

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia sudah ada sejak tahun 1973. Pada awalnya, organisasi ini merupakan bagian dari unit kerja di lingkungan Departemen Keuangan Republik Indonesia. BUMN sendiri merupakan organisasi pemerintah yang memiliki Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi) melaksanakan pembinaan terhadap perusahaan negara atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Dalam Undang-Undang No 19 Tahun 2003, dijelaskan bahwa Badan Usaha Milik Negara merupakan suatu unit usaha yang sebagian besar atau seluruh modal berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. BUMN yang merupakan salah satu pelaku ekonomi dalam perekonomian nasional, di samping usaha swasta dan koperasi melaksanakan peran saling mendukung berdasarkan demokrasi ekonomi. Dalam undang-undang ini juga dijelaskan bahwa BUMN ikut berperan dalam menghasilkan barang dan atau jasa yang diperlukan dalam rangka mewujudkan sebesar-besarnya kemakmuran masyarakat.

BUMN berperan penting sebagai pelopor atau perintis dalam sektor-sektor usaha yang belum diminati oleh usaha swasta. Di samping itu, BUMN juga memiliki peran strategi lain, yaitu dalam hal pelaksanaan pelayanan publik, penyeimbang kekuatan-kekuatan swasta besar, dan turut membantu pengembangan usaha kecil atau koperasi. BUMN juga merupakan salah satu

sumber penerimaan negara yang cukup signifikan dalam bentuk berbagai jenis, seperti pajak, dividen, dan hasil privatisasi. Dalam Undang-Undang No 19 Tahun 2003, pelaksanaan peran BUMN tersebut diwujudkan dalam kegiatan usaha yang terdapat pada hampir seluruh sektor usaha seperti perekonomian, pertanian, perikanan, perkebunan, pertambangan, kehutanan, manufaktur, keuangan, pos dan telekomunikasi, transportasi, listrik, industri, dan perdagangan, serta konstruksi.

Salah satu sektor usaha yang termasuk dalam BUMN adalah jasa transportasi. Di mana salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi yang merupakan bagian dari BUMN tersebut adalah PT Kereta Api Indonesia (Persero). PT Kereta Api Indonesia (KAI) termasuk dalam BUMN dikarenakan status perusahaannya yang berbentuk perseroan atau persero. Hal tersebut sesuai dengan Peraturan Pemerintah yang tercantum dalam Undang-Undang No 9 tahun 1969 pasal 1 yang menjelaskan bahwa usaha-usaha negara berbentuk perusahaan dibedakan dalam Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum), Perusahaan Perseroan (Persero).

PT KAI merupakan perusahaan jasa transportasi per-kereta-api-an satu-satunya yang ada di Indonesia, sehingga hal tersebut menjadikan PT KAI menjadi salah satu penyedia jasa transportasi alternatif umum yang banyak digunakan oleh masyarakat. Alasan mengapa kereta api menjadi salah satu transportasi alternatif yang banyak dipilih oleh masyarakat adalah karena kereta api memiliki jalur perlintasannya sendiri. Selain itu, dengan menggunakan kereta api akan terbebas dari macet. Alasan lain yang mendasari

masyarakat memilih menggunakan kereta api adalah harga tiket yang cukup terjangkau dan ketepatan waktu untuk sampai ke tempat tujuan yang ditawarkan membuat kereta api menjadi salah satu moda transportasi yang banyak digunakan dan tetap diminati oleh masyarakat hingga kini. Di mana hal tersebut di atas yang menjadi pembeda antara kereta api dengan alat transportasi lain.

Animo masyarakat yang cukup tinggi dalam menggunakan kereta api menuntut PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang berada di bawah naungan BUMN untuk terus berbenah diri dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada para konsumennya. Salah satu bentuk komitmen PT KAI dalam meningkatkan pelayanan perusahaan adalah dengan mengadakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai salah satu bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.

Di Indonesia, pelaksanaan CSR telah diatur secara tegas dalam Undang-Undang No 25 tahun 2007 tentang penanaman modal dan Undang-Undang No 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Dalam pasal 15 b UU No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyebutkan, “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab perusahaan”. Sedangkan dalam pasal 1 angka 3 Undang-Undang No 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas menyebutkan, “tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang

bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Fajar, 2010: 1).

Selain itu, kewajiban BUMN dalam melaksanakan tanggung jawab sosial juga tercantum dalam Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 Pasal 2 yang menyatakan bahwa Persero dan Perum wajib melaksanakan Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Sedangkan perseroan terbuka dapat melaksanakan Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan dengan berpedoman pada peraturan pemerintah BUMN 5/2007 yang ditetapkan berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)".

Saat ini, penerapan program CSR telah banyak dilaksanakan oleh perusahaan sebagai salah satu bentuk komitmen dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Perusahaan seolah menyadari bahwa keberhasilan program perusahaan dalam mencapai tujuan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal saja, melainkan juga didukung oleh masyarakat yang ada di sekelilingnya. Di mana melalui pelaksanaan kegiatan CSR, perusahaan tersebut dapat dijadikan sebagai wadah untuk menjalin hubungan baik antar perusahaan dengan masyarakat sebagai pihak yang menerima manfaat dari pelaksanaan CSR yang dijalankan oleh perusahaan. Menjalinkan hubungan baik dengan masyarakat memberikan beberapa manfaat, yaitu memperkuat keberlanjutan usaha, menjaga citra atau *image* perusahaan,

dan yang paling krusial dapat meredam dan menghindari terjadinya konflik sosial (Fajar, 2010:180).

Dalam Fajar (2010:268) juga dijelaskan bahwa dalam melakukan kegiatan CSR, perusahaan memiliki beberapa alasan diantaranya:

- a. Alasan Sosial
Perusahaan melakukan program CSR sebagai bentuk untuk memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Perusahaan sebagai pihak luar yang beroperasi pada wilayah orang lain dituntut untuk memerhatikan masyarakat sekitarnya. Sehingga perusahaan dituntut untuk ikut serta dalam menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat dan lingkungan sekitar.
- b. Alasan Ekonomi
Dalam melakukan kegiatan CSR, perusahaan tetap berorientasi pada mencari keuntungan. Perusahaan melakukan kegiatan CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun *image* positif bagi perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan profit.
- c. Alasan Hukum
Sedangkan alasan hukum yang mendasari perusahaan melakukan kegiatan CSR adalah karena adanya peraturan pemerintah. Kegiatan CSR dilakukan perusahaan dikarenakan adanya tuntutan yang jika tidak dilaksanakan akan dikenai sanksi atau denda dan bukan karena kesadaran perusahaan untuk ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan. Akibatnya, banyak perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sekedar ikut-ikutan atau untuk menghindari sanksi dalam pemerintah.

