CAUSA
ISSN 3031-0369

Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 3 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

MANAJEMEN ISU DAN KOMUNIKASI KRISIS DALAM PENUTUPAN PABRIK PT SANKEN INDONESIA: IMPLIKASI TERHADAP HUBUNGAN INDUSTRI DAN REPUTASI KORPORAT ABSTRAK

Septian Dwi Nurcahyo[1], Fahad Umar Mawardi[2], Saeful Mujab[3]
[1,2,3]Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
[1]septianfojb@gmail.com

Abstrak

Penutupan lini produksi PT Sanken Indonesia di kawasan industri Cikarang, Bekasi, yang efektif pada Juni 2025 dan berdampak pada ratusan pekerja, memunculkan isu strategis dalam ranah manajemen isu dan komunikasi krisis korporat. Peristiwa ini tidak hanya berkaitan dengan keputusan bisnis internal, tetapi juga berimplikasi langsung terhadap hubungan industrial, persepsi publik, serta reputasi perusahaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana strategi komunikasi korporasi diterapkan dalam merespons isu pemutusan hubungan kerja (PHK) massal serta bagaimana efektivitasnya dalam mengelola persepsi pemangku kepentingan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui kajian isi terhadap pemberitaan media, pernyataan resmi perusahaan, pemerintah, dan serikat pekerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah menyampaikan rasionalisasi strategis secara formal, pendekatan komunikasi yang transparan, dialogis, dan empatik masih belum optimal. Kondisi ini memicu resistensi pekerja dan memperkuat persepsi negatif publik. Penelitian ini merekomendasikan penguatan komunikasi krisis berbasis keterlibatan pemangku kepentingan (stakeholder engagement) yang berkelanjutan guna memitigasi risiko reputasi dan menjaga stabilitas hubungan industrial.

Kata kunci: Manajemen Isu, Komunikasi Krisis, PHK Massal, Reputasi Korporat, Hubungan Industrial.

Article History
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: January 2026

Plagirism Checker No. 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/CAUSA.v1i2.365
Copyright : AuthorPublish by : CAUSA

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

PENDAHULUAN

PT Sanken Indonesia merupakan anak perusahaan dari Sanken Electric Co., Ltd. asal Jepang yang telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1997. Berlokasi di kawasan industri MM2100, Cikarang, perusahaan ini selama bertahun-tahun memproduksi berbagai komponen elektronik, seperti *switch mode power supply* dan transformator. Pada awal tahun 2024, manajemen perusahaan mengumumkan rencana penghentian operasional lini produksi yang akan efektif pada Juni 2025 sebagai bagian dari restrukturisasi strategis perusahaan induk di Jepang. Restrukturisasi tersebut diarahkan pada pergeseran fokus bisnis ke sektor teknologi

Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 3 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

semikonduktor, sehingga lini produksi tertentu di Indonesia dinilai tidak lagi sejalan dengan strategi jangka panjang korporasi.

Keputusan ini berdampak langsung terhadap lebih dari 450 pekerja, bahkan dalam beberapa laporan disebutkan mencapai sekitar 900 orang jika digabungkan dengan gelombang PHK sebelumnya. Penurunan tingkat utilisasi pabrik yang dilaporkan hanya sekitar 14 persen memperkuat argumen efisiensi sebagai dasar penutupan. Namun demikian, kebijakan ini memunculkan persoalan serius dalam hubungan industrial, khususnya terkait perlindungan tenaga kerja, keadilan kompensasi, dan transparansi komunikasi.

Dalam konteks tersebut, penutupan pabrik PT Sanken Indonesia menjadi kasus relevan untuk mengkaji bagaimana manajemen isu dan komunikasi krisis dijalankan oleh korporasi multinasional ketika menghadapi keputusan bisnis yang berdampak sosial luas. (Tahalele & Santosa, 2024) menjelaskan bahwa kegagalan dalam mengelola komunikasi krisis berpotensi memperburuk konflik industrial dan merusak reputasi perusahaan, baik di tingkat nasional maupun global.

