

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti membahas mengenai hasil yang telah diperoleh melalui wawancara dan studi literatur yang berkaitan dengan strategi *Corporate Social Responsibility* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui kegiatan PORKA (Pekan Olahraga Kereta Api).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara rinci, mendalam dan terbuka dengan pimpinan unit *Corporate Social Responsibility* PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Dalam pemilihan informan, peneliti telah mempertimbangkan bahwa informan yang diwawancarai merupakan orang yang dianggap memiliki kredibilitas untuk dimintai informasi dan data mengenai apa yang akan diteliti oleh peneliti.

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tanggungjawab sosial (*corporate social responsibility*) terutama perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Aspek tanggungjawab sosial perusahaan ini dipandang penting, karena tidak hanya mementingkan keuntungan materi bagi lembaga atau organisasi, tetapi juga kepedulian kepada masyarakat untuk mencapai sukses dalam memperoleh simpati atau empati dari khalayak yang dikenal dengan *corporate image*.

Johnson and Johnson (2006) mendefinisikan “*corporate social responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*”. Definisi tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi

bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Nor Hadi, 2014: 46).

Oleh karena itu, penelitian ini menitikberatkan pada kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero), karena aspek CSR ini memang dipandang sangat penting bagi setiap perusahaan dalam rangka *corporate image*.

#### **4.1 Penerapan Konsep *Triple Bottom Line* Yang Dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)**

Ketika membahas mengenai *Corporate Social Responsibility* maka tidak terlepas dari konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh Elkington (1997). Setiap perusahaan menerapkan konsep ini guna menyeimbangi antara sisi sosial, sisi ekonomi dan sisi lingkungan. Konsep *Triple Bottom Line* nampaknya cukup direspon oleh banyak kalangan karena mengandung strategi integral dengan memadukan antara *social motive* dan *economic motive*. Jika perusahaan ingin *sustain*, maka perlu memperhatikan tiga prinsip dasar yang dikenal dengan 3P (*profit, people, planet*).

*Profit*, merupakan satu bentuk tanggungjawab 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).

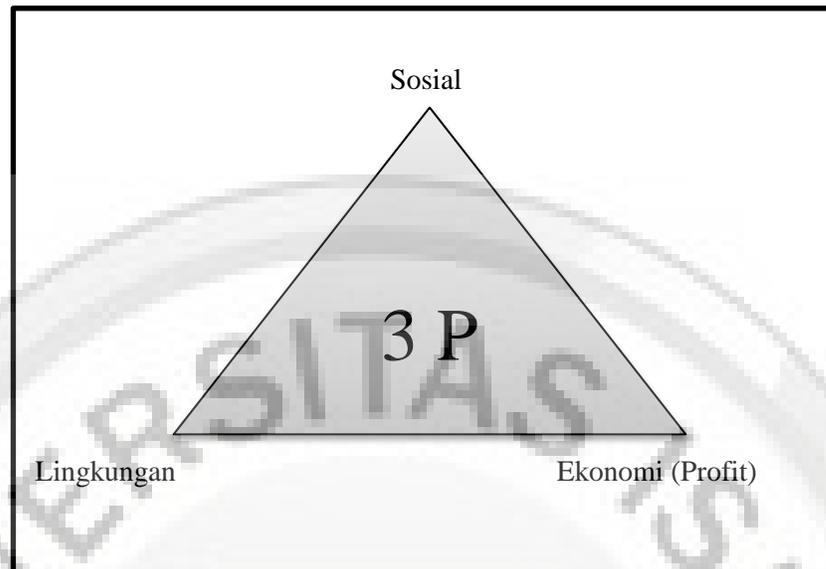
*Planet*, merupakan lingkungan fisik (sumberdaya fisik) perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat, lingkungan merupakan tempat dimana perusahaan menopang. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat.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

Berdasarkan konsep di atas, maka peneliti melakukan penelitian mengenai penerapan konsep *triple bottom line* yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam melaksanakan aktivitas CSR. Pada kenyataannya, PT. Kereta Api

Indonesia (Persero) ini menggunakan konsep *triple bottom line* yang dijadikan sebagai landasan utama perusahaan.

Ini sudah bisa dijawab dari visi misi CSR perusahaan, visi CSR adalah meningkatkan manfaat perusahaan bagi *stakeholder*, melalui peningkatan aktivitas PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) dan CR (*Community Relations*). Misi CSR adalah meningkatkan *corporate image* melalui kegiatan PKBL dan CR yang dapat menciptakan kondisi yang kondusif bagi perusahaan dalam menjalankan visi, misi dan tujuan korporasi (hasil wawancara dengan Pak Pakih, Kamis 11 Juni 2015 Pukul 13.20 WIB)

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.



