

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang statusnya masih berkembang banyak terdapat kesenjangan yang signifikan antara pendapatan di wilayah perkotaan dan pedesaan, antara berbagai kelompok sosial. Ada beberapa alasan untuk ini, seperti akses terhadap peluang ekonomi, infrastruktur dan pendidikan yang tidak merata di seluruh negeri. Meskipun kemajuan telah dicapai dalam memperbaiki kesetaraan gender, masih ada kesenjangan pendapatan antara pria dan Wanita. Wanita seringkali mendapatkan pendapatan yang lebih rendah dari pada rekan pria mereka, bahkan untuk pekerjaan yang sam atau sebanding. Sektor informal masih mendominasi ekonomi Indonesia menyebabkan banyaknya pekerja dengan pendapatan rendah dan tidak stabil. Selain itu, terdapat kesenjangan pendapatan antara sektor-sektor ekonomi, dimana sektor-sektor tertentu seperti pertanian dan Pendapatan di industri kecil sering lebih rendah daripada yang di sektor lain.

Tingkat pengangguran yang tinggi dan ketidakpastian ekonomi juga menjadi masalah penting yang mempengaruhi pendapatan masyarakat. Banyaknya tenaga kerja yang belum terserap secara efisien di pasar tenaga kerja berkontribusi pada rendahnya pendapatan individu dan ketidakpastian keuangan rumah tangga. Tingkat Pendidikan yang rendah dan kurangnya keterampilan yang relevan dengan pasar kerja modern juga merupakan

faktor yang membatasi pendapatan individu. Hal ini dapat mengakibatkan rendahnya produktivitas dan keterikatan dalam pekerjaan yang membayar lebih rendah. Krisis ekonomi yang terjadi dari waktu ke waktu Bersama dengan ketidakstabilan makro ekonomi seperti volatilitas harga komoditas dan kurs valuta juga dapat berdampak negatif pada pendapatan masyarakat dengan mengurangi daya beli dan peluang kerja.

PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati sebagai salah satu perusahaan pembangkit listrik di grati pasuruan mempunyai kewajiban untuk dapat melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk menjaga dan melestarikana lingkungan alam sekitar unit perusahaan. Kewajiban PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati melaksanakan tanggung jawab sosial (CSR) tersebut mempunyai tujuan untuk dapat menjalankan tanggung jawabnya secara sosial pada semua *stakeholder* termasuk warga sekitar sebagai suatu bentuk perhatian dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mempunyai pengaruh positif terhadap lingkungan alam sekitar.

Kajian ini memilih program CSR yang dilaksanakan PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati untuk menjawab pertanyaan tentang efektifitas program CSR yang dilaksanakan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, memperbaiki lingkungan dan memajukan ekonomi lokal, Dengan memahami dampak implementasi program CSR tersebut. Kajian ini dapat memberi wawasan yang berrharga tentang praktek

terbaik dalam CSR entitas, serta memberi rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan program CSR dimasa mendatang.

Salah satu tujuan dan fungsi utama dalam pelaksanaan program CSR adalah untuk melindungi dan melestarikan lingkungan alam, sehingga hal tersebut akan sangat mempengaruhi *corporate image* atau citra perusahaan PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati yang menyelenggarakan program tersebut. Citra perusahaan merupakan salah satu elemen penting dalam mendukung kelancaran aktivitas serta bisnis perusahaan. Adapun definisi citra perusahaan (*corporate image*) Kotler dan Keller: "Citra perusahaan dikenal sebagai persepsi umum yang dimiliki masyarakat tentang sebuah perusahaan" (Kotler & Keller, 2007:94). Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwasanya secara langsung citra itu ada, namun tidak dapat digambarkan secara visual maupun fisik (tidak nyata). Citra perusahaan yang dimaksud bukan berarti hanya sekedar citra atas pelayanan atau produknya saja, melainkan citra instansi suatu lembaga secara menyeluruh. Citra terbentuk karena beberapa hal, salah satu peran penting dalam pembentukan citra ialah kinerja dan bentuk komunikasi yang baik yang dilaksanakan oleh perusahaan. Bilamana kinerjanya baik, maka secara tidak langsung citra positif akan mulai terbentuk dengan sendirinya (Soemirat & Ardianto, 2007:114).

PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati melaksanakan berbagai program binaan di Desa tersebut diantaranya Rumah Kompos *Power Green* Desa Ranuklindungan, Rumah Maggot Desa

Kanuklindungan, Bank Sampah Sektor Desa Ranuklindungan dan Bank Sampah Teratai Putih Desa Ranuklindungan. Namun, masih terdapat tantangan dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan kelompok binaan program CSR PT PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati. Permasalahan yang terjadi di kelompok binaan PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati di Desa Ranuklindungan terletak pada pendapatan yang tidak stabil bahkan menurun untuk setiap bulannya. Pendapatan yang tidak menentu di akibatkan oleh kurangnya Inovasi Produk dan tidak maksimalnya Strategi Pemasaran yang dilaksanakan kelompok binaan PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati.

Bramastuti (2009), menyatakan bahwasanya pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima dari hasil produksi atau penjualan barang dan jasa. Pendapatan dapat berasal dari berbagai sumber, seperti gaji, dividen, bunga, dan lain sebagainya. Pendapatan ialah satu dari beberapa indikator utama dalam menilai kemakmuran suatu individu atau keluarga. Maka, kelompok binaan wajib berupaya keras guna memperoleh pemasukan yang diinginkan. Berdasar atas masalah pendapatan yang terjadi di beberapa kelompok binaan PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati bahwasanya adanya ketidakstabilan pendapatan atau pendapatan yang tidak menentu bahkan terjadi penurunan pendapatan dikarenakan kurangnya Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran yang tidak maskimal.

