

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis dan perkembangannya saat ini sudah masuk ke dalam era modern, sehingga menuntut suatu perusahaan untuk terus meningkatkan perhatian serta tanggung jawab terhadap lingkungan sosial, karena keberlangsungan hidup suatu perusahaan tidak terlepas dari lingkungan eksternalnya, baik lingkungan alam ataupun sosialnya. Perusahaan-perusahaan di Indonesia sudah banyak yang mengubah paradigma mereka, dimana sekarang mereka sudah tidak mengorientasikan seluruh kegiatan yang dilakukan dari sudut menambah keuntungan secara finansial (*profit oriented*), tetapi menjadi *stakeholder oriented* demi keberlangsung hidup jangka panjang suatu perusahaan. Seiring dengan perubahan paradigma tersebut, kemudian muncul sebuah konsep yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Kegiatan CSR ialah satu misi perusahaan terhadap *stakeholdernya*. Meskipun sifatnya *voluntary*, tetapi kegiatan CSR harus dilaksanakan dengan serius. Hal tersebut dilakukan agar terjalin relasi dan keharmonisan suatu badan usaha dengan masyarakat, lingkungan, konsumen, serta kemampuan sumber daya manusia yang bekerja di perusahaan tersebut. Menurut Mu'man Nuryana (2005) dalam penelitian yang berjudul *Corporate Responsibility dan Kontribusi bagi Perusahaan Berkelanjutan* menjelaskan bahwa CSR ialah pendekatan yang dilakukan perusahaan sebagai suatu bentuk kepedulian sosial atas bisnis yang dijalankan serta satu wujud interaksi *stakeholder* berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

Selain merupakan suatu kesukarelaan, ada yang mengartikan bahwa kegiatan CSR ialah satu wujud keharusan karena sifatnya mutlak. Ada tiga alasan mengapa suatu perusahaan diharuskan untuk melaksanakan CSR. Pertama, perusahaan memiliki landasan moral dan etika terhadap berbagai isu. Kedua, Pertanggungjawaban melekat pada suatu perusahaan dalam pengembalian sebagian keuntungannya kepada warga sekitarnya maksimal sebanyak 2%. Ketiga, terdapat banyaknya bukti terdapatnya hubungan positif antara tanggung jawab sosial yang baik dengan kinerja komersil (Afdhal, 2004: 32).

Manfaat dengan adanya CSR adalah membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat, dan kelebihan jangka panjangnya ialah menjadi satu bentuk sumbangsih positif bagi masyarakat dan perekonomian mereka. Hal lainnya adalah perusahaan dianggap memberikan dukungan dan memberikan jalan agar terwujudnya kehidupan masyarakat yang semakin membaik dan juga bisa memberikan efek yang baik bagi perusahaan untuk menjual produk atau jasa mereka kepada masyarakat. Secara tidak langsung membuat konsumen perusahaan tersebut meningkat karena konsumen melihat dari citra perusahaannya. Dengan citra yang baik, maka *profit* yang diterima oleh perusahaan akan semakin besar. Makin tingginya *profit* yang didapatkan oleh perusahaan, maka semakin besar juga tanggung jawab suatu perusahaan dalam memberikan timbal balik berupa manfaat yang baik bagi masyarakat sekitar ataupun masyarakat luas. Kegiatan positif tersebut merupakan salah satu pendukung untuk membentuk citra perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Mia Sarah dalam jurnalnya yang berjudul Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Citra Perusahaan (Studi Korelasional Program Nikah Massal Terhadap Citra PT. PGN SBU III Medan di Kalangan Warga Masyarakat Kota Medan) terdapat hubungan yang kuat antara program CSR Nikah Massal terhadap citra PT. PGN SBU III Medan, yakni semakin baik program CSR yang dijalankan oleh PT. PGN SBU III, maka semakin baik pula citra PT. PGN SBU III di mata khalayak luas.

