

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia yang bergerak dalam bidang transportasi massa dan juga penunjang lainnya, serta menjadi penggerak perekonomian Negara yang mana telah memiliki pengalaman selama 75 tahun. PT. Kereta Api Indonesia (KAI) tercatat sebagai BUMN yang memiliki nilai inovatif dan agresif yang cukup tinggi dalam membenahan korporasinya. Hal ini dapat dibuktikan dalam berbagai perbaikan fundamental pada kinerja keuangan, manajemen, penghargaan dan yang terutama pelayanan kepada pelanggan jasa. PT. KAI berkomitmen untuk melaksanakan transformasi secara menyeluruh dengan core value AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif). (recruitment.kai.id diakses pada tanggal 9.11 2022)

Menyertai keberhasilan yang telah diraih, PT. KAI tidak hanya fokus pada pembangunan operasional semata, namun juga terus berupaya meningkatkan daya saing perusahaan melalui pembangunan kualitas sumber daya manusia secara berkesinambungan. Visi dari tanggung jawab perusahaan yang dimiliki PT. KAI yaitu menjadi perusahaan yang memberikan manfaat tinggi bagi masyarakat, lingkungan, dan pemangku kepentingan melalui peningkatan aktivitas Program kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) dan *Community Relations (CR)*. (recruitment.kai.id diakses pada tanggal 9.11 2022)

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki peraturan yang telah ditetapkan dalam Surat Keputusan Direksi Nomor: Kep.U/KP.502/IV/1/KA-2015 tanggal 28 April 2015 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penerapan CSR di Lingkungan PT. KAI (Persero). Dengan adanya peraturan ini maka dibentuklah arah kebijakan/ lingkup tugas diantaranya, melaksanakan mandat yang diberikan oleh Pemerintah dalam rangka mengatasi masalah sosial kemasyarakatan dan lingkungan melalui penyaluran dana Bina Lingkungan dan *Community Relations*; Keberpihakan terhadap masyarakat ekonomi lemah untuk dijadikan masyarakat yang berdaya, tumbuh dan mandiri secara sosial dan ekonomi melalui penyaluran dana program kemitraan; membina hubungan baik dengan komunitas internal dan eksternal untuk kelangsungan usaha Perusahaan; melaksanakan kegiatan dalam rangka *Corporate Image* dan manfaat bagi *sakeholder*; serta mendukung terciptanya keselamatan dan keamanan perjalanan kereta api. (kai.id diakses pada tanggal 9.11 2022)

PT. KAI berhasil meraih tiga penghargaan prestisius di ajang TOP CSR Awards 2021 karena telah berhasil menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL). Banyak program CSR yang dikembangkan oleh KAI, baik dalam rangka membantu penanganan *COVID-19* ataupun program lainnya yang dibutuhkan masyarakat *internal* dan *eksternal* perusahaan. (kai.id diakses pada tanggal 9.11 2022)

Corporate Social Responsibility yang selanjutnya akan disebut sebagai CSR merupakan suatu bentuk kontribusi sosial yang dilakukan oleh perusahaan kepada publik, baik itu publik *internal* maupun publik *eksternal*. CSR merupakan suatu

bentuk tanggung jawab moral perusahaan kepada publik yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan, membantu dalam hal/ isu lingkungan, ekonomi, pendidikan dan lainnya.

CSR didefinisikan sebagai bentuk komitmen bisnis dengan berperan mendukung pembangunan ekonomi, bekerjasama antara karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal, dan masyarakat luas, dengan tujuan untuk meningkatkan mutu hidup dengan berbagai cara yang menguntungkan bisnis serta pembangunan. (Petkoski dan Twose, 2003).

