda.

1.2.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif dan dapat menjadi hasil analisis bagi Pertamina Foundation dalam rangka menjalankan tugas dan tanggung jawabnya selama menjalankan program CSR khususnya pada program PFpreneur.