Selain memiliki peran dalam pembentukan citra positif perusahaan, CSR juga akan memperkuat *brand* yang dihasilkan perusahaan, mengembangkan dan memperluas jaringan kerjasama dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*), meningkatkan inovasi untuk pemasaran produk, serta inovasi pembaruan produk sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat, yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Setelah citra perusahaan semakin baik, dan tingkat kepercayaan terhadap masyarakat meningkat, maka perusahaan tersebut akan semakin meningkat, dan perusahaan akan berkembang menjadi lebih besar.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) ialah suatu usaha milik negara yang menjalankan bisnisnya pada bidang transportasi dan memiliki tujuan untuk turut mengambil peran pada perkembangan perekonomian lanjutan serta memperbaiki mutu kehidupan dan lingkungan yang berguna untuk berlangsungnya suatu bisnis

usaha dan masyarakat sekitarnya, karena keberadaan suatu perusahaan termasuk PT KAI (Persero) di tengah masyarakat yang bisa saja memberikan dampak buruk bagi lingkungannya. Salah satunya adalah dampak operasional perusahaan, dimana rel kereta api yang sering kali berada di tengah permukiman warga. Hal tersebut menjadikan PT KAI (Persero) menilai pentingnya menerapkan suatu bentuk aktivitas sosial yang memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

Saat ini juga kereta api sudah jauh dari kesan masyarakat yang melihat bahwa kereta api merupakan transportasi yang kumuh, bertele-tele, sumpek, dan tak aman. PT Kereta Api Indonesia (Persero) sudah berhasil membuang kesan buruk tersebut. Perubahan besar yang terjadi pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) terjadi semenjak 2011, saat Ignasius Jonan menjabat sebagai Direktur Utama yang mengubah paradigma bisnisnya, dari *product oriented* menjadi *service oriented*.

PT KAI (Persero) ingin semakin bisa membangun citra perusahaannya dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Berbagai kegiatan CSR telah dilaksanakan oleh PT KAI (Persero), diantaranya kegiatan pada bidang Program Kemitraan, Program Bina Lingkungan, dan Program *Community Relations*. Berikut adalah deskripsi dari masing-masing bidang CSR PT KAI (Persero).

Tabel 1.1 Bidang CSR PT KAI (Persero)

No.	Bidang Program CSR	Tahun didirikan	Kegiatan CSR	Total Penerima Bantuan
1.	Program Kemitraan	2012	<ul style="list-style-type: none"> - Penyerahan Modal Usaha Kepada Mitra Binaan - Pelatihan Capacity Building Mitra Binaan - Pameran Indonesia Creative Product Festival (ICPF) 	2.224

			- Pameran Bazaar UMKM	
2.	Program Bina Lingkungan	2014	<ul style="list-style-type: none"> - Bantuan Korban Bencana Alam - Peningkatan Kualitas Pendidikan - Peningkatan Layanan Kesehatan - Pengembangan Prasarana dan Sarana Umum - Pembangunan/Renovasi Sarana Ibadah - Bantuan Pelestarian Alam - Bantuan Sosial Kemasyarakatan untuk Pengentasan Kemiskinan 	23.470
3.	Program <i>Community Relations</i>	2014	<p><i>External Community Relations:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi Keselamatan dengan Rail Clinic - Bantuan dana sponsorship - BUMN Hadir Untuk Negeri <p><i>Internal Community Relations:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Baporseni - Marching Band Locomotive 	1.141

Sumber: Olahan peneliti, 2020

Salah satu kegiatan CSR dalam Program Bina Lingkungan adalah layanan kesehatan Rail Clinic yang bersentuhan langsung dengan *stakeholder*-nya. Kegiatan CSR Rail Clinic yang sudah didirikan sejak tahun 2015 ini termasuk dalam kegiatan CSR yang paling sering dilaksanakan dalam satu waktu dan merupakan kegiatan yang berkelanjutan (*sustainable*), dimana perusahaan membantu memberikan jalan kepada masyarakat kurang mampu untuk perbaikan kualitas hidup yang lebih baik di masa mendatang apabila masyarakat tersebut dapat hidup dengan sehat. Kegiatan CSR Rail Clinic merupakan CSR yang paling menarik perhatian masyarakat dan memberikan jumlah penerima bantuan terbanyak diantara kegiatan CSR PT KAI (Persero) yang lainnya. Terhitung hingga tahun 2019, jumlah penerima bantuan CSR Rail Clinic yaitu sejumlah 22,508 orang berdasarkan data *Annual Report Book* CSR PT KAI.

Di Indonesia, terdapat beberapa perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang layanan transportasi yang melakukan kegiatan CSR dalam bidang layanan kesehatan, diantaranya adalah PT Angkasa Pura I dan II, PT Garuda Indonesia, dan PT Kereta Api Indonesia (Persero). Berikut deskripsi program CSR dari masing-masing perusahaan.