Sehingga berdasarkan pemaparan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam pelaksanaan kegiatan CSR antara perusahaan swasta dengan perusahaan pemerintah terdapat perbedaan kewajiban. Jika pada perusahaan swasta pelaksanaan kegiatan CSR dilakukan atas dasar untuk mencari keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan dalam kompetisi, pelaksanaan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan pemerintah adalah murni sebagai salah satu bentuk kewajiban dan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat sesuai yang tercantum dalam Undang-Undang No 40 Tahun 2007.

Dalam melaksanakan program CSR, perusahaan diharapkan dapat membuat program yang berkelanjutan. Maksudnya adalah ketika suatu perusahaan memutuskan untuk menjalankan suatu program CSR, program tersebut diharapkan dapat berumur panjang atau berkelanjutan. Bukan program yang hanya berlaku sekali jalan saja, tanpa diikuti dengan adanya tindak lanjut dari program CSR yang dijalankan perusahaan kepada masyarakatnya. Keberlanjutan program tersebutlah yang langka ditemukan dalam melaksanakan program CSR.

PT KAI sebagai salah satu perusahaan jasa yang cukup konsisten untuk melayani masyarakat berusaha untuk dapat menjaga dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat selaku konsumen mereka. Hal tersebut diwujudkan PT KAI dengan melaksanakan program CSR. Di mana salah satu program CSR yang digalakkan oleh PT Kereta Api Indonesia (KAI) adalah program *Rail Clinic*.

Ide awal pembuatan *Rail Clinic* sendiri pertama kali dicetuskan oleh Direktur Utama PT KAI, Edi Sukmoro pada saat peringatan Hari Kemerdekaan RI ke-70 pada 17 Agustus 2015 di Bandung. Jalur kereta api yang banyak melintasi daerah-daerah yang tidak terhubung dengan jalan raya membuat masyarakat yang tinggal di sepanjang jalur perlintasan kereta api mengalami kesulitan dalam menjangkau pelayanan kesehatan seperti rumah sakit dan Puskesmas. Terdorong oleh semangat untuk memberi pelayanan lebih kepada masyarakat Indonesia, khususnya dibidang kesehatan dengan menggunakan jalur kereta yang dapat menembus daerah yang sulit dilalui kendaraan

bermotor, sekaligus mengedukasi masyarakat sepanjang lintasan untuk peduli menjaga keamanan perjalanan kereta, maka dimulailah proses pembuatan konsep *Rail Clinic* di Bandung. Pada bulan Oktober 2015 pembuatan tersebut dilanjutkan di Yogyakarta.

Rail Clinic sendiri mulai dioperasikan pada tanggal 12 Desember 2015 dan akan diberangkatkan dari Stasiun Besar Yogyakarta menuju Stasiun Besar Gambir, Jakarta. Di mana kedepannya, *Rail Clinic* akan beroperasi di seluruh wilayah Indonesia (untuk sementara Daerah Operasi di Pulau Jawa) yang memiliki jalur kereta dan untuk pengoperasiannya akan disesuaikan dengan kebutuhan dan momen yang ditetapkan oleh PT KAI. Untuk kemudahan dalam operasinya, *Rail Clinic* menggunakan jenis kereta bertenaga penggerak sendiri. Kereta ini merupakan salah satu jenis kereta yang memiliki tenaga gerak sendiri (diesel). Tidak tergantung oleh lokomotif dan dimodifikasi sedemikian rupa menyesuaikan kebutuhan sarana kesehatan. Dengan demikian, pengaturan operasional *Rail Clinic* akan lebih luwes dan tidak tergantung dengan ketersediaan lokomotif.

Rangkaian *Rail Clinic* terdiri atas 2 kereta, di mana masing-masing kereta memiliki tata ruang dan jenis pelayanan kesehatan yang berbeda. Secara umum, fasilitas pelayanan yang akan diberikan di dalam *Rail Clinic* adalah jenis pelayanan kesehatan primer atau pelayanan tingkat pertama. Meliputi pelayanan gawat darurat tingkat pertama (apabila terjadi suatu kondisi kegawatan atau bencana), ruang monitoring, ruang laboratorium, pelayanan umum, farmasi, pemeriksaan ibu hamil dan ruang edukasi.

Rail Clinic adalah salah satu program CSR PT KAI yang bertujuan untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada para *stakeholder*-nya. *Rail Clinic* beroperasi selama satu tahun di beberapa stasiun yang sudah ditentukan sebelumnya, berdasarkan dengan jadwal yang sudah diusulkan oleh Daerah Operasi (Daop) atau Divre ke kantor pusat KAI. Selanjutnya, Daop atau Divre KAI yang sudah mengusulkan pelaksanaan *Rail Clinic* tersebut akan mendapatkan Surat Keputusan dari Direktur Utama PT KAI perihal pelaksanaan program CSR *Rail Clinic* yang telah diusulkan oleh Daop atau Divre KAI tersebut.

Pelaksanaan program CSR *Rail Clinic* PT KAI yang telah dioperasikan sejak tahun 2015 menarik untuk diteliti. Alasan peneliti memilih Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai objek kajian penelitian dengan judul “Evaluasi Pelaksanaan Program Bakti Sosial *Rail Clinic* di Bandung & Yogyakarta sebagai Program *Corporate Social Responsibility* PT Kereta Api Indonesia (Persero) Periode 2016-2017”, karena *Rail Clinic* dibentuk untuk memberikan pelayanan kesehatan dan pelayanan gawat darurat yang difokuskan kepada masyarakat yang tinggal di sekitar jalur perlintasan kereta api yang sulit menjangkau sarana kesehatan. Mengingat cukup banyak jalur kereta api yang melintasi daerah-daerah yang tidak terlintas oleh jalan raya.

Alasan peneliti memilih meneliti pelaksanaan program CSR *Rail Clinic* di Bandung dan Yogyakarta periode 2016-2017 sebagai objek penelitian, karena pada periode 2016-2017 tersebut merupakan tahun pertama program CSR *Rail Clinic* dilaksanakan oleh PT KAI (Persero). *Rail Clinic* juga

merupakan kereta kesehatan pertama dan satu-satunya yang beroperasi di Indonesia saat ini. Sehingga hal tersebut menarik untuk diteliti.