Inovasi produk adalah proses mengambil konsep inovatif dan mengubahnya menjadi barang praktis. (Kotler dan Armstrong 2007: 382).

ketidakmampuan dalam riset dan pengembangan produk. Kurangnya sumber daya manusia atau komitmen untuk melakukan riset pasar dan pengembangan produk baru dapat menghambat inovasi. Kelompok binaan mungkin tidak mempunyai tim atau dana yang cukup untuk mengembangkan produk yang memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang.

Tjiptono dan Chandra (2012:193) memaknai Strategi Pemasaran ialah strategi yang menguraikan ekspektasi entitas terkait bagaimana inisiatif atau aktivitas pemasaran yang berbeda akan mempengaruhi permintaan produk atau lini produk tertentu yang dipasarkan ke target tertentu. Kurangnya pengetahuan atau keterampilan dalam pemasaran. Tim pemasaran yang tidak terlatih atau kurang pengalaman mungkin tidak mampu merumuskan Strategi Pemasaran yang efektif. Kurangnya pemahaman tentang tren pasar atau perilaku konsumen dapat menghambat kemampuan kelompok binaan untuk menjangkau pasar dengan efektif. 3. Ketidakmampuan dalam mengikuti perubahan pasar Perubahan dalam preferensi konsumen atau perkembangan industry mungkin tidak diantisipasi atau direspon dengan cepat oleh kelompok binaan. Kurangnya kelenturan dalam Strategi Pemasaran atau keengganan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dapat menyebabkan penurunan pendapatan.

Kajian sebelumnya telah menyoroti pentingnya Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran dalam meningkatkan pendapatan diberbagai konteks. Namun kajian yang spesifik mengenai dampak kedua faktor ini pada

pendapatan kelompok binaan CSR PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati di Desa Ranuklindungan, Grati, Pasuruan masih minim. Maka, penulis menjalankan kajian ini guna menelaah kesenjangan pengetahuan yang mendasarinya dengan mengkaji secara rinci bagaimana inovasi produk dan strategi pemasaran dapat memengaruhi pendapatan kelompok binaan program PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati. Pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran diinginkan akan menciptakan wawasan baru yang dapat membantu PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati dan pihak terkait dalam merancang program-program binaan yang lebih efektif dan berkelanjutan. Selain itu perolehan kajian ini bisa memberi efek yang sangat signifikan bagi pertumbuhan perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat di desa ranuklindungan, grati, dan pasuruan, serta menjadi referensi penting bagi para peneliti lainnya.

Hasil kajian ini dijalankan oleh Supandi dan Johan tahun 2022 dengan judul pengaruh Strategi Pemasaran *online* terhadap pendapatan pelaku UMKM di kecamatan cilandak membuktikan bahwasanya Strategi Pemasaran *online* (X) punya pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pendapatan (Y) pelaku UMKM di Kec Silandak, alhasil bisa diambil simpulan bahwasanya terdapat pengaruh yang positif antara Strategi Pemasaran *online* dengan pendapatan pelaku UMKM.

Berdasar atas latar belakang diatas dan masalah yang di alami kelompok binaan PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati

penulis tertarik guna menjalankan kajian berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Pada Kelompok Binaan Indonesia Power Di Desa Ranuklindungan Grati Pasuruan”**

B. Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah yang terkait dengan kajian ini, yakni:

1. Apakah Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan pada Kelompok Binaan di Desa Ranuklindungan Grati Pasuruan?
2. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap Pendapatan pada Kelompok Binaan Indonesia Power di Desa Ranuklindungan Grati Pasuruan?
3. Apakah Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Pendapatan pada Kelompok Binaan Indonesia Power di Desa Ranuklindungan Grati Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar atas rumusan masalah yang dikemukakan, alhasil tujuan kajian ini yakni:

1. Untuk memahami pengaruh secara simultan antara Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran terhadap pendapatan pada Kelompok Binaan Indonesia Power Di Desa Ranuklindungan Grati Pasuruan.

2. Untuk memahami pengaruh pengaruh Inovasi Produk terhadap terhadap pendapatan pada Kelompok Binaan Indonesia Power Di Desa Ranuklindungan Grati Pasuruan.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh Strategi Pemasaran terhadap pendapatan pada Kelompok Binaan Indonesia Power Di Desa Ranuklindungan Grati Pasuruan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi perusahaan

Perolehan kajian ini diinginkan bisa dapat berguna bagi divisi *Community Development* bidang keamanan dan humas PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati untuk mengembangkan serta menjadi masukan positif PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati sehingga perusahaan mempertahankan citra perusahaan.

2. Bagi peneliti

Bagi peneliti, kegunaan dari penelitian ini ialah jadi wujud penerapan ilmu yang sudah didapat saat proses perkuliahan yang sesuai dengan konsentrasi Ilmu Kehumasan. Kajian ini juga berfungsi untuk menambah pengetahuan serta menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dan memunculkan wawasan baru terkait penerapan Program CSR PT. PLN Indonesia *Power Generation Unit* (PGU) Grati Bagi Universitas Merdeka Pasuruan. Hasil kajian ini jadi bahan pustaka yang

dbutuhkan bagi Fakultas Ekonomi prodi Manajemen dan menumbuh kembangkan MSDM.

3. Bagi Masyarakat

Kajian ini diinginkan bisa memperluas wawasan baru bagi warga luas mengenai pengaruh Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran terhadap Pendapatan pada kelompok binaan Indonesia Power di Desa Ranuklindungan Grati Pasuruan Sehingga masyarakat dapat lebih mengenal dan mengetahui bagaimana aktivitas perusahaan dalam menjaga citra perusahaan tersebut.