Program CSR yang digulirkan oleh PT. KAI (Persero) diantaranya yaitu *Marching Band Locomotive* yang merupakan unit kegiatan yang dibina oleh unit *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai wadah pengembangan daya kreasi dalam bidang seni dan music teruntuk khususnya *Marching Band* di kalangan karyawan, keluarga karyawan, pelajar dan mahasiswa Kota Bandung. *Marching Band* ini berdiri sejak tahun 1990, dan saat ini berkekuatan 190 orang yang terdiri dari pemain, pelatih, kru, serta pengurus dan sekretariat. (kai.id diakses pada tanggal 9.11 2022)

Keterkaitan atau hubungan Humas dan CSR dapat dikatakan bahwa memberikan kontribusi bagi organisasi dalam membentuk reputasi, menjaga hubungan dengan *stakeholder*, manajemen krisis, serta etika dalam bertindak. Humas memiliki tanggung jawab mengkomunikasikan serta mempromosikan program CSR dan melakukan publikasi setiap program-program CSR yang digulirkan. Humas juga melakukan pengamatan dan survey terhadap lingkungan,

memonitor peluang serta ancaman terhadap program CSR, mengkomunikasikan program CSR kepada publik dan menjalin hubungan dengan komunitas yang ada. Humas dan CSR berkontribusi pada pembangunan hubungan, manajemen reputasi, hubungan dengan masyarakat, serta upaya mitigasi risiko perusahaan.

Penelitian mengenai CSR dilakukan oleh Hadi Nurdin, Dang Eif Saiful Amin & Dyah Rahmi Astuti. Penelitian mengenai implementasi CSR PT. Pos Indonesia Pada Program Bantuan Sarana Peribadatan dilaksanakan pada perusahaan persero milik Negara atau yang biasa dikenal sebagai BUMN, yang mana bergerak di bidang jasa kurir, logistik dan transaksi keuangan. Dengan hasil penelitian pada PT. Pos Indonesia dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui program bantuan sarana peribadatan yang dilakukan oleh divisi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT. Pos Indonesia merupakan suatu upaya yang dilakukan perusahaan demi memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan program ini merupakan salah satu program yang dilakukann perusahaan demi terjalinnya hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat. (Nurdin, Hadi. Amin, Dang Eif. Astuti, Dyah rahmi. (2019). Implementasi CSR PT. Pos Indonesia Pada Program Bantuan Sarana Peribadatan. Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat.)

Pemaparan diatas menjadi latar belakang peneliti untuk melakulan penelitian lebih lanjut mengenai “Manajemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Program *Marching Band Locomotive*” dengan alasan di antaranya PT Kereta Api Indonesia merupakan perusahaan

transportasi dibawah naungan BUMN yang memiliki banyak program CSR, PT. Kereta Api Indonesia merupakan perusahaan BUMN yang telah meraih penghargaan prestisius di ajang *TOP CSR Awards 2021*, program CSR PT. Kereta Api Indonesia yaitu *Marching Band Locomotive* telah meraih gelar *Grand Prix Marching Band Virtual Competition 2020*, yang merupakan ajang kompetisi *Marching band* tingkat nasional, serta *Marching Band Locomotive* merupakan salah satu program CSR yang menggabungkan pihak internal dan eksternal dalam kegiatannya.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dengan yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian di atas dan untuk membatasi rumusan masalah, maka fokus penelitian yang akan dilaksanakan adalah bagaimana Manajemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Program *Marching Band Locomotive*? Untuk megupas fokus penelitian secara mendalam, maka diajukan pertanyaan penelitian, diantaranya:

1. Bagaimana tahap menentukan kebutuhan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero)?
2. Bagaimana tahap merancang rencana aksi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Program *Marching Band Locomotive*?

3. Bagaimana tahap *monitoring* kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Program *Marching Band Locomotive*?
4. Bagaimana tahap evaluasi dan audit sosial kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Program *Marching Band Locomotive*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memperoleh data melalui studi deskriptif kualitatif dalam meneliti Manajemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. KAI (Persero) melalui program *Marching Band Locomotive*. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana tahap menentukan kebutuhan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero)?
2. Untuk mengetahui bagaimana tahapan merancang rencana aksi pada kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Program *Marching Band Locomotive*?
3. Untuk mengetahui bagaimana tahap *monitoring* kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Program *Marching Band Locomotive*?
4. Untuk mengetahui bagaimana tahap evaluasi dan audit sosial kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Program *Marching Band Locomotive*?

D. Kegunaan Penelitian

D.1 Secara Teoritis

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini mampu memberikan informasi mengenai Manajemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. KAI (Persero) melalui program *Marching Band Locomotive*. Penelitian ini berguna untuk mendapatkan serta menambah khazanah keilmuan dalam bidang Komunikasi Humas. Memberi kontribusi, pengertian dan pemahaman secara teoritis mengenai manajemen komunikasi, manajemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta bagaimana pemahaman mengenai ilmu hubungan *internal* maupun *eksternal*.