Selain itu, alasan lain yang mendasari peneliti memilih meneliti pelaksanaan program CSR *Rail Clinic* di Bandung dan Yogyakarta sebagai objek penelitian adalah karena Bandung merupakan kantor pusat dari PT KAI (Persero) yang daerah operasinya memiliki jalur perlintasan cukup ekstrim. Di mana jalur perlintasan yang ada di sana cenderung rawan bencana, sehingga hal tersebut menyebabkan diperlukannya perhatian lebih dalam hal perawatan jalur perlintasan dan sarana secara lebih intens. Sedangkan, alasan yang mendasari peneliti memilih Yogyakarta adalah karena Yogyakarta merupakan daerah operasi yang mencakup ragam karakteristik menarik. Yaitu, Yogyakarta memiliki stasiun besar yang menjadi tujuan atau persimpangan kereta api di Pulau Jawa. Kemudian Yogyakarta juga merupakan daerah operasi dengan jalur perlintasan yang cukup panjang yang ada di Pulau Jawa. Hal lain yang tidak kalah pentingnya adalah bengkel kereta api terbesar dari PT KAI (Persero) berada di Yogyakarta. Di mana pada saat pembuatan gerbong *Rail Clinic* pembuatannya dilakukan di Balai Yasa Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti memilih "*Rail Clinic*" sebagai objek penelitian karena peneliti ingin mengetahui sejauh mana pelaksanaan program CSR *Rail Clinic* di Bandung & Yogyakarta pada periode 2016-2017 dapat mendatangkan manfaat bagi masyarakat sekitar yang turut serta dalam menggunakan dan memanfaatkan jasa pelayanan kesehatan yang disediakan oleh PT KAI (Persero) tersebut. Sehingga masyarakat yang tinggal

jauh dari Rumah Sakit dan Puskesmas tetap mendapatkan pelayanan kesehatan yang memadai, sama halnya dengan masyarakat yang tinggal dekat dengan Rumah Sakit atau Puskesmas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan evaluasi dan rekomendasi kepada PT KAI (Persero) dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang terdapat dalam *Rail Clinic*. Mengingat *Rail Clinic* merupakan program CSR dari PT KAI (Persero) yang sifatnya berkelanjutan.

Pada penelitian ini, referensi juga berasal dari penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu tersebut adalah:

- a. Penelitian pertama berjudul “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (Studi Kasus Program BRI Wirausaha Rakyat di Universitas Gadjah Mada periode 2012-2013)” yang disusun oleh Agus Sugiarto, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi program BRI Wirausaha Rakyat. Adapun hasil yang didapat dari penelitian ini adalah merupakan proses kegiatan CSR yang cukup produktif dan bermanfaat dalam mengemangkan *business plan* yang direncanakan. Namun, totalitas dalam hal perencanaan dan implementasi program harus lebih ditingkatkan oleh pihak perusahaan, P2EB, FEB UGM, dan penerima manfaat program.

- b. Penelitian kedua berjudul “*Corporate Social Responsibility PT Weda Bay Nickle (Studi Kasus Implementasi Local Development Support-Saloi Development Program di Halmahera Tengah tahun 2008-2010)*” yang disusun oleh M. Abdul Haris.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan *Saloi Development Program* PT Weda Bay Nickle sebagai bentuk kegiatan CSR yang berfokus pada *community development* di daerah sekitar tambang. Dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa dalam pelaksanaannya, *Saloi Development Program* terdiri dari beberapa tahap, yaitu tahap perencanaan, tahap implementasi, tahap evaluasi, dan tahap pelaporan yang meliputi program-program di bidang pendidikan, pertanian, kesehatan, dan sosial kemasyarakatan. Di mana pelaksanaan program CSR *Saloi Development Program* yang diterapkan oleh PT Weda Bay Nickle telah memenuhi aspek-aspek indikator keberhasilan yang ada.

Sedangkan dalam penelitian yang berjudul “Evaluasi Pelaksanaan Program Bakti Sosial *Rail Clinic* sebagai Program *Corporate Social Responsibility* PT Kereta Api Indonesia (Persero) di Bandung dan Yogyakarta periode 2016-2017”, berfokus pada pelaksanaan *Rail Clinic* di Bandung dan Yogyakarta. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang pertama dan kedua adalah pada objek penelitian dan wilayah penelitian yang dilakukan.

Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian terhadap pelaksanaan program CSR “*Rail Clinic*” oleh PT KAI di wilayah Bandung dan Yogyakarta.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, karena pada penelitian ini peneliti ingin meneliti bagaimana pelaksanaan program CSR *Rail Clinic* dari PT KAI yang difokuskan pada pemberian pelayanan kesehatan dan pelayanan gawat darurat dengan pemanfaatan jalur kereta menembus daerah yang sulit dilalui oleh kendaraan bermotor tersebut dapat mendatangkan kemanfaatan bagi masyarakat. Mengingat pada periode 2016-2017 merupakan tahun pertama dari pelaksanaan program CSR *Rail Clinic* dari PT KAI. Selain itu, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dikarenakan dalam penelitian ini juga dipaparkan mengenai model evaluasi *plan, implementation, dan impact* (PII) yang sesuai dengan tahapan evaluasi program dalam pelaksanaan CSR.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Pelaksanaan *Rail Clinic* sebagai Program *Corporate Social Responsibility* PT Kereta Api Indonesia (Persero) di Bandung dan Yogyakarta Periode 2016-2017?
2. Apa sajakah faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan *Rail Clinic* PT Kereta Api Indonesia (Persero) di Bandung dan Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Program CSR *Rail Clinic* PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai salah satu kereta pelayanan kesehatan dapat diterima ataupun tidaknya oleh masyarakat. Khususnya, bagi masyarakat yang tinggal di sekitar jalur perlintasan kereta api dan yang menerima manfaat atas program “Bakti Sosial *Rail Clinic*”.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis skripsi ini dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan pada pengembangan teori dan bukti empiris mengenai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai satu bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan PT KAI kepada masyarakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Secara praktis hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan bahan evaluasi kepada perusahaan terkait pelaksanaan program *corporate social responsibility Rail Clinic* PT KAI.

b. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan dan membuka sudut pandang baru bagi peneliti tentang pelaksanaan

corporate social responsibility sebagai salah satu bentuk kewajiban sosial perusahaan kepada masyarakat.

c. Bagi Pihak Lain

Penulisan skripsi ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan yang dapat menambah referensi bagi para pembaca mengenai *corporate social responsibility* dan menambah khazanah pengetahuan tentang *corporate social responsibility*.

