

Kegiatan Porka sebagai Strategi *Corporate Social Responsibility*

¹Velga Priscillia Evelin, ²Ani Yuningsih

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

e-mail: ¹evelgapriscillia@yahoo.com, ²yuningsihani@yahoo.com

Abstract. This study discusses the strategy Corporate Social responsibility PT. Kereta Api Indonesia (Persero) through Porka (Pekan Olahraga Kereta Api). This research is a quantitative study with a descriptive approach. In this method focuses on the observation and natural atmosphere. Descriptive research is one type of research that aim to present a complete picture of the social setting or for the purpose of exploration and clarification regarding the phenomenon of social reality, the way describes a number of variables regarding the issue and studied the phenomenon unit tested. Data collection techniques in this study conducted by direct observation, interview and literature study. These results indicate that the PT. Kereta Api Indonesia (Persero) is very apply and adhere to the concept of the triple bottom line according to vision and mission. The tangible manifestation of the concept of the triple bottom line by PT. Kereta Api Indonesia (Persero) that in September 2014 the total partner built by PT. Kereta Api Indonesia (Persero) amounted to 1,157 trained partners. While environmental development conducted by PT. Kereta Api Indonesia (Persero) by providing assistance to victims of natural disasters and so forth. Furthermore, one of the real form of internal community relations program conducted by PT. Kereta Api Indonesia (Persero) is the holding of activities Porka (Pekan Olahraga Kereta Api), this activity is conducted for the employees of PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Porka activity is used as a strategy in the context of corporate image because of this activity is conducted periodically and is also used as a strategy for human resource development company.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Triple Bottom Line, Porka.*

Abstrak. Penelitian ini membahas tentang strategi *Corporate Social Responsibility* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui kegiatan Porka (Pekan Olahraga Kereta Api). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Dalam metode ini menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah. Penelitian deskriptif merupakan salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai *setting* sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang diuji. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi langsung, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ini menerapkan dan sudah patuh terhadap konsep *triple bottom line* sesuai dengan visi dan misinya. Adapun wujud nyata konsep *triple bottom line* yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu pada bulan September tahun 2014 total mitra yang dibina oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berjumlah 1.157 mitra binaan. Sedangkan bina lingkungan yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yakni dengan memberikan bantuan-bantuan kepada para korban bencana alam dan lain sebagainya. Selanjutnya, salah satu wujud nyata pelaksanaan program *community relations* internal yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu dengan diadakannya kegiatan Porka (Pekan Olahraga Kereta Api), kegiatan ini dilakukan untuk para karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Kegiatan Porka ini dijadikan strategi dalam rangka *corporate image* karena kegiatan ini dilakukan secara periodik dan dijadikan strategi pula guna pembinaan SDM perusahaan.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Triple Bottom Line, Porka.*

A. Pendahuluan

Mayoritas perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) terutama perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Aspek tanggung jawab sosial perusahaan ini dipandang penting, karena tidak hanya mementingkan keuntungan materi bagi perusahaan, tetapi juga kepedulian kepada

masyarakat untuk mencapai sukses dalam memperoleh simpati dan empati dari khalayak yang dikenal dengan *corporate image*

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak dalam bidang jasa transportasi, yang mengkhususkan diri dalam jasa transportasi darat yaitu kereta api, juga bertujuan untuk turut serta melaksanakan dan pembangunan nasional khususnya di bidang transportasi kereta api yang meliputi usaha pengangkutan orang dan barang dengan kereta api. Di tahun 2014, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah mendapatkan 89 penghargaan dan prestasi. Penghargaan terakhir di tahun 2014 diberikan oleh The Indonesia Good Corporate Governance Award 2014 dalam kategori *Indonesia Trusted Companies*. Berbagai macam bentuk penghargaan dan prestasi yang telah diraih oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ini merupakan bukti nyata hasil kerja keras dan kerjasama para pegawai yang memiliki dedikasi dan komitmen yang tinggi dari para pegawai terhadap perusahaan demi terbentuknya *corporate image*.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan badan usaha milik negara, maka harus tunduk pada UU Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan UU Nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN. Kedua undang-undang diatas berkaitan erat dengan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Implementasi dari CSR di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) itu sendiri terbagi menjadi dua, yakni penugasan yang diatur melalui UU Nomor 19 tahun 2003 dan umumnya dilakukan oleh korporasi yang diatur melalui UU Nomor 40 tahun 2007. Untuk penugasan (UU Nomor 19 tahun 2003) itu sendiri terbagi menjadi dua program yaitu program kemitraan dan program bina lingkungan yang harus dijalankan oleh perusahaan. Sedangkan yang dilakukan korporasi (UU Nomor 40 tahun 2007) dilakukan melalui *program community relations*. Program *community relations* ini dilakukan untuk eksternal perusahaan dan internal perusahaan. Salah satu program *community relations internal* yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu kegiatan olahraga dan kesenian, khusus untuk kegiatan olahraga diadakan kegiatan Poka (Pekan Olahraga Kereta Api) yang dilakukan secara periodik.