Tabel 1.2

Deskripsi Program CSR Layanan Kesehatan Perusahaan BUMN

Perusahaan BUMN	Deskripsi Program CSR
PT Angkasa Pura I dan II	Layanan kesehatan melalui Program Kesehatan Keliling merupakan bentuk kepedulian PT Angkasa Pura 1 dan II bagi balita, ibu hamil, dan masyarakat umum yang tinggal di kawasan bandara guna meningkatkan kesehatannya.
PT Garuda Indonesia	Layanan kesehatan melalui Program Garuda Indonesia Peduli Kesehatan Masyarakat dengan pemberian layanan gratis dalam mengobati keluhan kesehatan warga di

	sejumlah provinsi seperti pengobatan umum, spesialis sampai masalah gigi.
PT Kereta Api Indonesia (Persero)	Layanan kesehatan melalui Program Rail Clinic ialah satu pusat layanan kesehatan memakai kereta dengan desain yang menyerupai ruang pelayanan kesehatan di seluruh daerah operasional dan divisi regional kereta api. Layanan yang diberikan adalah masalah umum kesehatan hingga kehamilan, serta pelayanan tanpa biaya untuk obat-obatan dan bantuan terhadap bencana alam serta pemberian kacamata gratis kepada Siswa Sekolah Dasar.

Sumber: Olahan peneliti, 2020

PT Kereta Api Indonesia (Persero) menerapkan Rail Clinic sebagai pelayanan kesehatan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan komitmen perusahaan atas kehidupan masyarakat umum melalui bidang layanan kesehatan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Philip Kotler dan Nancy Lee (2005) dalam buku *Corporate Social Responsibility* menjelaskan bahwa CSR dianggap menjadi bentuk komitnya para pengusaha dalam bertindak dengan sopan serta memberikan sumbangsihnya untuk masyarakat sekitarnya



Gambar 1.1

Logo CSR PT Kereta Api Indonesia

Sumber: www.kai.id

(diakses pada 19 Oktober 2019 pukul 20.15 WIB)

Rail Clinic merupakan program CSR PT KAI (Persero) dalam rangka pelayanan kesehatan terhadap warga sekitar yang tinggal di sekitar jalur kereta api dan warga yang tinggal berjauhan dari pelayanan kesehatan. Selain itu juga bisa dimanfaatkan sebagai evakuasi korban bencana untuk lokasi-lokasi bencana alam yang berdekatan dengan rel kereta api. Rail Clinic dilengkapi dengan fasilitas Rail Library dengan koleksi buku yang cukup lengkap, terlebih Rail Library dilengkapi dengan fasilitas *e-library* guna meningkatkan minat baca masyarakat. Program tersebut diharapkan perusahaan akan semakin mendapatkan tempat di hati masyarakat.

Implementasi CSR melalui kegiatan Rail Clinic yang dilakukan oleh PT KAI (Persero) merupakan upaya dalam pembentukan citra positif perusahaan ke arah yang lebih baik. Mengingat dalam perjalanan karir perusahaannya, PT KAI (Persero) telah melakukan banyak inovasi sehingga menjadikannya transportasi yang disukai oleh masyarakat.

Dari segi hukumnya, CSR dilaksanakan harus sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 dimana seluruh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) diharuskan mengadakan aktivitas pertanggungjawaban sosial usahanya, lain daripada itu CSR penting sebab aset-aset usaha tersebut berada berdekatan dengan warga.



Gambar 1.2

Peresmian Peluncuran Rail Clinic Generasi ke 4 di Stasiun Kiara Condong, Bandung

Sumber: <https://republika.co.id/berita/owzeka283/kai-luncurkan-rail-clinic-generasi-ke4-4>

(diakses pada 19 Agustus 2020 pukul 11.43 WIB)

Proses dibuatnya Rail Clinic sudah dilakukan sejak 10 Oktober 2015 di Balai Yasa Yogyakarta dan pertama kali diresmikan pada 12 Desember 2015. Sejak pertama kali dibuat, Rail Clinic memiliki empat generasi, dan generasi keempat tersebut diluncurkan oleh PT KAI di Stasiun Kiaracondong, Bandung pada tanggal 28 Agustus 2017 dengan memiliki fasilitas Rail Library. Pemilihan CSR PT KAI (Persero) melalui kegiatan Rail Clinic sebagai objek penelitian ini adalah karena Rail Clinic mendapatkan piagam Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai kereta kesehatan pertama di Indonesia pada tahun 2015, dan memiliki fasilitas lengkap layaknya klinik yaitu Ruang Laboratorium, Ruang Monitoring, Pelayanan Farmasi, Pemeriksaan Umum, Pemeriksaan Gigi, Pemeriksaan Ibu Hamil, Pemeriksaa Mata, Ruang Edukasi, dan Toilet Ramah Lingkungan.