D.2 Secara Praktis

1) Kegunaan Penelitian bagi Perusahaan

Penelitian ini akan berguna bagi perusahaan sebagai pertimbangan dalam penerapan program *Marching Band Locomotive* dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang digulirkan akan dapat diketahui apa saja kelebihan dan kekurangannya.

2) Kegunaan Penelitian bagi Praktisi Humas

Penelitian ini berguna sebagai referensi bagi Praktisi Humas mengenai Program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Memberikan gambaran bagaimana penerapan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) hingga mencapai *output* yang dihasilkan oleh CSR.

3) Kegunaan Penelitian bagi Pembaca/ Masyarakat Luas

Pembaca/ masyarakat luas akan mendapatkan pengetahuan dan informasi mengenai konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga masyarakat akan paham konsep CSR perlu untuk diterapkan oleh tiap perusahaan dan digulirkan di masyarakat.

E. Landasan Pemikiran

E.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai salah satu acuan peneliti dengan tujuan agar dapat memperkaya teori atau konsep yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Peneliti mengkaji tentang bagaimana Manajemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. KAI (Persero) melalui program *Marching Band Locomotive*. Dari penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan judul yang serupa, namun menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini, di antaranya:

Penelitian pertama dilakukan oleh Ismi Rahmayuni, Ida Ri'aeni, Ahmad Yusron. Pada Maret 2018. Penelitian ini memiliki subjek yang sama dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti yaitu perihal *Corporate Social Responsibility* (CSR), namun perbedaan yang mencolok yaitu pada konsep penelitian. Ismi Rahmayuni, Ida Ri'aeni, Ahmad Yusron berfokus pada peran *Public Relations* sedangkan peneliti pada strategi yang digunakan oleh *Public Relations*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ismi Rahmayuni, Ida Ri'aeni, Ahmad Yusron mengenai Peran seorang *Public relations* pada CSB Mall dilaksanakan untuk membuat dan merencanakan seluruh rangkaian kegiatan yang

berhubungan dengan publik, komunitas, instansi, pemerintah, wartawan, maupun dengan perusahaan lain. (Rahmayuni, Ismi. Ri'aeni, Ida. Yusron, Ahmad. (2018). Peran *Public Relations* dalam Program Corporate Social Responsibility (CSR) di CSB Mall, Cirebon. Jurnal Komuniti.)

Hadi Nurdin, Dang Eif Saiful Amin & Dyah Rahmi Astuti pada 2019 meneliti perihal Implementasi CSR PT. Pos Indonesia Pada Program Bantuan Sarana Peribadatan. Penelitian yang dilakukan oleh Hadi Nurdin, Dang Eif Saiful Amin & Dyah Rahmi Astuti dilakukan pada perusahaan persero milik Negara atau yang biasa dikenal sebagai BUMN, yang mana bergerak di bidang jasa kurir, logistik dan transaksi keuangan. Dengan hasil penelitian pada PT. Pos Indonesia dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui program bantuan sarana peribadatan yang dilakukan oleh divisi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT. Pos Indonesia merupakan suatu upaya yang dilakukan perusahaan demi memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan program ini merupakan salah satu program yang dilakukann perusahaan demi terjalinnya hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat. (Nurdin, Hadi. Amin, Dang Eif. Astuti, Dyah rahmi. (2019). Implementasi CSR PT. Pos Indonesia Pada Program Bantuan Sarana Peribadatan. Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat.)

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Muminto Arief, dan Ratih Khairunnisa pada September 2020 yaitu Strategi Humas PT Suntory Garuda *Beverages* Dalam Kegiatan CSR Mizuiku memiliki kesamaan konsep dengan

penelitian yang sedang peneliti lakukan yaitu perihal strategi Humas dalam kegiatan CSR. Memiliki konsep yang sejenis dapat mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian karena ada penelitian yang sejenis dan bisa dijadikan referensi dan acuan. (Arief, Muminto. Khairunnisa, Ratih. (2020). Strategi Humas PT. Suntory Garuda *Beverages* dalam Kegiatan CSR Mizuiku. Jurnal Pustaka Komunikasi.)