B. Landasan Teori

Landasan utama dalam penelitian ini yakni menggunakan konsep yang dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang terkenal dengan "*The Triple Bottom Line*" dimuat dalam buku "*Canibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*".

Profit, merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan *mainstream* ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, profit merupakan orientasi utama perusahaan. Meskipun dengan berjalannya waktu menuai protes banyak kalangan, yang tidak relevan menjadi dasar strategi operasional perusahaan. Mana mungkin perusahaan tanpa didukung oleh kemampuan mencetak keuntungan yang memadai mampu menjamin dan mempertahankan *going concern*. Peningkatan kesejahteraan personil dalam perusahaan, meningkatkan tingkat kesejahteraan pemilik (*shareholder*), peningkatan kontribusi bagi masyarakat lewat pembayaran pajak, melakukan ekspansi usaha dan kapasitas produksi membutuhkan sumber dana, yang hal itu bisa dilakukan manakala didukung kemampuan menciptakan keuntungan (*profit*) perusahaan (Nor Hadi, 2014: 57).

People, merupakan lingkungan masyarakat (*community*) di mana perusahaan berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Dengan demikian, *community* memiliki interrelasi kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan. Hampir tidak mungkin, perusahaan mampu menjalankan operasi secara *survive* tanpa didukung masyarakat sekitar. Disitulah letak terpenting dari kemauan dan kemampuan perusahaan mendekati diri dengan masyarakat lewat strategi *social responsibility* (Nor Hadi, 2014: 58).

Planet, merupakan lingkungan fisik (sumberdaya fisik) perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat, lingkungan merupakan tempat di mana perusahaan menopang. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat (Nor Hadi, 2014:58).

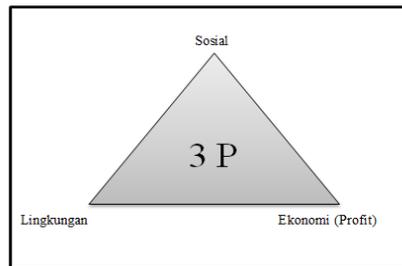
Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang menggambarkan atau menjelaskan masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2006: 55). Pendekatan deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu sistem kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Mohamad Nazir, 2005:54)

Data yang diperoleh dari penelitian ini yaitu data kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif sangat berguna untuk melahirkan teori-teori tentatif. Itu perbedaan esensial antara metode deskriptif kualitatif dengan metode-metode yang lain. Metode deskriptif kualitatif mencari teori, bukan menguji teori; *hypothesis-generating*, bukan *hypothesis testing*; dan *heuristic*, bukan verifikasi. Ciri lain metode deskriptif kualitatif ialah menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*natural setting*). Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi (Elvinaro, 2011: 60).