Gambar 1.3

Kegiatan Pemeriksaan Gigi di Rail Clinic

Sumber: www.kai.id

(diakses pada 19 Oktober 2019 pukul 20.24 WIB)

Dikutip dari *Annual Report Book* PT KAI (Persero) tahun 2018, pencapaian terbaik program CSR tahun 2018 yaitu mendapatkan apresiasi CSR Award 2018 dari *Sindow Weekly* dengan penganugerahan dalam bidang kesehatan menggunakan Rail Clinic. Kemudian dikutip juga dari *Annual Report Book* PT KAI tahun 2018, total biaya sosialisasi perjalanan kereta api sepanjang tahun 2018 adalah sebesar Rp. 150.000.000,- dengan pelaksanaan kegiatan di sebanyak 47 lokasi di seluruh Daerah Operasional (DAOP) dan Divisi Regional (DIVRE).

Dalam pengoperasiannya, Rail Clinic menggunakan jenis kereta bertenaga penggerak yang merupakan salah satu jenis kereta disel yang memiliki tenaga gerak sendiri dan tidak tergantung pada lokomotif dan dimodifikasi sedemikian rupa menyesuaikan kebutuhan sarana kesehatan.

Berdasarkan hasil observasi pra-riset, salah satu tanggapan positif diberikan oleh masyarakat dengan adanya Rail Clinic ini yaitu pada saat kereta kesehatan Rail Clinic menyambangi Stasiun Kiaracandong Kota Bandung, dimana salah satu warga yang bernama Leni mengaku sangat senang dan merasa terbantu dengan dilaksanakannya layanan kesehatan milik PT KAI (Persero) tersebut. Beliau mengatakan bahwa ini merupakan pengalaman pertama beliau bisa melakukan cek kesehatan di dalam kereta api secara gratis. Beliau berharap semoga kegiatan ini bisa terus dilakukan kedepannya. Karena dengan adanya Rail Clinic, masyarakat setempat sangat terbantu, terlebih bagi individu yang tidak memiliki kemampuannya untuk membayar pengobatan klinik, atau rumah sakit yang jaraknya jauh dari tempat tinggal mereka.

Berdasarkan latar belakang itulah, diperlukan pengkajian lebih mendalam guna memahami mengenai implementasi tahapan implementasi CSR Program Rail Clinic PT KAI dalam membentuk Dimensi Citra.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang, fokus penelitian ini adalah mengenai tahapan implementasi Program CSR Rail Clinic PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam membentuk Dimensi Citra.

1.3 Identifikasi Masalah

Adapun rumusan identifikasi permasalahan dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimana tahapan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT KAI (Persero) melalui kegiatan Rail Clinic?
2. Bagaimana citra PT KAI (Persero) melalui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Rail Clinic di mata masyarakat?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tahapan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh PT KAI (Persero) melalui kegiatan Rail Clinic.
2. Mengetahui citra PT KAI (Persero) melalui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Rail Clinic di mata masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian yang diharapkan, sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan pengetahuan serta kontribusi pada bidang *Marketing Communications*, khususnya dalam memanfaatkan fungsi implementasi CSR untuk membentuk citra sebuah perusahaan.

B. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan menghasilkan hasil yang bisa memberikan kegunaannya bagi setiap pihak, diantaranya:

1. Menjadi masukan bagi PT KAI (Persero) dalam pengimplementasian CSR dalam aktivitas Rail Clinic untuk membentuk citra perusahaan.
2. Bagi peneliti, Penelitian ini dapat memberi manfaat mengenai implementasi ilmu yang telah didapatkan semasa perkuliahan melalui penelitian untuk menyelesaikan pendidikan
3. Penelitian ini bisa menjadi acuan bagi penelitian berikutnya dengan kemiripan tema dengan perspektif yang berlainan.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.3
Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan	2019			2020						
	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Penelitian Proposal										
Bimbingan Proposal Skripsi										
Desk Evaluation										
Penelitian Lapangan dan Pengumpulan Data										
Analisis Data										
Penyusunan Naskah Skripsi										
Sidang Skripsi										

Sumber: Olahan Peneliti, 2020