Penelitian yang dilakukan oleh Fahrial, Andrew Shandy Utama, Sandra Dewi (2019) dengan judul Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Pembangunan Perekonomian Desa membahas bagaimana Pemerintah Provinsi Riau membuat Peraturan Daerah mengenai kewajiban bagi setiap perusahaan untuk memiliki kegiatan CSR. Dalam hal ini pemanfaatan CSR sangatlah memberikan dampak yang cukup signifikan bagi perekonomian Desa yang ada di Provinsi Riau. Tema yang diangkat yaitu pemanfaat CSR memiliki kesamaan dengan tema yang dipilih oleh peneliti, hal ini sangat membantu peneliti untuk dijadikan sebagai referensi. (Utama, Andrew Shandy. Dewi, Sandra. Fahrial. (2019). Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Pembangunan Perekonomian Desa. Jurnal Wawasan Yuridika.)

I Gede Giri Darmawan melaksanakan penelitian dengan judul Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Air Melya CV. Bagas Tirta Utama Dalam Kaitannya Dengan Peningkatan Laba Usaha Perusahaan. Penelitian ini membahas bagaimana penerapan daripada kegiatan CSR dapat memberikan banyak pengaruh positif yang cukup besar bagi laba perusahaan, juga

bagi hubungan baik antara perusahaan, karyawan serta konsumen. Pembahasan dalam penerapan kegiatan CSR merupakan tema yang sama yang diangkat pula oleh peneliti, dalam hal ini dapat membantu peneliti sebagai acuan dalam penelitian. (Darmawan, I Gede Giri. (2018). Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Air Melya CV. Bagas Tirta Utama dalam Kaitannya dengan Peningkatan Laba Usaha Perusahaan. Vokas Jurnal Riset Akuntan.)



Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan
Ismi Rahmayun, Ida Ri'aeni, Ahmad Yusron. (2018)	Peran <i>Public relations</i> dalam Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) di CSB MALL, Cirebon.	Deskriptif Kualitatif	Peran seorang <i>Public relations</i> pada CSB Mall dilaksanakan untuk membuat dan merencanakan seluruh rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan publik, komunitas, instansi, pemerintah, wartawan, maupun dengan perusahaan lain.	Penelitian Ismi Rahmayun, Ida Ri'aeni, Ahmad Yusron. mengenai Peran <i>Public Relations</i> dalam program CSR di CSB MALL, Cirebon memberikan gambaran kepada peneliti, karena memiliki subjek penelitian yang sama yaitu perihal CSR.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ismi Rahmayun, Ida Ri'aeni, Ahmad Yusron dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti yaitu perihal objek penelitian. Ismi Rahmayun dkk memilih CSB MALL, Cirebon, sedangkan peneliti memilih PT. KAI (Persero). Selain itu juga peneliti Ismi Rahmayun dkk berfokus pada konsep Peran <i>Public Relations</i> , peneliti berfokus pada Manajemen CSR.
Hadi Nurdin, Dang Eif Saiful Amin & Dyah	Implementasi CSR PT. Pos Indonesia Pada	Metode penelitian studi kasus Cresswell,	PT. Pos Indonesia dalam mengimplementasikan Corporate Social Responsibility (CSR)	Penelitian Hadi Nurdin, Dang Eif Saiful Amin & Dyah Rahmi Astuti. . mengenai Implementasi CSR PT. Pos Indonesia	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Hadi Nurdin, Dang Eif Saiful Amin & Dyah Rahmi Astuti. dengan