TINJAUAN LITERATUR

Manajemen isu (issue *management*) dipahami sebagai proses sistematis untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan merespons isu-isu yang berpotensi memengaruhi keberlanjutan organisasi. Isu yang tidak dikelola dengan baik dapat berkembang menjadi krisis yang mengancam legitimasi dan reputasi korporat. Sementara itu, komunikasi krisis berfokus pada bagaimana organisasi menyampaikan informasi secara tepat, cepat, dan bertanggung jawab kepada pemangku kepentingan ketika terjadi peristiwa yang menimbulkan ketidakpastian dan tekanan publik(Faizal & Masitoh, 2025).

Penelitian terdahulu menekankan bahwa komunikasi krisis yang efektif setidaknya mencakup tiga elemen utama, yaitu transparansi informasi, empati terhadap pihak terdampak, dan koordinasi pesan antaraktor(Nurhalizah et al., 2025). Transparansi diperlukan untuk mencegah spekulasi dan rumor, empati penting untuk menjaga kepercayaan emosional pemangku kepentingan, sedangkan koordinasi memastikan konsistensi pesan yang disampaikan kepada publik. Dalam konteks hubungan industrial, kegagalan memenuhi ketiga elemen tersebut berpotensi memicu konflik berkepanjangan antara perusahaan dan pekerja.

Reputasi korporat sendiri merupakan aset tidak berwujud yang dibangun melalui persepsi kolektif publik terhadap integritas, tanggung jawab sosial, dan konsistensi tindakan perusahaan. Oleh karena itu, keputusan restrukturisasi dan penutupan pabrik menuntut strategi komunikasi krisis yang tidak semata-mata berorientasi pada pembenaran bisnis, tetapi juga pada tanggung jawab sosial perusahaan(Sheila & Sahra, 2014).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kajian isi (*content analysis*) dan analisis dokumen. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami secara mendalam dinamika komunikasi krisis, relasi kekuasaan, serta konstruksi makna yang berkembang di antara aktor-aktor yang terlibat dalam peristiwa penutupan pabrik PT Sanken Indonesia.

Data penelitian dikumpulkan dari sumber sekunder berupa pemberitaan media nasional arus utama, siaran pers resmi perusahaan, pernyataan pemerintah (khususnya Kementerian Perindustrian dan Kementerian Ketenagakerjaan), serta tanggapan serikat pekerja yang dipublikasikan sejak pengumuman awal rencana penutupan pabrik hingga mendekati waktu implementasi kebijakan pada tahun 2025. Media yang dianalisis meliputi Antara News, Liputan6, MetroTVNews, Bloomberg Technoz Indonesia, dan beberapa media daring nasional lainnya.

Teknik analisis dilakukan melalui tahapan pengelompokan tema komunikasi (tema rasionalisasi bisnis, perlindungan tenaga kerja, empati sosial, dan reputasi korporat), identifikasi aktor komunikasi, serta penilaian konsistensi pesan yang disampaikan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan narasi dari pihak perusahaan, pemerintah, dan serikat pekerja(Effendy, 2009). Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi kesenjangan komunikasi serta implikasinya terhadap persepsi publik dan hubungan industrial.

Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami secara mendalam dinamika komunikasi krisis yang berkembang di ruang publik serta mengidentifikasi kesenjangan antara pesan yang disampaikan perusahaan dan persepsi yang terbentuk di kalangan pemangku kepentingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penutupan pabrik PT Sanken Indonesia merupakan hasil keputusan strategis perusahaan induk yang disampaikan melalui mekanisme perizinan dan komunikasi internal perusahaan. Alasan utama yang dikemukakan adalah perubahan strategi bisnis global serta rendahnya tingkat utilisasi fasilitas produksi. Dampak sosial dari kebijakan ini sangat signifikan, mengingat mayoritas pekerja memiliki masa kerja panjang, rata-rata di atas 15 tahun, dan berada pada usia produktif.

Kondisi tersebut menimbulkan kekhawatiran terkait kesiapan pekerja menghadapi pasar kerja baru serta efektivitas program transisi yang disediakan perusahaan. Dalam konteks ini, komunikasi internal yang kurang dialogis memperbesar rasa ketidakpastian di kalangan karyawan.

Tanggapan Serikat Pekerja dan Publik

Serikat pekerja, termasuk Federasi Serikat Pekerja Metal Indonesia (FSPMI) dan Konfederasi Serikat Pekerja Indonesia (KSPI), secara aktif menyuarakan kritik terhadap kebijakan PHK massal dan menuntut pemenuhan hak normatif pekerja. Aksi kolektif dan pernyataan publik dari serikat pekerja menunjukkan adanya ketegangan yang cukup kuat antara kepentingan efisiensi bisnis dan tuntutan keadilan sosial.

