BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Corporate Social Responsibilty (CSR) adalah suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam UU PT No. 40 Tahun 2007 pasal 74 menegaskan bahwa program CSR merupakan kewajiban perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat. Menurut Kotler dan Lee (2005) dalam (Vicenovie, 2016) CSR merupakan komitmen sebuah perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup organisasi dengan campur tangan antara sumber daya dan pelaku bisnis yang ada didalamnya. Untuk sebuah perusahaan, dilakukannya CSR sebagai pemicu persepsi positif yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan agar membangun citra yang lebih baik lagi. Tidak hanya itu, tujuan lain dari CSR yaitu untuk merespon kondisi lingkungan sekitar perusahaan yang sekaligus membantu masyarakat untuk hidup sejahtera. CSR juga dapat memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan yaitu meningkatkan penjualan, memperkuat posisi perusahaan, membuat citra perusahaan lebih baik, meningkatkan kemampuan untuk menarik, motivasi, dan mempertahankan karyawan, biaya operasional berkurang, dan meningkatkan ketertarikan kepada investor dan pelanggan (Kotler & Lee, 2005).

Kegiatan CSR sudah banyak dilakukan oleh perusahaan di Indonesia, seperti Telkomsel membuat berbagai program CSR dalam bidang edukasi memiliki program sertifikasi IndonesiaNext yang memberikan pelatihan dan sertifikasi nasional atau internasional serta program T-Perpus sebuah *platform* aplikasi perpustakaan *digital*. Dalam bidang kewarganegaraan *digital*, menggelar kampanye #InternetBAIK untuk sosialisasi dan edukasi *cyber wellnes* mengenai pemanfaatan internet yang benar. Bidang pemberdayaan masyarakat dengan program Baktiku Negeri bertujuan mengembangkan *stakeholder relationship*, *community development*, *employee involvement*, serta *industrial relationship*. Dan bidang filantropi melalui komitmen inisiatif *Telkomsel Emergency Response and Recoverry Activity* (TERRA) merupakan satuan khusus dalam penanggulangan bencana alam di Indonesia (Telkomsel, n.d).

Sedangkan, untuk perusahaan lain seperti PT Telkom Indonesia dengan program *Indonesia Digital Learning* (IDL) bertujuan mendorong perubahan paradigma digital untuk guru di seluruh Indonesia. Danone Aqua membuat program Aqua Lestari yang menjadi bagian dari *sustainable* inisiatif. PT Semen Gresik memiliki berbagai program unggulan yang salah satunya adalah program CSR untuk menyambut Hari Raya Idul Adha 1438 H yang memberikan bantuan kepada masyarakat. PT Pembangkitan Jawa Bali (PJB) program CSR yang dilakukan yaitu pembangunan jembatan bagi perusahaan dan masyarakat sekitar untuk berkomunikasi. Dan PT Unilever Indonesia memiliki berbagai program CSR sesuai dengan produk seperti Pepsodent dengan program edukasi gigi dan mulut, Bango dengan program pelestarian makanan tradisional, Lifebouy dengan kampanye cuci tangan, dan berbagai program yang bekerja sama dengan organisasi lainnya (Arifkha, 2022).

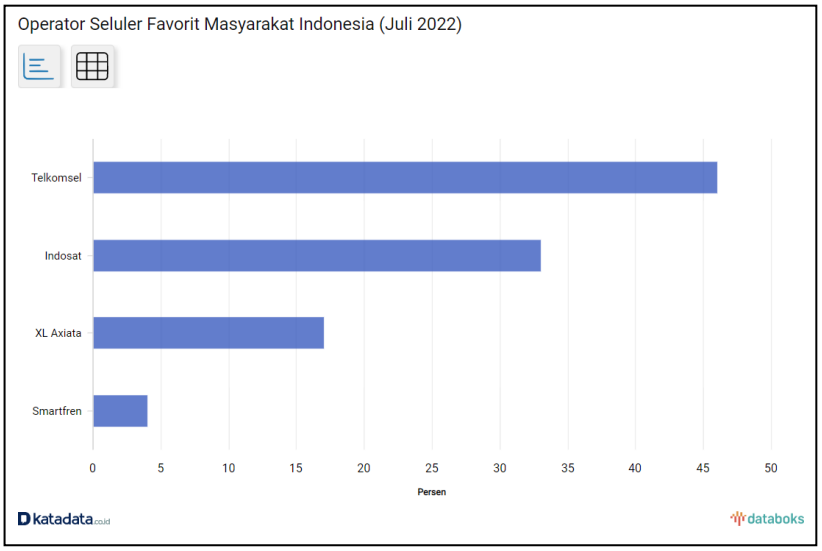
Gambar 1. 1 Tabel Data Operator Seluler Pilihan Masyarakat Indonesia (2021-2022)