Rahmi Astuti. (2019)	Program Bantuan Sarana Peribadatan	pendekatan kualitatif	melalui program bantuan sarana peribadatan yang dilakukan oleh divisi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT. Pos Indonesia merupakan suatu upaya yang dilakukan perusahaan demi memenuhi tanggung jawab sosial	Pada Program Bantuan Sarana Peribadatan memberikan gambaran kepada peneliti, karena memiliki konsep penelitian yang sama yaitu perihal CSR.	penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti yaitu perihal objek penelitian Hadi Nurdin, Dang Eif Saiful Amin & Dyah Rahmi Astuti memilih PT. Pos Indonesia, sedangkan peneliti memilih PT. KAI (Persero). Selain itu juga peneliti Hadi Nurdin, Dang Eif Saiful Amin & Dyah Rahmi Astuti berfokus pada Implementasi CSR, peneliti berfokus pada program CSR
Muminto Arief, dan Ratih Khairunnisa . (2020)	Strategi Humas PT. Suntory Garuda Beverages dalam Kegiatan CSR Mizuiku	deskriptif kualitatif	Corporate Social Responsibility (CSR) dipandang dan dianggap oleh PT Suntory Garuda Beverages sebagai bentuk inisiatif perusahaan dalam melaksanakan janji Suntory Group yaitu memberikan kembali kepada masyarakat,	Penelitian Muminto Arief, dan Ratih Khairunnisa memiliki kesamaan konsep dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan, maka peneliti memiliki perbandingan.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Muminto Arief, dan Ratih Khairunnisa. dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti yaitu perihal objek penelitian Muminto Arief, dan Ratih Khairunnisa memilih PT. Suntory Garuda Beverages,

			perusahaan melakukan tindakan secara nyata.		sedangkan peneliti memilih PT. KAI (Persero).
Fahrial, Andrew Shandy Utama, Sandra Dewi (2019)	Pemanfaatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Pembangunan Perekonomian Desa	yuridis normatif	Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 6 Tahun 2012 mengatur bahwa setiap perusahaan yang ada di Provinsi Riau wajib melaksanakan program CSR. Undang-undang tersebut diatas mengatur bahwa, salah satu bidang kerja CSR dapat dijalankan pada bidang usaha ekonomi kerakyatan.	Penelitian yang dilakukan oleh Fahrial, Andrew Shandy Utama, Sandra Dewi dengan judul <i>Pemanfaatan Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Pembangunan Perekonomian Desa memiliki tema yang sama dengan peneliti. Dengan kesamaan tema, yaitu pemanfaatan CSR, hal ini dapat membantu peneliti untuk memiliki perbandingan.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Fahrial, Andrew Shandy Utama, Sandra Dewi dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti yaitu pada metode penelitian, Muminto Arief, dan Ratih Khairunnisa memilih metode yuridis normative, sedangkan peneliti memilih deskriptif kualitatif.
I Gede Giri Darmawan (2018)	Penerapan CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) Pada Perusahaan Air Melya CV. Bagas	Deskriptif kualitatif.	Serangkaian kegiatan CSR oleh CV. Bagas Tirta Utama juga dapat meningkatkan konsumen dan laba usahanya, dan merupakan suatu upaya perusahaan dalam menjalin hubungan antara	Penelitian yang dilakukan oleh I Gede Giri Darmawan dengan judul Penerapan CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) Pada Perusahaan Air Melya CV. Bagas Tirta Utama Dalam	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh I Gede Giri Darmawan . dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti yaitu perihal objek penelitian I Gede Giri Darmawan memilih Perusahaan Air Melya CV. Bagas

	Tirta Utama Dalam Kaitannya Dengan Peningkatan Laba Usaha Perusahaan		perusahaan dengan pihak internal dan eksternal. Agar perusahaan ini bisa membantu masyarakat dalam penyediaan pangan yaitu air minum dalam kemasan.	Kaitannya Dengan Peningkatan Laba Usaha Perusahaan memiliki tema yang sama dengan peneliti, yaitu penerapan CSR, serta metode yang digunakan pun serupa, yaitu deskriptif kualitatif, hal ini dapat membantu peneliti untuk memiliki perbandingan.	Tirta Utama, sedangkan peneliti memilih PT. KAI (Persero).
--	--	--	---	--	--

(Sumber: Olahan data peneliti)

Penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan dalam melaksanakan penelitian. Selain itu pula bermanfaat untuk memperkaya referensi teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian manajemen *Corporate Social Responsibility*.

E.2 Landasan Teoritis

Penerapan manajemen CSR menurut Jacke Ambadar (2008) dalam bukunya yang berjudul “CSR dalam Praktik di Indonesia”, melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1) Tahap *Need Assesment*

Tahap ini merupakan langkah utama, yaitu membangun kesadaran dengan melihat dan menilai kebutuhan (*Need Assesment*) pada masyarakat. Pada langkah ini kita mengidentifikasi masalah yang ada dan peluang apa yang dibutuhkan oleh masyarakat kemudian dicarikan solusinya. Pengembangan kesadaran merupakan langkah awal dalam membangun kesadaran perusahaan akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan komitmen manajemen.

