

Nama : Rian Irmawan

NIM : 14030111140118

**EFEKTIFITAS KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DJARUM BAKTI PENDIDIKAN “PAKEM” DAN KEKUATAN WORD
OF MOUTH TERHADAP PERILAKU SUPORTIF COMMUNITY**

Abstrak

Kegiatan *CSR (Corporate Social Responsibility)* sangatlah penting dilakukan guna menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar. Akan tetapi, tidak jarang fenomena kegiatan *CSR* kurang efektif dilakukan oleh beberapa perusahaan, baik dari segi perencanaan kegiatan maupun sikap positif dari pihak terkait. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas kegiatan *CSR* yang dilakukan oleh Djarum melalui programnya bernama PAKEM dan juga kekuatan *word of mouth* dalam mempengaruhi sikap suportif target sasaran (*community*).

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, Teori Integrasi Komunikasi dan Teori *Stakeholder* dan teori efektifitas kegiatan *CSR* yang dikemukakan oleh Doorley dan Garcia. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 40 orang untuk data kuantitatif, sesuai dengan target sasaran program PAKEM yang hanya berjumlah 40 orang. Sedangkan untuk data kualitatif, berjumlah 4 narasumber.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi variabel efektifitas kegiatan PAKEM ialah 0,889 atau lebih besar dari α (0,05), sehingga efektifitas kegiatan *CSR* PAKEM tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku suportif target sasaran. Sedangkan nilai signifikansi variabel kekuatan *word of mouth* ialah 0,000 atau lebih kecil dari α (0,05), sehingga kekuatan *word of mouth* mempunyai pengaruh terhadap perilaku suportif target sasaran. Untuk mengetahui pengaruh antara semua variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan uji F dimana nilai F hitung sebesar 26.909 atau lebih besar dari F tabel (3,25), sehingga variabel efektifitas kegiatan *CSR* PAKEM dan kekuatan *word of mouth* bersama-sama mempengaruhi perilaku suportif target sasaran (*community*).

Kata Kunci : Kegiatan *CSR* PAKEM, *word of mouth*, perilaku suportif

Latar Belakang

Corporate Social Responsibility PT Djarum yang diberi nama Djarum Foundation terbagi menjadi lima jenis kegiatan, yaitu, Djarum Bakti Sosial, Djarum Bakti Olahraga, Djarum Bakti Pendidikan, Djarum Bakti Pendidikan, Djarum Bakti Lingkungan, Djarum Bakti Budaya. Akan tetapi penelitian ini lebih berfokus dengan kegiatan *CSR* Djarum Foundation Bakti Pendidikan yang diberi nama Program yang diberi nama Pembelajaran Aktif, Kreatif, Efektif dan Menyenangkan (yang selanjutnya akan diganti dengan PAKEM) dengan alasan untuk memudahkan dalam pencarian data responden yang sudah terdata dan terkelompok yaitu lembaga pendidikan yang berada di kota Kudus.

Dalam kebenarannya semua kegiatan *CSR* yang telah dilakukan oleh perusahaan sangat dibutuhkan juga dukungan dari berbagai pihak. Dukungan dapat berupa sikap, perilaku, pengalaman dan juga kekuatan kata-kata dari mulut ke mulut (*word of mouth*) untuk mempengaruhi masyarakat luas yang belum pernah menjadi target sasaran kegiatan *CSR*. *Word of mouth* dapat disebarkan melalui berbagai bentuk, baik dari pihak perusahaan, *stakeholder*, maupun masyarakat luas bahkan media dalam menanggapi kegiatan *CSR* perusahaan dimana sangat berhubungan erat dengan citra dari perusahaan itu sendiri.