E. Kerangka Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Definisi *Corporate Social Responsibility*

Teori tentang CSR yang dikemukakan oleh para ahli adalah sebagai berikut:

Menurut Nor Hadi (2011:48), *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus sebagai peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. Sementara itu, Johnson and Johnson (dalam Hadi, 2011:46) mendefinisikan “*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*”. Definisi di atas menjelaskan tentang bagaimana suatu perusahaan dapat mengelola bisnisnya, baik dengan

sebagian atau menyeluruh yang dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan dan lingkungannya melalui pelaksanaan CSR.

Sedangkan definisi yang lebih spesifik mengenai CSR menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) sebagai lembaga internasional yang beranggotakan 120 perusahaan multinasional dari 30 negara dunia,

“CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”. (dalam Hadi, 2011:47)

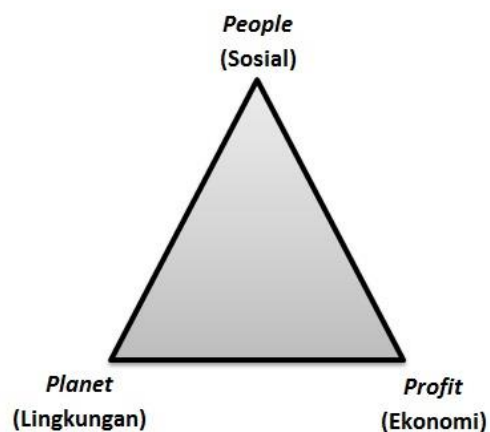
Definisi tersebut mengungkapkan bahwa CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, berikut dengan komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Selain itu, menurut Hartman (dalam Almuhammad, 2016:9) secara umum dijelaskan, CSR merupakan pendekatan di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam berinteraksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan mitra. Serta bagaimana pelaksanaan CSR yang dijalankan oleh suatu perusahaan dapat memberikan pengaruh sosial, ekonomi, dan lingkungan. Hartman (dalam Almuhammad, 2016:9) juga menjelaskan bahwa pelaksanaan CSR juga berpengaruh terhadap aspek ekonomi. Di mana dalam aspek ekonomi sendiri, pelaksanaan CSR diharapkan dapat berkontribusi dalam

meningkatkan dan mempengaruhi aspek perekonomian dari dilaksanakannya CSR.

2. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility*

Istilah CSR sendiri pertama kali dikemukakan oleh John Elkington (dalam Hadi, 2011:56) yang terkenal dengan “*The Triple Bottom Line*” yang dimuat dalam buku “*Canibals With Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Elkington (dalam Hadi, 2011:56) menjelaskan bahwa jika suatu perusahaan ingin melaksanakan program CSR yang berkelanjutan, maka perusahaan perlu memerhatikan 3P, yaitu *profit, people* dan *planet*.

Selain mengejar *profit*, perusahaan juga perlu memerhatikan dan ikut berkontribusi positif kepada masyarakat (*people*), dan turut ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) sesuai dengan yang tertera pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Konsep Bottom Line
(Sumber: Yusuf Wibisono, 2007:32-33)

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi finansialnya saja, namun juga harus memerhatikan aspek sosial dan lingkungannya, (Wibisono, 2007:32-33). Melalui Gambar 1.1 dapat dipahami bila *profit* bukanlah satu-satunya aspek utama yang ingin dikejar oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan ekonomi semata agar usaha yang dijalankan oleh perusahaan terus beroperasi dan berkembang. Selain itu, aspek penting lain yang perlu diperhatikan perusahaan dalam melaksanakan program CSR yang berkelanjutan adalah *people*.

People merupakan lingkungan masyarakat di mana perusahaan berada. Masyarakat sebagai pihak yang memengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan sebagai pihak yang mampu menjalankan program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia di sekitar perusahaan tersebut beroperasi.

Selanjutnya, aspek pendukung keberhasilan pelaksanaan CSR berkelanjutan yang tidak kalah pentingnya diperhatikan adalah *planet*. *Planet* sebagai tempat di mana perusahaan berdiri dan sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada lingkungan hidup. Dari penjelasan mengenai konsep *The Bottom Line* di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa konsep *the bottom line* merupakan syarat mutlak bagi perusahaan

dalam melaksanakan program CSR, apabila perusahaan ingin pelaksanaan CSR berumur panjang atau berkelanjutan. Mengingat konsep *the bottom line* tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

3. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Menurut Pedoman Umum *Good Corporate Governance* (GCG) Indonesia dalam Komite Nasional Kebijakan *Governance* (2016), mengemukakan bahwa setiap perusahaan diharapkan dapat menerapkan *Good Corporate Governance* atau tata kelola perusahaan yang baik mengingat pentingnya penerapan GCG dalam dunia usaha. Dalam penerapannya, *Good Corporate Governance* (GCG) sendiri memiliki beberapa prinsip dasar, yakni transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), tanggung jawab (*responsibility*), independensi (*independency*), serta kesetaraan (*fairness*). Penjelasannya sebagai berikut:

a. Transparency

Dalam menjalankan bisnis usaha, perusahaan diharapkan dapat melakukan keterbukaan informasi kepada seluruh pemangku kepentingan. Di mana dalam proses transparansi tersebut mengandung informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu.

b. Accountability

Agar penerapan transparansi kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan baik, maka perusahaan juga harus dikelola secara benar, terukur, dan sesuai dengan kepentingan perusahaan.

c. *Responsibility*

Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap pemerintah, masyarakat dan lingkungan. Seperti misalnya perusahaan bertanggung jawab dalam mengelola hubungan kerja, peduli terhadap masyarakat, kelestarian lingkungan, dan lain sebagainya. Dengan adanya prinsip ini, diharapkan perusahaan tidak lupa untuk bertanggung jawab kepada seluruh pemangku kepentingan yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan.

d. *Independency*

Dalam pelaksanaan GCG, perusahaan haruslah dikelola secara independen agar tidak terjadi intervensi dari pihak lain.

e. *Fairness*

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus mampu bersikap adil kepada seluruh pemangku kepentingan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Berdasarkan pemaparan prinsip pelaksanaan *Good Corporate Governance* di atas, dapat diketahui bahwa *Corpotare Social Responsibility* termasuk salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam bertanggung jawab kepada para pemangku kepentingan, yang dalam hal ini adalah masyarakat. Mengingat *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bentuk implementasi *Good Corporate Governance*, maka perusahaan diharapkan dapat bertanggung jawab kepada masyarakat dengan menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan tanggung jawab sosial memiliki prinsip-prinsip dasar yang menjadi acuan bagi perusahaan dalam menjalankan programnya. Menurut Crowther David (dalam Hadi, 2011:59) menguraikan bahwa prinsip-prinsip dalam tanggung jawab sosial (*corporate responsibility*) memiliki tiga prinsip utama, yaitu: (1) *Sustainability*, (2) *Accountability*, dan (3) *Transparency*.

Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya perusahaan di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya saat ini tetap memerhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi di masa depan.

Accountability, merupakan upaya perusahaan bersifat terbuka dan bertanggung jawab atas setiap aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dapat menjadi media bagi perusahaan dalam membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan. Sejalan dengan itu, Nor Hadi (2011:60) juga menjelaskan bahwa tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial dan ekonomi. Di mana tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholder external*, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan.

Transparency, merupakan prinsip penting dalam pelaksanaan CSR bagi pihak eksternal. Transparansi merupakan salah satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal perusahaan. Di mana transparansi berperan

untuk mengurangi kesalah pahaman informasi kepada pihak eksternal, dan berbagai dampak dari lingkungan.

Berdasarkan pemaparan mengenai prinsip-prinsip dasar dalam pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam menjalankan suatu kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat, perusahaan diharapkan dapat menjalankan kegiatan secara berkelanjutan dengan tetap berpedoman pada peraturan pemerintah. Selain itu, perusahaan juga diarahkan untuk dapat bersifat terbuka dan transparan kepada para pemangku kepentingan demi terciptanya *image* positif bagi perusahaan.

4. Bentuk-bentuk *Corporate Social Responsibility*

Menurut Gunawan (2008:15) terdapat tiga bentuk CSR di lapangan yaitu:

a. CSR berbasis Karikatif (*Charity*)

Program karikatif murni bersifat amal. Program ini diwujudkan dengan memberikan bantuan yang diinginkan oleh masyarakat. Program karikatif biasanya berupa hibah sosial yang dilaksanakan untuk tujuan jangka pendek dan insidental.

b. CSR berbasis Kedermawanan (*Philantrophy*)

Program CSR berbasis kedermawanan ini berbentuk hibah atau sumbangan yang difokuskan untuk pembangunan baik infrastruktur maupun pembangunan sumber daya manusia. Target dalam program CSR berbasis kedermawanan ini adalah

masyarakat luas tidak hanya kaum miskin saja. Program ini diwujudkan dengan terbentuknya suatu yayasan independen yang menjadi agen perusahaan untuk melaksanakan program CSR-nya. Misalnya, memberikan beasiswa.

c. CSR berbasis *Community Development*

Program CSR ini dilaksanakan dengan membangun masyarakat dan menjaga pelestarian lingkungan yang bertujuan untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar.

Menurut Nor Hadi (2011) program pengembangan dalam masyarakat juga dapat dibedakan menjadi:

- a. *Community Relations*, kegiatan tanggung jawab sosial yang menggunakan kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang berkepentingan (*stakeholders*). Kegiatan tersebut lebih difokuskan pada kegiatan kedermawanan (*charity*), berjangka pendek, habis pakai, dan kegiatan sosial lain yang bersifat insidental.
- b. *Community Service*, merupakan salah satu bentuk kegiatan tanggung jawab sosial yang menitik beratkan pada pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum.
- c. *Community Empowering*, merupakan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang memberikan akses lebih luas

kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Seperti pembentukan usaha industri kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya, dan perusahaan memberikan akses kepada pranata sosial yang ada agar dapat berlanjut. Contohnya adalah kemandirian komunitas.

5. Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility*

Menurut Cooper (dalam Almuhammad, 2016:24) menyatakan secara sederhana, implementasi merupakan tahapan yang menghubungkan rencana dengan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Sejalan dengan hal tersebut, Wibisono (dalam Hadi, 2011:123) juga menyatakan bahwa perencanaan program menjadi salah satu hal yang cukup penting karena dapat dijadikan sebagai acuan dalam melaksanakan (implementasi) pelaksanaan program. Di samping itu, perencanaan juga menentukan strategi yang lebih efektif dapat dilaksanakan.

Untuk itu, dalam sebuah perusahaan harus diimbangi dengan strategi yang dapat memperkuat pelaksanaan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Strategi CSR ditujukan untuk dapat membangun dan menjalin komunikasi kepada masyarakat mengenai kegiatan CSR yang akan dilaksanakan tersebut. Apabila perusahaan tidak memasukkan komponen komunikasi ke dalam strategi pelaksanaan CSR, maka yang terjadi adalah adanya kelemahan dalam proses pelaksanaan CSR tersebut.

Sehingga, dalam sebuah perusahaan haruslah dapat menciptakan pola komunikasi dua arah dalam pelaksanaan CSR. Baik komunikasi dalam lingkungan perusahaan maupun komunikasi perusahaan dengan publiknya. Tujuannya adalah agar pelaksanaan CSR dapat tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Hadi (2011) merumuskan diagram yang menggambarkan tahapan pelaksanaan (implementasi) dalam CSR, yaitu:

a. Tahap Perencanaan

Perencanaan menjadi bagian terpenting dalam pelaksanaan CSR. Hal ini dikarenakan perencanaan akan menentukan sejauh mana ketepatan dan keefektifan akan suatu program yang dirancang bagi *stakeholders* tersebut dapat berhasil. Sehingga perumusan tujuan program CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan bergantung pada hasil analisis perusahaan terhadap program CSR seperti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Wibisono (dalam Hadi, 2011:66) membagi cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan CSR ke dalam tiga persepsi, yaitu:

“*Pertama*, perusahaan melakukan kegiatan CSR sekadar basa-basi dan keterpaksaan. Di mana perusahaan melakukan kegiatan CSR lebih karena mematuhi aturan pemerintah dan perundang-undangan, maupun tekanan eksternal. Di samping itu, perusahaan melaksanakan kegiatan CSR juga ajang untuk membangun *image* positif perusahaan, sehingga kegiatan CSR bersifat jangka pendek, karikatif, insidental, dan sebatas *lames*. *Kedua*, tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam rangka memenuhi

kewajiban. Tanggung jawab sosial dilakukan atas dasar anjuran regulasi yang harus dipatuhi, seperti yang tertera dalam Undang-Undang No 25 tahun 2007 tentang penanaman modal dan Undang-Undang No 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang menyebutkan “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab perusahaan”. *Ketiga*, perusahaan melakukan kegiatan tanggungjawab sosial, bukan hanya sebagai salah satu bentuk kewajiban saja, akan tetapi pelaksanaan tanggungjawab sosial juga ditunjukkan sebagai bagian dalam aktivitas perusahaan. Di mana tanggung jawab sosial tidak hanya dijadikan sebagai bentuk pelaksanaan “kewajiban” saja, akan tetapi juga sebagai suatu kebutuhan bagi perusahaan yang dapat dijadikan sebagai investasi jangka panjang yang dapat mendukung keunggulan perusahaan di masa depan”.

b. Tahap Pelaksanaan

Selanjutnya, menurut Hadi (2011:146) dalam proses pelaksanaan CSR terdapat dua strategi implementasi, jika dilihat dari sudut pandang keterlibatan perusahaan dalam pelaksanaan CSR, yaitu:

1) *Self Managing Strategy*

Strategi ini menjelaskan bahwa perusahaan mempraktikkan sendiri kegiatan CSR di lapangan atau dapat dilakukan dengan perusahaan membentuk departemen dalam struktur organisasi yang bertugas untuk melaksanakan kegiatan CSR perusahaan. Departemen tersebut akan merencanakan, merumuskan tujuan, target evaluasi, dan memonitoring serta melaksanakannya.