2) Tahap Rencana Aksi pelaksanaan

Tahapan rencana aksi merancang sumber daya yang ada kemudian diatur dengan konsep manajemen yang ada, dan personel disiapkan sesuai dengan jenis tugas, pengarah, supervise, dan pekerjaan sesuai rencana, dan evaluasi dilakukan untuk menentukan tingkat pencapaian target.

3) Tahap *Monitoring*

Tahap ini perlu diselesaikan dengan mengukur efektivitas pelaksanaan CSR guna membantu perusahaan meruuskan kembali kondisi dan ketentuan pelaksanaan CSR dan pencapaian perusahaan, sehingga dapat diupayakan perbaikan yang diperlukan berdasarkan rekomendasi.

4) Tahap *Evaluasi dan Audit Sosial*

Langkah terakhir yaitu evaluasi dan audit sosial yang bertujuan untuk menentukan pengambilan keputusan dan transparansi, diperlukan untuk membangun suatu sistem informasi materi dan informasi terkait tentang perusahaan sebagai langkah bukti penerapan program CSR sudah diterapkan sesuai dengan rencana program yang telah dirancang.

E.3 Kerangka Konseptual

E.3.1 Manajemen PR

Manajemen PR memiliki esensi dengan tujuan untuk menciptakan simpati, pengertian, dan dukungan dari berbagai publik, baik *internal* maupun *eksternal* sebagai upaya untuk menyebarkan informasi dalam mencapai kepentingan bersama yang lebih efektif dan efisien. Manajemen PR berfungsi dan bertujuan agar setiap kegiatan serta program yang digulirkan oleh perusahaan dapat dinilai dan berjalan sesuai dengan yang direncanakan.

Manajemen PR berarti melakukan penelitian, pengorganisasian, kepemimpinan dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah organisasi.

E.3.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan komunitas dengan melalui praktik bisnis yang baik dan memanfaatkan sebagian sumber daya perusahaan.

Berdasarkan model *Pyramid of Corporate Social Responsibility*” CSR penerapan CSR mencakup ekonomi, hukum, etika, dan filantropi sebagai tanggung jawab dasar perusahaan terhadap masyarakat (Archie Carroll:2012). Dalam penerapan manajemen CSR perusahaan atau organisasi aspek-aspek tersebut merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam penerapan program CSR yang akan digulirkan, sehingga kebermanfaatan program sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh John Elkington (1994) menyatakan bahwa perusahaan harus mengukur kinerjanya dalam tiga dimensi, yaitu keuangan, sosial dan lingkungan. pada dimensi sosial dan lingkungan perusahaan perlu melaksanakan tanggung jawabnya kepada perusahaan dengan program-program CSR yang bermanfaat.

Mohammad Hamim (2020) dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility* menjelaskan bahwa CSR adalah ebuah komitmen dari suatu bisnis perusahaan atau organisasi untuk dapat berperilaku secara etis dan dapat berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkesinambungan.

Frederick (1988) memiliki pendapat yang berbeda mengenai CSR, menurut Frederick CSR adalah suatu asas yang dapat menjelaskan bahwa perusahaan harus

memberikan tanggung jawab yang penuh atas akibat-akibat yang dilakukan oleh perusahaan pada lingkungan tempat perusahaan tersebut berada.

CSR merupakan sebuah konsep yang di mana perusahaan secara sukarela memberikan kontribusi penuh agar dapat menciptakan lingkungan dan masyarakat yang lebih baik lagi (*Commission of the European Communities*).

CSR merupakan inti dari etika bisnis yang tidak dapat diabaikan oleh perusahaan, karena bukan hanya memenuhi kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal, namun perusahaan perlu melaksanakan kewajibannya demi memenuhi hak, bukan hanya kepada pemegang saham (*shareholders*), juga kepada pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). Semua ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa perusahaan tidak bisa hidup, bergerak, beroperasi, dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

F. Langkah-Langkah Penelitian

F.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang berpusat di Jl. Perintis Kemerdekaan No. 1, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung Jawa Barat 40111. Alasan peneliti memilih lokasi ini yaitu untuk mengetahui bagaimana manajemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) unit humas PT. KAI (Persero) dalam program *Marching Band Locomotive*, yang telah berhasil menjadi juara umum pada *Grand Prix Marching Band Virtual Competition* 2020. Selain itu, PT. KAI pusat merupakan lokasi pengelolaan unit *Marching Band*

Locomotive, di mana segala informasi dan data yang dibutuhkan peneliti terdapat di PT. KAI pusat.