Kekuatan WOM memang berbanding lurus dengan masyarakat Indonesia yang memiliki budaya berkumpul, berkomunikasi kelompok dan saling tukar pemikiran dan pengalaman satu sama lain akan suatu hal. Tidak selamanya kekuatan WOM berdampak positif bagi perusahaan, WOM juga dapat memberikan dampak negatif jika perusahaan kurang tanggap dalam menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal (masyarakat). Hal ini telah dimanfaatkan oleh PT Djarum yang dari awal sudah bekerja dengan baik dalam membangun persepsi masyarakat tentang perusahaan rokok tersebut. Kegiatan CSR PAKEM dari PT Djarum ini mendapat respon yang cukup positif khususnya bagi para tenaga pengajar yang masuk dalam daftar program tersebut karena manfaat yang dirasa dari pelatihan yang diberikan oleh pihak Djarum dan *stakeholder* lainnya.

Dukungan memang merupakan salah satu faktor penting terlaksananya kegiatan CSR perusahaan. Dukungan disebut juga dengan perilaku suportif. Perilaku suportif bisa didapat dari berbagai factor, seperti pemahaman, ketertarikan dan juga *reward*. Dalam kaitanya dengan kegiatan yang dilakukan PT Djarum yang masuk dalam program Djarum Foundations, terlihat berbagai dukungan telah diberikan kepada setiap program yang telah Djarum lakukan.

Rumusan Masalah

Efektifitas merupakan salah satu tolok ukur keberhasilan suatu kegiatan yang telah terlaksana. Seringkali efektifitas dimanfaatkan perusahaan untuk melakukan kembali atau melanjutkan kegiatan yang telah berhasil sebelumnya. Hal ini juga sangat dibutuhkan dalam evaluasi kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang telah perusahaan jalankan. Dimana kali ini kegiatannya bernama PAKEM yang bertujuan menjadikan para guru untuk lebih kreatif dan inovatif dalam hal mendidik siswanya. Akan tetapi, masalah bisa saja muncul dari pandangan atau sikap dari sebagian elemen masyarakat khususnya para guru dimana tidak semua dari mereka memandang baik keberadaan perusahaan Djarum beserta kegiatan-kegiatan *CSR*-nya. WOM sebagian besar memang dijadikan sebagai strategi pemasaran yang dianggap efektif di beberapa perusahaan, tetapi tidak jarang juga kekuatan WOM memberikan dampak atau pengaruh negatif bagi perusahaan karena adanya sesuatu hal yang kurang disetujui atau dipahami oleh sebagian masyarakat. Berhubungan dengan hal ini, kemungkinan untuk berkurangnya sikap suportif dari para guru menyikapi program PAKEM bisa saja terjadi, meskipun dari segi manfaat sangatlah membantu. Lalu, bagaimana dengan tingkat efektifitas dari kegiatan PAKEM dari program Djarum Foundations Bakti Pendidikan ini terhadap sikap suportif target sasaran? Selain itu,

bagaimana dengan kekuatan *Word of Mouth*, dapatkah mempengaruhi perilaku suportif komunitas/target sasaran?

Tujuan Penelitian

- Mengentahui efektifitas kegiatan *CSR Djarum Bakti Pendidikan PAKEM* terhadap sikap suportif para guru di beberapa Sekolah Dasar di Kudus yang telah menjadi sasaran target kegiatan.
- Mengetahui seberapa besar kekuatan *Word of Mouth* dalam mempengaruhi sikap suportif para guru di beberapa Sekolah Dasar di Kudus yang telah menjadi sasaran target kegiatan.

Hipotesis

Dari uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H1 : Jika kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT Djarum Foundation bernama PAKEM efektif maka akan berdampak positif terhadap sikap suportif komunitas begitu juga sebaliknya.

H2 : Jika *Word of Mouth communication* tentang kegiatan *CSR PAKEM* bersifat positif maka akan berdampak positif terhadap sikap suportif komunitas begitu juga sebaliknya.

H3 : Jika kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT Djarum Foundation bernama PAKEM efektif dan *Word of Mouth communication* tentang

kegiatan CSR PAKEM bersifat positif maka akan berdampak positif terhadap sikap suportif komunitas.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian mixed method yaitu metode penelitian yang didasari asumsi filosofis sebagaimana metode inkuiri. Metode ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data serta memadukan antara data kuantitatif dan data kualitatif untuk menemukan hasil penelitian yang lebih baik dibandingkan jika hanya menggunakan salah satu pendekatan saja (misalkan hanya pendekatan kuantitatif).