2) *Outsourcing*

Pelaksanaan tanggung jawab sosial diserahkan kepada pihak ke tiga, sehingga perusahaan tidak terlibat langsung dalam pelaksanaan kegiatan CSR di lapangan. Terdapat dua pola model *outsourcing* yaitu: (1) Seperti bermitra dengan pihak lain (*event organizer*, LSM, institusi pendidikan dan sejenisnya), dan (2) Bergabung dan mendukung kegiatan bersama baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Pada dasarnya, selain memberdayakan masyarakat melalui program CSR yang dijalankan oleh perusahaan, menurut Untung (2009:6) pelaksanaan CSR juga memiliki beberapa manfaat, yaitu:

- a. Memertahankan dan mendongkrak reputasi serta merek perusahaan
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas
- f. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*
- g. Meningkatkan semangat dan produktivitas
- h. Peluang mendapatkan penghargaan
- i. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- j. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah

Dari pemamparan manfaat pelaksanaan CSR di atas menunjukkan bahwa pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh perusahaan tidak hanya difokuskan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat saja. Akan tetapi juga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan pelaksananya. Sehingga yang diharapkan

dari pelaksanaan program CSR tersebut adalah dapat tercipta simbiosis mutualisme baik bagi masyarakat maupun perusahaan melalui program CSR yang dilaksanakan tersebut.

c. Tahap Evaluasi

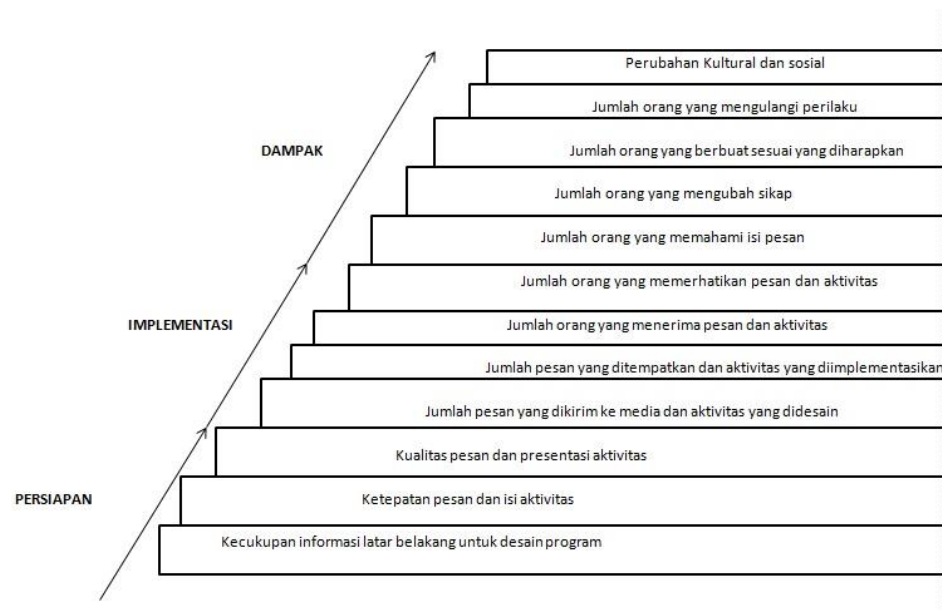
Evaluasi pelaksanaan CSR dimaksudkan dalam rangka perbaikan di masa depan, dan sekaligus untuk menentukan tingkatan pencapaian kinerja aktivitas sosial yang telah dilakukan. Evaluasi dan pemantauan pelaksanaan juga ditujukan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian tujuan program yang telah direncanakan berjalan sebagaimana dengan perencanaan yang sudah dibuat.

Menurut Prayogo (2011:220) bentuk evaluasi dapat ditentukan berdasarkan pendekatan program CSR yang digunakan. Dalam pendekatan *social planning*. Tujuan utama yang ingin dicapai adalah memecahkan masalah tertentu dalam masyarakat, misalnya masalah kemiskinan, pendidikan, kesehatan, integrasi dan sejenisnya.

6. Model Evaluasi PII

Terdapat beberapa model riset evaluasi yang dapat diaplikasikan dalam mengevaluasi kinerja *public relations* dalam melaksanakan suatu program. Salah satu model evaluasi dalam *public relations* yang digunakan dalam mengevaluasi pelaksanaan suatu program, salah satunya adalah

model evaluasi persiapan, implementasi dan dampak. Seperti yang terdapat dalam Cutlip (2011:419) yang memaparkan tentang tahap dan level untuk mengevaluasi program *public relations* yang tertera dalam gambar 1.2.



Gambar 1. 2 Tahap dan Level untuk Mengevaluasi Program Public Relations

Melaui model evaluasi ini akan muncul pertanyaan-pertanyaan penelitian yang bersifat spesifik sesuai dengan tahapan yang ditanyakan. Sehingga jawaban yang dihasilkan dari penelitian dengan menggunakan model evaluasi PII ini dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan menambah informasi dalam mengefektifkan kegiatan evaluasi.

a. Evaluasi Persiapan (*Plan*)

Terdapat tiga tahapan yang ada dalam evaluasi bagian persiapan. Menurut Cutlip (2011:420) tahapan tersebut meliputi:

kecukupan informasi latar belakang, organisasi dan ketetapan program, serta strategi dan taktik pesan, kualitas pesan dan elemen program.

Kecukupan informasi dan latar belakang digunakan untuk merencanakan program. Misalnya seperti program seperti apa yang akan dibentuk oleh perusahaan, apakah semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program sudah diidentifikasi, apa krisis terakhir yang menimbulkan permasalahan dalam suatu perusahaan, dan lain sebagainya. Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut di atas akan menjadi dasar pembentukan dari suatu program perusahaan.