Sumber : Databoks.katadata.co.id

Telkomsel meruapakan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang sudah menjadi *Digital Telcom Company* yang memiliki 175 juta pelanggan dan infrastruktur *broadband* sebesar 247.000 BTS yang dapat menjangkau kurang lebih 96 persen wilayah di Indonesia (NUGROHO, 2022) juga melakukan kegiatan program CSR. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam (Dihni, 2022a) untuk membuktikan bahwa Telkomsel merupakan operator seluler yang memiliki pengguna tertinggi sebanyak 41,94% dari

7.568 responden, dibandingkan dengan operator lainnya seperti XL Axiata sebanyak 20,44%, Indosat Ooredo sebanyak 17,78%, Tri sebanyak 14,06%, dan 5,76% untuk pengguna Smartfren.

Gambar 1. 2 Tabel Data Operator Seluler Favorit Masyarakat Indonesia (Juli 2022)



Sumber : Databoks.katadata.co.id

Berikut juga hasil survei *Mobile Phone Usage and 5G Network* yang melibatkan 1.000 responden dengan jangka waktu 4-14 Juli 2022 yang disebar kepada kota-kota besar di Indonesia, bahwa operator seluler yang memberikan jaringan 5G yang diminati oleh masyarakat paling tertinggi yaitu Telkomsel dengan persentase mencapai 46%, kemudian diikuti oleh Indosat Ooredo sebesar 33%, XL Axiata 17% dan Smartfren 4% dan sebagai pemberi jaringan 5G pertama di Indonesia, Telkomsel juga menjadi *provider* yang paling dikenal di Indonesia (Dihni, 2022b). Membuktikan bahwa Telkomsel menjadi operator seluler nomor satu di Indonesia, dapat dilihat dari survei-survei tersebut Telkomsel selalu memiliki persentase tertinggi dengan kategori yang serupa.

Sebagai salah satu wujud tanggungjawab perusahaan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan dan Indonesia, berdasarkan wawancara pra penelitian bahwa Telkomsel berkomitmen untuk melaksanakan *Good Corporate Government* dengan melakukan CSR secara rutin. Telkomsel melakukan program CSR tahunan dalam menyambut momen istimewa seperti Ramadhan dan Natal yaitu program Telkomsel Siaga RAFI (Ramadhan) dan NARU (Natal dan Tahun Baru). Telkomsel Siaga RAFI

dilakukan untuk membantu masyarakat dalam pengoptimalisasi jaringan dan berbagi manfaat melalui program CSR khusus saat bulan Ramadhan berlangsung. (Telkomsel, n.d.). Telkomsel Siaga NARU juga tidak berbeda dengan Telkomsel Siaga RAFI, perbedaannya khusus pada saat menjelang Natal dan target penerimaan manfaatnya berbeda (Telkomsel, n.d.).

Dalam program CSR Telkomsel Siaga ini Telkomsel melakukan berbagai kegiatan yaitu optimasi jaringan, pemberian manfaat kepada masyarakat yang membutukan, melakukan *Sharing Session* bersama karyawan, *market visit*, dsb. Yang akan disesuaikan dengan kebutuhan pada tahun diadakannya program CSR tersebut, contohnya pada Telkomsel Siaga NARU 2021 yang masih berada di masa pandemi yang tinggi akan memiliki perbedaan dalam pelaksanaannya dengan tahun-tahun sebelumnya atau tahun berikutnya. Gambar 1.3 menunjukkan berbagai bentuk pencapaian yang telah dilakukan Telkomsel melalui Telkomsel Siaga NARU 2021.