C. Hasil Penelitian

Penerapan Konsep *Triple Bottom Line* yang Merupakan Prinsip Dasar dalam Melaksanakan Aktifitas CSR yang Dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Peneliti menemukan hal penting bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ini sangat menerapkan dan patuh terhadap konsep *triple bottom line* sesuai dengan visi dan misinya, dengan cara meningkatkan manfaat perusahaan bagi *stakeholder* melalui PKBL (program kemitraan dan bina lingkungan) dan CR (*community relations*) guna meningkatkan *corporate image*. Selain itu, karena PT. Kereta Api Indonesia (Persero) itu merupakan Perseroan dan merupakan Badan Usaha Milik Negara, maka diatur oleh undang-undang nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN dan undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Maka dari itu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sangat mematuhi kewajibannya yang diatur dalam undang-undang lalu didukung oleh konsep *triple bottom line*, sehingga PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Gambar di bawah mengisyaratkan bahwa terjadi konektivitas secara integral antara kepedulian masyarakat, menjaga keseimbangan lingkungan dan upaya mencapai laba perusahaan.



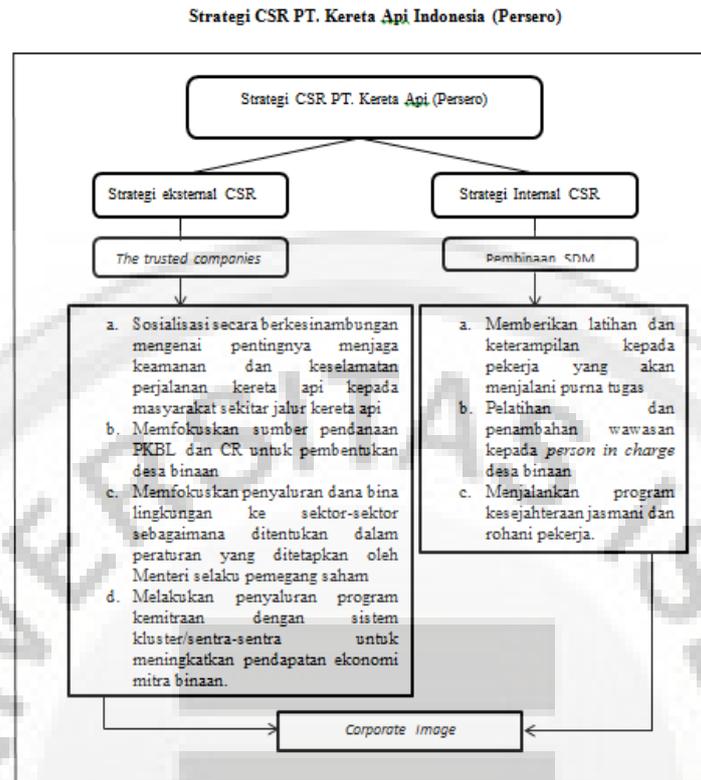
Sumber: Elkington dalam Wibisono (Nor Hadi, 2014: 57)

Selain itu, penerapan CSR PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ini dilakukan berdasar pada 5 pilar, yaitu :

1. Upaya perusahaan untuk menggalang dukungan Sumber Daya Manusia, baik internal maupun eksternal (*building human capital*)
2. Memberdayakan ekonomi komunitas (*strengthening economies*)
3. Menjaga harmonisasi dengan masyarakat sekitar (*assessing social cohesion*)
4. Mengimplementasikan tata kelola yang baik (*encouraging good corporate governance*)
5. Memperhatikan kelestarian lingkungan (*protecting the environment*).

Wujud nyata dari konsep *triple bottom line* yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yakni dengan melaksanakan PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) dan program *community relations*. Hal ini dilakukan karena Kementerian BUMN mewajibkan setiap BUMN untuk menyejahterakan berbagai usaha kecil menengah. Hingga bulan September tahun 2014 total mitra yang dibina oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berjumlah 1.157 mitra binaan. Selanjutnya, kegiatan bina lingkungan yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) meliputi bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan dan/atau pelatihan, bantuan peningkatan kesehatan, bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum, bantuan sarana ibadah, bantuan pelestarian alam, dan bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan. Salah satu wujud nyata bina lingkungan yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu dengan memberikan bantuan kepada para korban bencana alam longsor di desa Cigintung Majalengka. Bantuan tersebut berupa pemberian tas sekolah, buku tulis, minyak, beras, gula pasir dan lain-lain. Salah satu wujud nyata program *community relations* internal yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu dengan diadakannya kegiatan Porka (Pekan Olahraga Kereta Api). Kegiatan Porka ini merupakan *moment* yang sangat berharga bagi seluruh pegawainya, karena seluruh perwakilan Daop (Daerah Operasional) dan Divre (Divisi Regional) dapat berkumpul dalam satu kegiatan olahraga yang menjunjung tinggi sportifitas.