Selanjutnya, dalam tahapan organisasi dan ketetapan program serta strategi dan taktik pesan, Cutlip (2011:420) menjelaskan bahwa tinjauan kritis atas apa yang dikatakan dan dilakukan bisa menjadi pedoman untuk melaksanakan program di masa depan. Maksudnya adalah apakah program yang dibuat tersebut sudah sesuai dengan problematika dalam perusahaan, apakah program tersebut tepat sasaran untuk publik yang menjadi target dalam pelaksanaan program, dan lain sebagainya. Adapun tahapan evaluasi persiapan yang terakhir adalah kualitas pesan dan elemen program.

b. Evaluasi Implementasi (*Implement*)

Evaluasi dalam tahapan implementasi ini dilakukan untuk mencatat kecukupan taktik dan upaya yang digunakan untuk

mendukung terlaksananya program perusahaan. Seperti yang tercantum dalam (Cutlip 2011:423-429) yang memaparkan bahwa terdapat empat tahapan dasar dalam evaluasi implementasi yaitu jumlah pesan yang didistribusikan, jumlah pesan yang ditempatkan di media, jumlah orang yang mungkin menerima pesan, dan jumlah orang yang memerhatikan isi pesan.

c. Evaluasi Dampak (*Impact*)

Pengukuran dampak menjadi salah satu tolok ukur akan keberhasilan program yang dijalankan. Menurut Cutlip (2011:429) penilaian dalam tahap evaluasi dampak ini dapat dilakukan secara menengah dan sumatif. Dampak menengah atau formatif dilakukan pada saat pertengahan program pada saat program masih atau sedang dijalankan, sedangkan evaluasi sumatif dilakukan di akhir program untuk mengukur keberhasilan program yang dijalankan apakah sesuai dengan tujuan yang direncanakan atau tidak.

Terdapat empat tahapan dalam evaluasi dampak yaitu pengukuran jumlah orang yang mengetahui isi pesan, jumlah orang yang mengubah sikapnya, jumlah orang yang bertindak sesuai dengan yang diinginkan, dan jumlah orang yang mengulangi dan mempertahankan perilaku yang diharapkan.

Alasan peneliti memilih menggunakan model evaluasi PII dalam penelitian ini adalah dikarenakan program CSR *Rail Clinic* merupakan salah satu program CSR baru yang dijalankan oleh PT

KAI. Mengingat program CSR *Rail Clinic* sendiri baru berjalan kurang lebih 2 tahun. Sehingga, diharapkan dengan menggunakan model evaluasi PII dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman dalam proses pelaksanaan evaluasi program. Selain itu, melalui penilaian evaluasi yang dihasilkan dari penelitian ini terhadap pelaksanaan kegiatan *CSR Rail Clinic* adalah dapat menjadi suatu masukan (*feedback*) kepada PT KAI dalam meningkatkan kualitas pelayanan program kepada masyarakat selaku sasaran utama dari dilaksanakannya program *CSR Rail Clinic* oleh PT KAI.

7. Faktor yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Implementasi CSR pada dasarnya memiliki tujuan untuk pemberdayaan masyarakat, bukan untuk memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan untuk mengkreasikan masyarakat yang mandiri (Untung, 2009:11).

Menurut *Princess of Wales Foundation* (dalam Untung, 2009:11). Terdapat lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR, yaitu:

a. Human Capital atau Pemberdayaan Manusia

Human capital berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan secara

eksternal perusahaan dituntut untuk melakukan pemberdayaan masyarakat.

b. Environments

Perusahaan harus berupaya keras untuk menjaga kelestarian lingkungan.

c. Good Corporate Governence

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan harus mengacu pada praktik bisnisnya.

d. Social Cohesion

Social Cohesion adalah pelaksanaan CSR tidak boleh menimbulkan kecemburuan sosial. CSR adalah upaya untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak terjadi konflik.

e. Economic Strenght

Economic Strenght diartikan dengan memperdayakan lingkungan menuju kemandirian dibidang ekonomi. Perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri, sementara komunitas di lingkungan perusahaannya miskin. Perusahaan harus memberdayakan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moeleong, 2001:3) merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu kebutuhan.

Sedangkan menurut Sugiyono (2016), metode penelitian kualitatif disebut juga metode penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Objek penelitian kualitatif bersifat apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada objek. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.

Dengan demikian metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data

bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Dalam penelitian kualitatif juga sering menggabungkan teknik observasi partisipatif dengan wawancara mendalam. Selama melakukan observasi, peneliti juga melakukan wawancara kepada orang-orang yang terlibat di dalamnya.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Kriyantono (2006) menjelaskan studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi, atau peristiwa secara sistematis.

Menurut Denzim dan Lincoln (dalam Asmara:2013) merinci ciri-ciri studi kasus adalah sebagai berikut:

- 1) Studi kasus adalah suatu bentuk penelitian (*inquiry*) atau studi tentang suatu masalah yang memiliki sifat kekhususan (*particularity*).
- 2) Dapat dilakukan baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif, tetapi lebih ditekankan pada pendekatan kualitatif.
- 3) Sasaran studi kasus dapat berupa perorangan (*individual*) maupun kelompok, bahkan masyarakat luas.

Studi kasus memiliki beberapa keunggulan yaitu dalam hal dalam memberikan informasi penting mengenai hubungan antar variabel, memperoleh wawasan mengenai konsep dasar perilaku manusia dan

menyajikan data temuan yang sangat berguna untuk membangun latar permasalahan. Selain itu, metode studi kasus juga mampu mengungkap hal-hal yang spesifik, unik, dan hal-hal yang amat mendetail yang tidak dapat diungkap oleh studi yang lain. Studi kasus mampu mengungkap makna dibalik fenomena dalam kondisi apa adanya atau natural.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor pusat PT Kereta Api Indonesia (Persero) Jalan Perintis Kemerdekaan No 1 Bandung 40117 dan Jl. Lempuyangan No 1 Yogyakarta 5521. Pelaksanaan ini akan dilaksanakan dari bulan Agustus-Oktober 2017.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek Penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Objek Penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah *Evaluasi Pelaksanaan Bakti Sosial Rail Clinic sebagai Program Corporate Social Responsibility PT Kereta Api Indonesia (Persero) di Bandung & Yogyakarta periode 2016-2017.*

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data-data dari sumber yang ada sesuai dengan masalah yang diteliti untuk mendukung penelitian ini adalah:

a. *Interview* (Wawancara)

Menurut Kriyantono (2006) wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal secara lebih mendalam dari responden. Jenis wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti adalah wawancara semi-terstruktur. Di mana wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, yang mana pelaksanaan wawancaranya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Wawancara semi-terstruktur menurut Herdiansyah (2015:66) memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Kecepatan wawancara dapat diprediksi,
- 2) Fleksibel tapi terkontrol (dalam hal pertanyaan atau jawaban),
- 3) Ada pedoman wawancara yang dijadikan patokan dalam membuat pertanyaan wawancara yang disesuaikan dengan tema-tema yang telah dibuat,
- 4) Tujuan wawancara adalah untuk memahami suatu fenomena.
Dalam hal ini peneliti menanyakan beberapa rentetan pertanyaan yang terstruktur.