Gambar 1. 3 Hasil Pelaksanaan Telkomsel Siaga NARU 2021

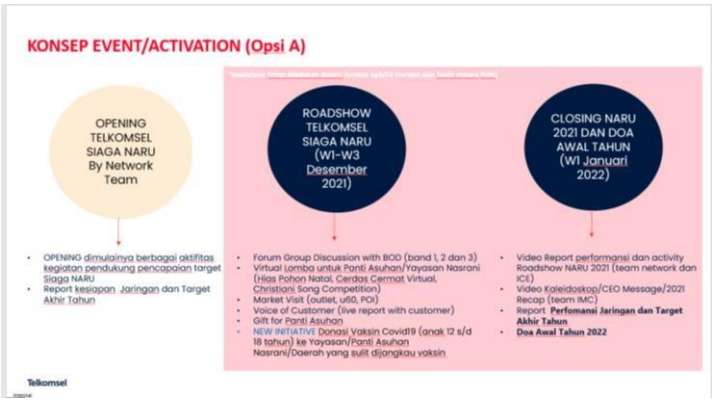
Sumber: Telkomsel.com (2021)

Dalam pelaksanaan Telkomsel Siaga NARU di tahun 2022 ini akan diadakan di seluruh Indonesia yang dibagi menjadi lima area yaitu *Head Quarter*[1], Area 1, Area 2, Area 3, dan Area 4 yang menjadikannya sebagai *event roadshow*. *Event Roadshow* merupakan salah satu bentuk dari *Special Event,* menurut (Goldblatt, 2013) bahwa *Special Event* merupakan momen unik dalam waktu yang dirayakan dengan upacara dan ritual untuk memenuhi kebutuhan tertentu serta diperlukan sebuah *management* yang mencakup *Research, Design, Planning, Coordination,* dan *Evaluation*.

Berdasarkan wawancara pra penelitian, Telkomsel Siaga NARU ini merupakan program CSR Telkomsel yang harus dilakukan setiap tahunnya dan tidak boleh ditunda ataupun dilewatkan. Berbeda dengan program CSR Telkomsel lainnya. Dalam pelaksanaannya Telkomsel Siaga NARU 2022 ini hanya dilaksanakan ketika momen Natal dan Tahun Baru serta dilaksanakan di lima area yaitu Area 1 – Batam, Area 2 – Bogor, Area 3 – Bali, Area 4 – Manado, dan *Head Quarter* – Jakarta sebagai *closing*, pemilihan kota ini disebabkan oleh *market sales* yang kurang baik atau rendah pada keempat area tersebut dan untuk *Head Quarter* wajib diadakan karena sebagai kantor pusat Telkomsel. Khususnya untuk Area 2 yang berlokasi pada kota Bogor merupakan daerah yang memiliki *sales market* terendah di Area 2 sehingga menjadi salah satu tempat pelaksanaan dari *event* ini, yang sekaligus bertujuan untuk meningkatkan *sales market* di kota Bogor. sehingga peneliti memilih Area 2 (Bogor) sebagai tempat penelitian. Pada kegiatan tahun ini yang meliputi pemberian manfaat kepada yang membutuhkan, *Sharing Session* dengan karyawan dan *Social Activites* yang dilakukan di panti asuhan, akan sedikit berbeda dengan tahun 2021 dari pemilihan kota di setiap area, dari sisi konsep dan kegiatan yang akan dilakukan, berikut perbedaan dari sisi konsep:

[1] *Head Quarter* : Kantor Pusat, Kantor Utama;

Gambar 1. 4 Draft Deck Telkomsel Siaga NARU 2021



Sumber: Telkomsel (2021)