F.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang dilakukan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma ini mengemukakan pandangan bahwa suatu realitas sosial yang dialami oleh seseorang tidak dapat menyamai dengan apa yang dirasakan oleh orang lain. Paradigma konstruktivisme menyatakan pengetahuan bukan dari hasil pengamatan suatu fakta. Namun, berasal dari konstruktivisme suatu objek penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. “Pendekatan kualitatif ialah mengartikan bahwa peneliti sudah memiliki konsep dan kerangka konseptual.” (Rahmat dalam Ardianto, 2010:60). Dalam penelitian ini melakukan penelitian secara alami dengan mengamati fenomena yang ada dan kemudian dideskripsikan dengan kata-kata, berlandaskan terhadap realitas yang ada di lapangan. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif dapat membantu peneliti untuk mendeskripsikan penentuan program, proses, langkah komunikasi serta evaluasi dari program *Marching Band Locomotive* PT. KAI (Persero) sesuai dengan fakta keadaan yang ada di lapangan.

F.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode deskriptif, dengan tujuan agar penelitian dapat bernilai objektif dan apa adanya. Dengan hasil penelitian yang objektif dan apa adanya dapat membuktikan bahwa penelitian yang didapatkan dari lapangan Penelitian yang objektif dan hasil yang apa adanya di lapangan akan menunjukkan bahwa penelitian ini menjadi acuan atau sebagai *role model* bagi kelangsungan *Corporate social responsibility* kedepan. Dengan metode deskriptif diharapkan mampu mengungkapkan informasi-informasi yang ada pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, khususnya adalah informasi-informasi yang memiliki makna yang baik pada penerapan Manajemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam program *Marching Band Locomotive*.

F.4 Jenis Data dan Sumber Data

F.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dari narasumber, jenis data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

1. Data dari unit CSR KAI (Persero) dan pihak terkait manajemen CSR dalam tahap menentukan dan menilai kebutuhan (*Need Assesment*) program CSR.
2. Data dari unit CSR KAI dan pihak terkait manajemen CSR dalam tahap merancang rencana aksi kegiatan pada program *Marching band Locomotive*.

3. Data dari unit CSR KAI dan pihak terkait manajemen CSR dalam tahap *monitoring* dan evaluasi kegiatan pada program *Marching band Locomotive*.
4. Data dari unit CSR KAI dan pihak terkait manajemen CSR dalam tahap pelaporan kegiatan pada program *Marching band Locomotive*.

F.4.2 Sumber Data

Peneliti membagi dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

- a) Sumber data primer digunakan sebagai sumber data utama dalam penelitian ini, yaitu dari pihak PT.KAI (Persero) yang menjalani dan juga bertanggung jawab atas program-program *Corporate Social Responsibility (CSR) Marching Band Locomotive*, yang dalam hal ini adalah unit CSR PT. KAI.
- b) Sumber data kedua yaitu sumber data sekunder yang didapatkan melalui data rujukan yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti buku-buku, skripsi, jurnal, tesis dan sumber karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

F.5 Teknik Pemilihan Informan

Salah satu aspek keberhasilan dalam penelitian dapat dilihat dari bagaimana memilih informan. Sebuah penelitian yang baik mestilah menentukan informan dengan bijak dan tidak serampangan, karena informan inilah yang menjadi sumber informasi-informasi yang peneliti butuhkan dalam menunjang penelitian, maka diperlukannya lah informan yang tepat.

Dalam memilih informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* atau *sampling pertimbangan*. *Sampling pertimbangan* merupakan salah satu cara yang digunakan oleh peneliti dalam menentukan *sample* mana yang dapat dijadikan sebuah rujukan dengan pertimbangan-pertimbangan yang ditentukan oleh peneliti guna mendapatkan data-data yang diperlukan oleh peneliti melalui informan.