Strategi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun *Corporate Image* Melalui CSR.



Sumber : Hasil Penelitian 2015

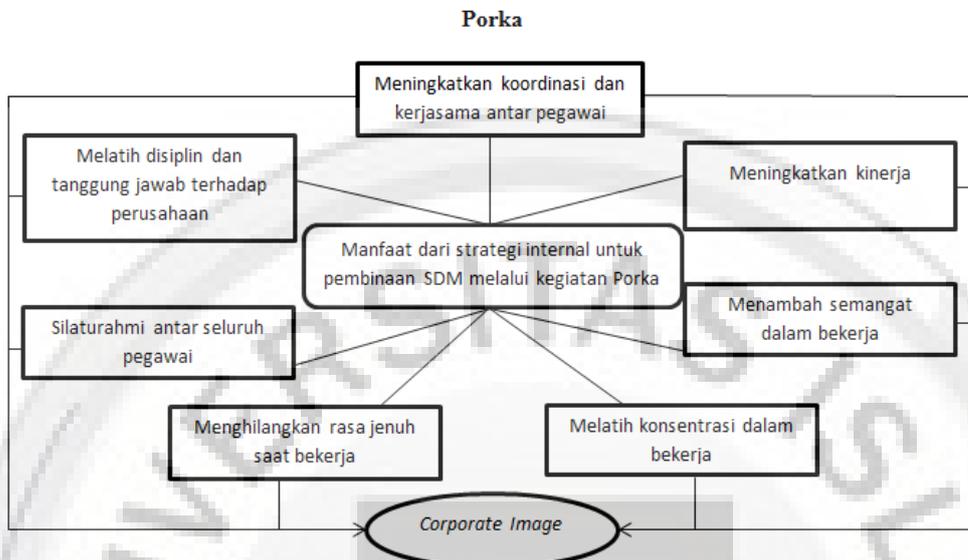
Aktivitas Internal PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Mendukung Peran CSR

Salah satu bentuk aktivitas internal PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mendukung peran CSR yaitu dengan diadakannya kegiatan *Porka* yang merupakan program *Community Relations* internal. Dalam kegiatan ini seluruh pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) diseluruh wilayah Indonesia berperan aktif dan berpartisipasi. Kegiatan *Porka* ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam rangka *corporate image*, karena kegiatan ini merupakan kegiatan yang dilakukan secara periodik. Kegiatan ini bukan semata-mata kegiatan biasa, karena kegiatan ini melalui proses seremoni yang dilakukan oleh para petinggi perusahaan.

Kegiatan *Porka* ini bukan hanya strategi dalam rangka *corporate image* saja, tetapi kegiatan ini merupakan strategi untuk pembinaan SDM, karena ini merupakan perusahaan BUMN secara otomatis diperlukan para pegawai yang tangguh kuat secara fisik dan mental, maka diharapkan dengan adanya kegiatan *Porka* seluruh pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) bisa tetap sehat segar bugar jasmani dan rohani, sehingga dapat bekerja dengan baik dan tidak akan ada pegawai yang lalai kerja bahkan absen kerja hanya karena sakit-sakitan akibat kelelahan bekerja karena tidak memiliki waktu untuk berolahraga. Untuk memperkuat suatu perusahaan itu dibutuhkan para pegawai yang matang, kuat dan siap untuk menghadapi dunia kerja baik secara fisik maupun mental, dengan jalan membangun dan meningkatkan kerjasama serta melatih solidaritas antar pegawai yang kemudian difasilitasi oleh perusahaan dengan menyusun

kegiatan-kegiatan internal, karena pada hakekatnya pondasi (pegawai) yang kuat akan memberikan hasil yang sangat baik bagi perusahaan dan masyarakat luas.