Telkomsel Siaga NARU 2021 dilaksanakan secara *hybrid* dengan konsep #TerusNyalakanSemangat sebagai bentuk semangat selama melaksanakan momen Natal tahun 2021, walaupun dilakukan secara jarak jauh dan tetap masih ada pembatasan disetiap kegiatannya tetapi Telkomsel tetap dapat melakukan program CSR Telkomsel Siaga NARU 2021 dengan lancar. Didalam Telkomsel Siaga NARU 2021, penyelenggara tidak dapat melakukan donasi secara langsung kepada penerima manfaat, untuk pelaksanaannya juga dibatasi untuk setiap Area hanya dapat dihadiri oleh penanggung jawab Area tetapi penanggung jawab pusat tidak dapat diikutsertakan, serta untuk petinggi perusahaan dan hanya bisa melakukan interaksi melalui *meeting online* sebagai bentuk acara *hybrid.*

Gambar 1. 5 Draft Deck Telkomsel Siaga NARU 2022

Sumber: Telkomsel (2022)

Tahun berikutnya, Telkomsel Siaga NARU 2022 sudah dapat dilakukan secara *full offline* untuk pertama kalinya setelah pandemi COVID 19 ini menyerang Indonesia. Kemudian berdasarkan wawancara pra penelitian, Telkomsel akan melakukan beberapa *improvement* dengan konsep yang lebih *intimate* atau *down-to-earth,* pada tahun ini juga mengusung konsep berbagi. Pada tahun 2022 ini, Telkomsel mengusung konsep *event* yaitu "Kasih Tanpa Batas" dari turunan *tagline* "Satukan Semangat, Bangkit Lebih Kuat", konsep ini menjelaskan bahwa tidak ada batas dan jangkaun untuk seluruh arah, Telkomsel sebagai satu keluarga yang besar dan menjadi keluarga untuk panti asuhan pada satu hari yang spesial dan dari konsep "Kasih Tanpa Batas" ini penyelenggara menampilkan *image* yang baru untuk sebuah korporasi yaitu kekeluargaan. Yang juga menjadi salah satu alasan peneliti untuk memilih *event* CSR Telkomsel Siaga NARU 2022 sebagai objek penelitian ini. Dalam pelaksanaan *event* tahun ini, Telkomsel akan melakukan berbagai kegiatan yang melibatkan pihak *internal* dan pihak *external,* berupa kegiatan *Sharing Session* yang dilakukan Direktur kepada karyawan Telkomsel pada kota pelaksanaan dan melakukan *Social Activities* di panti asuhan untuk dapat memberikan manfaat kepada yang membutuhkan.

Dalam penelitian terdahulu yang berjudul "ANALISIS *MANAGEMENT EVENT* (STUDI KASUS PROGRAM CSR WIRAUSAHA MUDA MANDIRI 2019)" menjelaskan tentang *management* acara yang berdasarkan empat tahap yaitu pra *event,* perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi, dan memberikan kesimpulan yaitu melakukan tahap pra *event* dilakukan riset untuk menciptakan konsep, tahap perencanaan berfokus kepada kegiatan *event* akan seperti apa dan siapa yang berpartisipasi, tahap pelaksanaan menjabarkan terdapat delapan kegiatan acara yang dilakukan, dan tahap evaluasi menyatakan bahwa *event* dalam penelitian terdahulu masih belum dikenal banyak orang. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus kepada *event management* dari Telkomsel Siaga NARU 2022 yang program CSR berfokus kepada memberikan kesejahteraan berupa manfaat kepada masyarakat dan dalam menyambut momen-momen spesial seperti Natal dan Tahun Baru. Pada penelitian terdahulu disebutkan bahwa program CSR yang dilakukan untuk memberi peluang kepada mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha dengan memberikan omset.

Dengan begitu, penelitian ini diperlukan untuk mengetahui strategi *event management* dalam melaksanakan acara program CSR yang memberikan kesejahteraan dan diselenggarakan untuk menyambut momen spesial di setiap

tahunnya dan membuat *image* baru untuk sebuah korporasi khususnya Telkomsel. Membuat peneliti ingin lebih fokus kepada strategi *event management* yang digunakan Telkomsel sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang dapat berguna bagi yang membutuhkan seperti peneliti selanjutnya dengan objek yang sama.