Terdapat pertimbangan dan juga kriteria tertentu yang dimiliki oleh peneliti dalam pemilihan informan yaitu *staff internal community* unit CSR PT. KAI yang berperan aktif dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, dan juga pengurus dari unit Kegiatan *Marching Band Locomotive*.

F.6 Teknik Pengumpulan Data

F.6.1 Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan salah satu bentuk komunikasi dua pihak atau lebih, melibatkan pihak yang membutuhkan informasi dengan pihak lainnya yang dapat memberikan informasi yang kita butuhkan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara mendalam merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan informasi dan data-data yang tidak dapat ditemukan di lapangan. (Mulyana 2013:180).

Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dimiliki dan juga aplikatifnya di lapangan diharapkan sama, namun tidak dapat dipungkiri bahwasanya akan selalu ada perbedaan-perbedaan di dalamnya walaupun sedikit.

Wawancara mendalam akan memudahkan peneliti dalam memahami bagaimana manajemen CSR PT.KAI (Persero) dalam program *Marching Band Locomotive*.

Terdapat dua jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak merujuk pada aturan ataupun sistematika wawancara yang telah tersusun. Pedoman yang diterapkan hanyalah berupa garis besar permasalahan yang ada yang akan ditanyakan (Nasution dalam Tarsito, 2003:59).

Proses penelitian menggunakan dua jenis wawancara agar mendapatkan informasi dan data-data yang baik serta menyeluruh.

F.6.2 Observasi

Teknik pengumpulan data secara observasi digunakan jika penelitian mencakup perihal kegiatan atau perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan jika responden yang diamati tidak terlalu besar. (Sugiyono, 2011:233). Observasi ialah sebuah pengamatan yang secara langsung yang dilakukan tanpa menggunakan perantara ataupun media. observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti secara dekat. Data yang dikumpulkan ialah perilaku, percakapan serta interaksi verbal dan non verbal.

F.6.3 Dokumen

Data berupa dokumen digunakan untuk menggali informasi yang telah terjadi di masa yang telah lalu. Diperlukannya kepekaan teoritik oleh peneliti dalam memaknai semua dokumen sehingga dapat bermanfaat bukan hanya barang tanpa

makna. (Faisal, 1990:77). Selain melalui wawancara dan observasi, informasi pun dapat diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk foto, notulensi hasil rapat, surat, berkas, cenderamata, jurnal kegiatan dan lain sebagainya.

F.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian dan proses pengumpulan data berjalan beriringan, diantaranya ialah melalui reduksi kata, penyajian data dan verifikasi. (Bungin 2010:144). “Metode penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis metode untuk mendeskripsikan, mengeksplorasi dan memahami pada makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data. (Creswell 2013:4-5) Teknik analisis data kualitatif yang digunakan oleh peneliti yaitu analisis interaktif. Teknik analisis data dengan analisis interaktif melalui beberapa tahapan, yaitu:

a) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses penyortiran, pengamatan dan penyederhanaan data dari data yang sudah dikumpulkan. Data yang telah dimiliki kemudian dipilah, mana data yang dibutuhkan dan data yang tidak dibutuhkan. Data yang dibutuhkan kemudian dia kumpulkan menjadi satu. Teknik reduksi data

adalah proses penyaringan data menjadi data pokok yang diperlukan dalam penelitian.

b) Penyajian Data.

Penyajian merupakan suatu langkah pengolahan data agar dapat dengan mudah dianalisa. Teknik penyajian data merupakan pengolahan data yang sebelumnya sudah disaring pada tahap reduksi data. Data-data yang telah diolah kemudian dipisahkan dengan data-data sejenis agar sejalan dengan permasalahan.

c) Penarikan kesimpulan

Membuat pernyataan berupa suatu kesimpulan terhadap permasalahan yang diteliti dalam bahasa yang deskriptif dan interpretatif.

F.8 Teknik Keabsahan Data

Teknik triangulasi yaitu cara menganalisis jawaban subjek dengan meneliti ketepatannya dengan data empiris yang dimiliki. Jawaban subjek kemudian disamakan dengan data yang ada. (Kriyanto, 2007:71). Triangulasi sumber merupakan membandingkan dan mengecek kembali tingkat ketepatan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda, misalnya membandingkan data observasi dengan data wawancara ataupun pendapat personal dengan pendapat khalayak.