Di sisi lain, pemberitaan media dan respons publik memperlihatkan persepsi bahwa perusahaan kurang menunjukkan empati terhadap dampak sosial penutupan pabrik. Narasi ini diperkuat oleh minimnya komunikasi proaktif yang menonjolkan program mitigasi sosial bagi pekerja terdampak.

Analisis Komunikasi Krisis

Analisis menunjukkan bahwa strategi komunikasi krisis PT Sanken Indonesia masih didominasi pendekatan informatif formal yang berfokus pada rasionalisasi bisnis. Aspek transparansi memang dipenuhi melalui penyampaian alasan penutupan, namun dimensi empati dan dialog partisipatif belum terlihat kuat. Selain itu, koordinasi pesan antara perusahaan, pemerintah, dan media belum sepenuhnya mampu membangun narasi bersama yang menenangkan publik.

Keterlibatan pemerintah, khususnya Kementerian Perindustrian, yang menegaskan bahwa penutupan tidak disebabkan oleh iklim usaha nasional, belum cukup efektif meredam persepsi negatif. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi krisis memerlukan pendekatan terpadu dan berorientasi pada kepentingan pemangku kepentingan terdampak.

Implikasi terhadap Reputasi Korporat

Dari perspektif reputasi, penutupan pabrik ini berpotensi menurunkan citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial. Meskipun alasan ekonomi dan strategi global dapat dipahami, publik cenderung menilai perusahaan dari cara mereka memperlakukan karyawan dalam situasi krisis. Oleh karena itu, kegagalan menunjukkan empati dan komitmen sosial dapat berdampak jangka panjang terhadap reputasi korporat.

KESIMPULAN

Kasus penutupan pabrik PT Sanken Indonesia menunjukkan bahwa manajemen isu dan komunikasi krisis merupakan elemen krusial dalam pengambilan keputusan bisnis yang berdampak sosial luas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi yang hanya berfokus pada pembenaran strategis tidak cukup untuk menjaga kepercayaan publik dan stabilitas hubungan industrial. Perusahaan perlu mengembangkan strategi komunikasi krisis yang lebih komprehensif melalui peningkatan transparansi, pendekatan empatik kepada pekerja, serta koordinasi intensif dengan pemerintah, serikat pekerja, dan media.

Pendekatan tersebut tidak hanya berfungsi untuk memitigasi risiko reputasi, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab sosial korporat dalam menjaga keberlanjutan hubungan industrial di tengah dinamika ekonomi global.

DAFTAR PUSTAKA

Antara News. (2025). *Kemenperin pastikan Sanken Cikarang tutup bukan karena iklim usaha*. ANTARA News. https://www.antaranews.com

Antara News. (2025). *Partai Buruh-KSPI gelar aksi desak pemerintah lindungi buruh terdampak PHK*. ANTARA News. https://www.antaranews.com

Bloomberg Technoz Indonesia. (2025). *PHK buruh Sanken Indonesia dan dampak ekonomi yang muncul*. Bloomberg Technoz. https://www.bloombergtechnoz.com

Liputan6.com. (2025). *Pabrik Sanken Indonesia tutup, ratusan hingga 900 karyawan terdampak PHK*. Liputan6. https://www.liputan6.com

MetroTVNews. (2025). *Kronologi penutupan pabrik Sanken Indonesia di Cikarang*. Metro TV News. https://www.metrotvnews.com

Effendy, O. U. (2009). *Ilmu komunikasi*.

Faizal, K. A., & Masitoh, S. (2025). *SITUATIONAL CRISIS COMMUNICATION KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN DIGITAL DALAM MENANGANI KASUS*. *13*(1), 267–281.

Nurhalizah, S., Ayu, P., & Rafiqoh, H. (2025). *Representasi Manajemen Krisis dan Citra Public Relations dalam Serial TV How to be Likable in A Crisis*. *2*.

Sheila, A., & Sahra, J. A. (2014). *The Roles of PR in Crisis Communication : Telkomsel Crisis Communication Management in Indonesia*. 1–15.

Tahalele, O., & Santosa, S. (2024). *Strategi komunikasi krisis dalam mengelola isu sensitif dalam bisnis atau organisasi*. *7*, 9925–9930.