Pembahasan

Berdasarkan penjelasan landasan teori pada bab 1, pengaruh efektifitas kegiatan CSR PAKEM terhadap perilaku suportif *community* (tenaga pengajar) dapat dijelaskan dengan teori yang diungkapkan oleh Doorley dan Garcia (2007:361) yang menyatakan bahwa bahwa perusahaan diwajibkan untuk memberikan tanggung jawab sepenuhnya secara efektif terhadap semua karyawan, *stakeholder* dan juga komunitas baik dalam lingkup *relationship development*. Dengan adanya kepedulian dan tanggap jawab perusahaan, akan menimbulkan sikap positif yang ditunjukkan oleh berbagai pihak sebagai respon untuk menjalin kerjasama demi mewujudkan tujuan bersama perusahaan dan meminimalisir adanya resiko yang merugikan perusahaan.

Akan tetapi, teori ini kurang cocok diterapkan dalam permasalahan efektifitas kegiatan CSR perusahaan yang berfokus kepada perilaku suportif *community*, karena pada dasarnya teori tersebut lebih berfokus kepada karyawan perusahaan dan *stakeholder* terkait, sehingga meskipun hasil dari penelitian pada kategorisasi variabel kegiatan CSR PAKEM ini efektif, tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku suportif tenaga pengajar. Hal ini dikarenakan *community* (tenaga pengajar) yang mayoritas berdomisili di Kota Kudus sebagai pusat industri PT Djarum Tbk, menyatakan dukungannya terhadap semua kegiatan yang diselenggarakan oleh PT Djarum khususnya yang menasar untuk kebaikan masyarakat Kudus.

Selanjutnya ada Teori Integrasi Komunikasi yang dikemukakan oleh Feishbein dalam Little John kemudian mengemukakan bahwa merujuk pada teori ini semua informasi mempunyai kekuatan potensial yang dapat mempengaruhi orang untuk memiliki sikap tertentu (Littlejohn, 1997:234-240). Hal ini berbanding lurus dengan hasil penelitian antara variabel kuatnya komunikasi *word of mouth* terhadap perilaku suportif *community* (tenaga pengajar), dimana kedua variabel tersebut dinyatakan saling mempengaruhi.

Teori terakhir yaitu Teori *Stakeholder* yang dikembangkan oleh Edward Freeman, yang berpendapat bahwa tanggung jawab sosial organisasi terkait dengan *stakeholder*. Hanya dengan melaksanakan tanggung jawab sosialnya, organisasi tersebut dimungkinkan memperoleh keuntungan (Kriyantono, 2014

: 57). Teori ini cukup relevan dengan adanya pengaruh kedua variabel independen dalam penelitian ini yakni efektifitas kegiatan CSR PAKEM dan kuatnya komunikasi *word of mouth* terhadap variabel dependen yaitu perilaku suportif *community* (tenaga pengajar).

Simpulan

Berdasarkan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Efektifitas kegiatan CSR PAKEM terbukti efektif tetapi tidak memiliki pengaruh terhadap kuatnya perilaku suportif dari target sasaran, sehingga teori yang digunakan tidak terbukti dengan hasil penelitian.
2. Kekuatan komunikasi *word of mouth* terbukti kuat dan memiliki pengaruh terhadap kuatnya perilaku suportif dari target sasaran, sehingga teori yang digunakan signifikan dengan hasil penelitian.
3. Efektifitas kegiatan CSR PAKEM dan kuatnya komunikasi *word of mouth* memiliki pengaruh terhadap perilaku suportif *community* (target sasaran), sehingga teori yang digunakan signifikan dengan hasil penelitian.