Peneliti menetapkan narasumber dengan kriteria informan sebagai berikut:

- 1) *Manager Management Health and Public Service Rail Clinic* PT KAI. Hal ini dikarenakan *Manager Management Health and Public Service Rail Clinic* merupakan orang yang ditugaskan untuk

bertanggungjawab terhadap pelaksanaan program CSR *Rail Clinic* yang dilaksanakan oleh PT KAI.

- 2) Manager Kesehatan Daop 2 Bandung. Hal ini dikarenakan Manager Kesehatan Daop 2 Bandung merupakan orang yang bertanggungjawab terhadap pelaksanaan *Rail Clinic* yang dilaksanakan di Daop 2 Bandung.
- 3) Manager Kesehatan Daop 6 Yogyakarta. Hal ini dikarenakan Manager Kesehatan Daop 6 Yogyakarta merupakan orang yang bertanggungjawab terhadap pelaksanaan *Rail Clinic* yang dilaksanakan di Daop 6 Yogyakarta.
- 4) Masyarakat umum, yaitu sebagai pihak yang menerima bantuan dan merasakan manfaat dari pelaksanaan program CSR *Rail Clinic* dari PT KAI.

Dari kriteria informan di atas, maka peneliti menetapkan narasumber yang diwawancarai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bapak Sugriyatno sebagai *Manager Management Health and Public Service Rail Clinic* PT KAI
2. Ibu Rina Supriani sebagai pegawai KAI Unit Kesehatan Daop 2 Bandung
3. Dokter Welliansyah sebagai *Manager* Kesehatan Daop 6 Yogyakarta PT KAI

4. Masyarakat Umum sebagai pihak yang menerima manfaat program CSR *Rail Clinic* yang dilaksanakan di Bandung & Yogyakarta. Masing-masing daerah berjumlah satu orang, satu laki-laki & dua perempuan, sehingga total berjumlah tiga orang.

Peneliti menentukan kriteria informan yaitu dari bagian kesehatan PT KAI yang merupakan bagian internal dari perusahaan dan orang yang mengetahui tentang pelaksanaan program CSR *Rail Clinic*. Wawancara dengan informan yang sudah ditentukan mempunyai maksud untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan program CSR *Rail Clinic* dari PT KAI dapat mendatangkan manfaat bagi masyarakat, sehingga data-data yang didapatkan sangat relevan. Selain itu juga informan dari eksternal yaitu beberapa masyarakat yang menerima manfaat dari pelaksanaan program CSR *Rail Clinic*. Kemudian peneliti mendalami hasil informasi mengenai hal-hal yang diteliti. Setelah itu mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti.

b. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai data sekunder (*secondary data*). Menurut Sugiyono (2016:326) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Pengumpulan data yang diperoleh dengan mengutip data-data dari buku, sumber informasi dari PT Kereta Api Indonesia (Persero), foto-foto dan juga sumber lain yang sangat mendukung penelitian serta memperoleh pengetahuan secara mendalam tentang masalah yang diteliti.

Data yang termasuk sebagai data sekunder dalam penelitian ini, antara lain profil PT KAI, profil lengkap program CSR *Rail Clinic*, foto-foto kegiatan dalam pelaksanaan *Rail Clinic* dan lain sebagainya yang berkaitan dengan program CSR *Rail Clinic* yang mendukung dalam penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Model ini ada 4 komponen analisis yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Sugiyono (2016:334) mengemukakan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan berakhir pada penarikan kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

6. Uji Validitas Data

Dalam penelitian ini teknik yang dilakukan dalam uji validitas adalah dengan menggunakan triangulasi. Menurut Sugiyono (2016:327) Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Di mana peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu dengan mengecek kredibilitas data tersebut dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data.

Menurut Sugiyono (2016:361), Validitas merupakan “derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Dengan demikian data yang valid adalah “data yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Keabsahan data dalam triangulasi menurut Sugiyono (2016:370), menjelaskan ada tiga macam triangulasi. Ketiga triangulasi tersebut yaitu triangulasi sumber, pengumpulan data dan waktu.

- a. Triangulasi Sumber adalah triangulasi yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini triangulasi sumber diperoleh dari data yang dimiliki oleh PT KAI.

- b. Triangulasi Teknik adalah triangulasi suatu alat untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Dalam triangulasi teknik ini peneliti menggunakan wawancara, observasi langsung dan dokumen untuk sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian.
- c. Triangulasi waktu adalah triangulasi yang sering mempengaruhi data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara, dipagi, siang, maupun malam. Dalam triangulasi waktu ini peneliti melakukan wawancara semi terstruktur dengan pihak KAI dan masyarakat penerima bantuan *Rail Clinic*.

Berdasarkan pemaparan di atas, pada penelitian ini peneliti akan menggunakan ketiga macam triangulasi, pertama triangulasi sumber data yang berupa meminta dokumen mengenai pelaksanaan *Rail Clinic* kepada PT KAI yang berisi catatan yang terkait dengan data yang diperlukan oleh peneliti. Kemudian untuk triangulasi teknik dan waktu dengan melakukan observasi dan wawancara dengan narasumber secara langsung pada saat pelaksanaan kegiatan *Rail Clinic* berlangsung.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

Pada gambaran umum perusahaan berisi tentang gambaran dan profil umum dari PT Kereta Api Indonesia (Persero), serta *Rail Clinic* akan dipaparkan dalam bab II ini.

BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

Dalam bab III akan dipaparkan mengenai evaluasi pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* PT Kereta Api Indonesia (Persero) melalui Program “Bakti Sosial *Rail Clinic*”. Selain itu juga akan digambarkan hasil dari penelitian dan juga analisis berdasarkan teori yang sudah dipaparkan pada bab I sebelumnya.

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan saran.