Komitmen Pegawai Terhadap Perusahaan Dengan Diadakannya Kegiatan Porka Strategi Pembinaan SDM PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui



Sumber : Hasil Penelitian 2015

Begitu banyak manfaat yang dirasakan oleh para pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam kegiatan Porka ini, mulai dari meningkatkan koordinasi dan kerjasama antar pegawai, meningkatkan kinerja para pegawai, menambah semangat pegawai dalam bekerja, melatih konsentrasi dalam bekerja, menghilangkan rasa jenuh saat bekerja, menjalin silaturahmi antar pegawai, hingga melatih disiplin dan tanggung jawab terhadap perusahaan. Semua manfaat itu pada dasarnya demi kepentingan *corporate image*, yang merupakan tujuan utama dari strategi CSR PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Dan kegiatan Porka ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap para pegawainya.

D. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan kesimpulan, sebagai berikut :

1. Peneliti menemukan fakta bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ini menerapkan dan patuh terhadap konsep *triple bottom line* sesuai dengan visi dan misinya, dengan cara meningkatkan manfaat perusahaan bagi *stakeholder* melalui PKBL (program kemitraan dan bina lingkungan) dan CR (*community relations*) guna meningkatkan *corporate image*. Adapun wujud nyata konsep *triple bottom line* yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu pada bulan September tahun 2014 total mitra yang dibina oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berjumlah 1.157 mitra binaan. Sedangkan bina lingkungan yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yakni dengan memberikan bantuan mulai dari bantuan korban bencana alam, pendidikan, kesehatan, pengembangan sarana/prasarana, sarana ibadah, pelestarian alam hingga bantuan

sosial kemasyarakatan. Selanjutnya, salah satu wujud nyata pelaksanaan program *community relations* internal yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu dengan diadakannya kegiatan Porka (Pekan Olahraga Kereta Api), kegiatan ini dilakukan untuk para pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

2. Strategi eksternal CSR untuk menciptakan *the trusted companies* dilakukan melalui sosialisasi secara berkesinambungan mengenai pentingnya menjaga keamanan dan keselamatan perjalanan kereta api kepada masyarakat sekitar jalur kereta api, memfokuskan sumber pendanaan PKBL dan CR untuk pembentukan desa binaan, memfokuskan penyaluran dana bina lingkungan ke sektor-sektor sebagaimana ditentukan dalam peraturan yang ditetapkan oleh Menteri selaku pemegang saham, melakukan penyaluran program kemitraan dengan sistem kluster/sentra-sentra untuk meningkatkan pendapatan ekonomi mitra binaan. Strategi internal CSR PT. Kereta Api Indonesia (Persero) guna pembinaan SDM dilakukan dengan cara memberikan latihan dan keterampilan kepada pekerja yang akan menjalani purna tugas, pelatihan dan penambahan wawasan kepada *person in charge* desa binaan, menjalankan program kesejahteraan jasmani dan rohani pekerja. Kedua strategi tersebut memiliki tujuan utama yakni demi tercapainya *corporate image*.
3. Salah satu bentuk aktivitas internal PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mendukung peran CSR yaitu dengan diadakannya kegiatan Porka yang merupakan program *Community Relations* internal. Kegiatan Porka ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam rangka *corporate image*, karena kegiatan ini merupakan kegiatan yang dilakukan secara periodik. Selain itu, kegiatan ini dijadikan strategi pula guna pembinaan SDM, karena untuk memperkuat suatu perusahaan itu dibutuhkan para pegawai yang matang, kuat dan siap untuk menghadapi dunia kerja, dengan jalan membangun dan meningkatkan kerjasama serta melatih solidaritas antar pegawai yang kemudian difasilitasi oleh perusahaan dengan menyusun kegiatan-kegiatan internal, karena pada hakekatnya pondasi (pegawai) yang kuat akan memberikan hasil yang sangat baik bagi perusahaan dan masyarakat luas.
4. Dengan adanya kegiatan Porka komitmen pegawai terhadap perusahaan semakin baik dan memberikan pengaruh yang baik terhadap peningkatan kinerja pegawai yang mampu mendukung *corporate image*.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Hadi, Nor. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nazir, Mohamad. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Rahmat, Kriyantono. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group