Daftar pustaka

Buku :

- Ardianto, Elvinaro dan Q-Anees. 2009. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial : dari Denzin Guba dan Penerapannya*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.
- Denzin & Lincoln (ed). 1994. *Handbook of Qualitative Research*, Sage Publication. Thousand Oaks, London.
- Devito, Joseph. 2004. *Komunikasi Antar Manusia*. (Edisi Ke – 5). Professional Books
- Silverman, George. 2001. *The Secret of Word of Mouth Marketing: How to Trigger Experiential Sales Through Runaway Word of Mouth*. New York : AMACOM.
- Reichheld, F.F. 2003. *The one number you need to grow*. Harvard Business Review, December: 47-54.
- Fill, Chris and Karen E. Fill. 2005. *Business to Business Marketing. Relationships, Systems and Communications*. Pearson Education.
- Suprpti, Ni Wayan, Sri. 2010. *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Bali: Udayana University Press.
- Robinson, J.P. 1976. *Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two Step Flow Hypothesis*. Public Opinion Quarterly, 40: 304-19.
- Martoyo, S. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia : Edisi 2*. BPF. Yogyakarta.
- Handyaningrat, S. 2002. *Pengantar Suatu Ilmu Administrasi Dan Manajemen*. Gunung Agung. Jakarta.
- Budimanta, A, Prasetyo, A., Rudito, B. 2004. *Corporate Social Responsibility, Jawaban bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta: ICSD.
- Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Surabaya: Media Grapka.

- Lungan, R. 2006. *Aplikasi Statistika dan Hitung Peluang*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ghozali, Imam, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Edisi Kedua), Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sugiyono. 2004. *Statistik Non Parametris*. Bandung: Alfabeta
- J., Supranto. 2003. *Statistik Teori dan Aplikasi (Edisi Lima)*. Jakarta: Erlangga
- Littlejohn, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communication*. Edisi ke-5, Belmont-California, Wadsworth.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta, PT Kencana Prenada Media Group.
- Kreps, G. 1990. *Organizational Communication: Theory and Practice*. New York: Longman
- Doorley, John, & Fred, Garcia. 2007. *Reputation Management: The Key to Successful Public Relation and Corporate Communication*. London & New York: Taylor & Francis Group.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Black, James A. dan Champion, Dean J. 2009. *Metode & Masalah Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Skripsi :

- Sari, Yustisia Ditya. 2011. Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Sikap Komunitas Pada Program Perusahaan. *Skripsi*.
- Budiastuti, Wulansari. 2012. Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* terhadap Perilaku Konsumen (Studi Mengenai Kegiatan “Lifebuoy Berbagi Sehat” P.T. Unilever Indonesia di Kalangan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Kelapa Gading Barat Jakarta Utara). *Skripsi*. Universitas Indonesia.
- Rebecca. 2012. Hubungan Antara Komunikasi *Word of Mouth* Produk Mobil Bekas Kelas Premium pada Showroom YAP Mobilindo dengan Minat Beli Customer. *Skripsi*. Universitas Diponegoro

Internet :

- <http://detiksumsel.com/kapolres-musi-rawas-minta-warga-jangan-anarkis-saat-demo/> ; diakses pada Sabtu, 23 Mei 2015 pukul 23.00.
- <http://www.djarum.com/world-of-djarum/overview> ; diakses pada Sabtu, 23 Mei 2015 pukul 23.15
- <http://berita.suaramerdeka.com/guru-di-kudus-dibekali-pelatihan-pakem/> ; diakses pada Minggu, 24 Mei pukul 14.00.
- [https://djarumbeasiswaplus.org/berita/content/536/Peningkatan-Kualitas-Pendidikan-di-Kabupaten-Kudus-Melalui-Pembelajaran-Aktif,-Kreatif,-Efektif-dan-Menyenangkan-\(PAKEM\)](https://djarumbeasiswaplus.org/berita/content/536/Peningkatan-Kualitas-Pendidikan-di-Kabupaten-Kudus-Melalui-Pembelajaran-Aktif,-Kreatif,-Efektif-dan-Menyenangkan-(PAKEM)) ; diakses pada Minggu, 24 Mei 2015 pukul 14.15
- <http://www.mongabay.co.id/2014/08/26/fokus-liputan-risiko-bencana-pt-semen-indonesia-mengancam-warga-dan-alam-di-rembang-bagian-2-dari-2-tulisan>; diakses pada Minggu, 24 Mei 2015 pukul 14.30.
- <http://www.djarumfoundation.org//>; diakses pada Minggu, 25 Oktober 2015 pukul 19.00.