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif, agar dapat menjelaskan *event management* yang dilakukan Telkomsel dalam *event* Telkomsel Siaga NARU 2022 secara langsung dan mendalam. Pencarian data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi akan dilakukan secara langsung dengan peneliti mengikuti *event* Telkomsel Siaga NARU 2022 yang diadakan di Area 2 (Bogor). Berdasarkan pra wawancara, kota Bogor merupakan daerah yang memiliki *sales market* terendah di Area 2 dan kota terakhir *roadshow* yang memiliki perencanaan yang lebih matang sehingga menjadi tempat pelaksanaan dari *event* ini. Wawancara dan dokumentasi akan dilakukan dengan bantuan dari Telkomsel khususnya direktorat *Internal Corporate Event* sebagai informan kunci pertama dan pendukung yang berperan sebagai penanggung jawab utama dari pihak *internal* dan penyelanggara langsung dari Telkomsel, Trojan *Event Organizer* (EO) sebagai informan kunci kedua yang berperan sebagai penanggung jawab dari pihak *external*. Serta, Otello *Event Organizer* (EO) sebagai informan ahli untuk melengkapi penelitian ini. Maka, peneliti akan mengangkat penelitian ini dengan judul **Strategi *Event Management* Telkomsel Siaga NARU 2022 "Satukan Semangat, Bangkit Lebih Kuat" (Area 2, Bogor).**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan dari penjabaran latar belakang penelitian, peneliti akan berfokus pada analisis strategi *event management* pada program CSR Telkomsel Siaga NARU 2022 di Area 2 (Bogor), dimulai dari pembuatan konsep, pelaksanaan, hingga evaluasi acara yang akan peneliti sangkut pautkan dengan lima tahapan *event management* dari Joe Goldblatt (2013) yaitu *Research, Design, Planning, Coordination, dan Evaluation*. Sehingga peneliti dapat mengetahui Telkomsel Siaga NARU 2022 berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan diadakannya *event* tersebut.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian akan dilakukan untuk mengetahui strategi *event* yang dimiliki Telkomsel dalam melakukan

Telkomsel Siaga NARU 2022 khususnya pada Area 2 (Bogor) yang mengacu pada tahapan *event management* milik Joe Goldblatt (2013).

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijabarkan, terdapat rumusan masalah yang ingin peneliti lakukan dalam penelitian yaitu bagaimana strategi *event* dalam Telkomsel Siaga NARU 2022 di Area 2 (Bogor) dalam perspektif tahapan *event* management Joe Goldblatt (2013)?

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini juga memiliki manfaat penelitian, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Berikut manfaat dalam penelitian ini:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu, memiliki peran dari sisi strategi *event* untuk dapat mengetahui bagaimana tahapan *event management* yang dilakukan untuk membuat sebuah kegiatan CSR disebuah perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tambahan dan referensi untuk pengembangan penelitian sejenis atau dijadikan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya dengan topik yang serupa.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini, diharapkan agar dapat menjadi sebuah masukan atau evaluasi kepada Telkomsel dalam menyelenggarakan *event* program CSR khususnya Telkomsel Siaga NARU untuk dapat mengetahui kelebihan dan kekurangannya sehingga dapat meningkatkan kualitas *event* Telkomsel Siaga NARU ditahun berikutnya. Apalagi kota Bogor memiliki *sales market* terendah sehingga dengan adanya penelitian ini dapat membantu untuk meningkatkan *sales* dari sisi strategi *event*. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan akan bermanfaat dalam hal menyusun strategi *event* untuk penyelenggara *event* lainnya yang serupa.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Peneliti melakukan pra penelitian mulai dari bulan Oktober 2022 hingga Februari 2023 untuk mendapatkan informasi mengenai berbagai informasi baik informasi utama hingga informasi pendukung demi mendapatkan data untuk pengajuan dan pengumpulan Proposal Skripsi. Kemudian akan dilanjutkan ke tahap penelitian secara mendalam dan penyusunan penelitian hingga sampai Sidang Skripsi dilaksanakan.

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan Penelitian	2022			2023				
	OKT	NOV	DES	JAN	FEB	MAR	APR	MEI
Pra Penelitian								
Wawancara Informan dan Pengumpulan Data								
Pengolahan Data								
Penyusunan Proposal								
Penyusunan Skripsi								
Sidang Skripsi								

Sumber : Olahan Peneliti.