**Gambar 4.1**

**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*).

(Dokumen perusahaan dengan judul buku Petunjuk Pelaksanaan Penerapan CSR di Lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) halaman 5 dan hasil wawancara dengan Pak Pakih, Kamis 11 Juni 2015 Pukul 13.30 WIB).

Sedangkan 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.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melakukan kemitraan dengan UKM dari tujuh sektor yaitu industri, perdagangan, jasa, peternakan, perkebunan, perikanan dan pertanian. Pada bulan September tahun 2014 saja, total mitra yang dibina oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ada sekitar 1.157 mitra binaan.

(hasil wawancara dengan Pak Pakih, Kamis 11 Juni 2015 Pukul 13.45 WIB).

Pada tanggal 10-14 September 2014, PT KAI mengikuti pameran Jabar Expo (JABEX) 2014. Pada pameran yang diselenggarakan di Graha Manggala Siliwangi Jl. Aceh No. 66 Bandung, PT KAI menampilkan produk-produk dan mitra binaan PT KAI seperti kain batik, baju batik, mukena, yang dijual dengan harga yang kompetitif. Batik yang dijual merupakan batik khas dari Tasikmalaya.



VP Corporate Social Responsibility Majlisin Bersama Tim CSR PT KAI di stan mitra binaan KAI dalam ajang Jabex 2014

**Gambar 4.2**

**Kegiatan Kemitraan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)**

**Sumber : [www.kereta-api.co.id](http://www.kereta-api.co.id) (11 Juni 2015)**

Dengan demikian terbukti bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) masih tetap konsisten dalam menerapkan konsep *triple bottom line* yang dijadikan sebagai acuan dan landasan utama perusahaan, serta PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

hingga saat ini patuh dan mampu menjalankan kewajibannya yang diatur oleh undang-undang nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN dan undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas.

Selanjutnya, kegiatan bina lingkungan yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) meliputi :

- a. Bantuan korban bencana alam
- b. Bantuan pendidikan dan/atau pelatihan
- c. Bantuan peningkatan kesehatan
- d. Bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum
- e. Bantuan sarana ibadah
- f. Bantuan pelestarian alam
- g. Bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan

(Dokumen perusahaan dengan judul buku Petunjuk Pelaksanaan Penerapan CSR di Lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) halaman 6)

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. Hal ini merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap sesama dan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan sebagai perusahaan BUMN.

Berikut merupakan salah satu bukti kepedulian PT. Kereta Api Indonesia (Persero) kepada para korban bencana alam :



**Gambar 4.3**  
**Kegiatan Bina Lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)**  
**Sumber : [www.kereta-api.co.id](http://www.kereta-api.co.id) (11 Juni 2015)**

Bukan hanya mitra binaan yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero), namun bina lingkungan pun sangat diperhatikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Mulai dari bantuan korban bencana alam, pendidikan, kesehatan, pengembangan sarana/prasarana, sarana ibadah, pelestarian alam hingga bantuan sosial kemasyarakatan. Hal ini membuktikan bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mampu menyeimbangi bukan hanya keuntungan saja namun tetap memperhatikan lingkungan, serta masyarakat baik internal maupun eksternal perusahaan.

Green Paper menyatakan bahwa CSR menunjuk sebuah konsep tentang pengintegrasian kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan hidup ke dalam

operasi bisnis perusahaan dan interaksi sukarela antara perusahaan dan para *stakeholdernya* (dalam Iriantara, 2004, 46). Sedangkan menurut Widjaja CSR adalah pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan berupa kegiatan filantropi pengembangan komunitas, umumnya dikemas untuk mengupayakan citra positif alias promosi (Widjaja, 2008: 15).

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.

Dalam suatu perusahaan pasti memiliki komunitas, baik internal ataupun eksternal. Seperti yang diutarakan oleh Stewart E. Perry yang memandang bahwa ada dua makna komunitas, yaitu; *Pertama*, komunitas sebagai kategori yang mengacu pada orang yang saling berhubungan berdasarkan nilai-nilai dan kepentingan bersama yang khusus dan yang *kedua*, secara khusus menunjuk pada satu kategori manusia yang berhubungan satu sama lain karena didasarkan pada lokalitas tertentu yang sama yang karena kesamaan lokalitas itu secara tak langsung membuat mereka mengacu pada kepentingan dan nilai-nilai yang sama (Iriantara, 2004: 24).

Manfaat *community relations* yang dibangun berdasarkan visi tanggungjawab sosial korporat itu memang bisa dipetik oleh kedua belah pihak. Ini sejalan dengan prinsip kemaslahatan bersama yang dikembangkan melalui berbagai program dan

kegiatan *Public Relations*. Karena itu penting untuk disadari bahwa program-program *community relations* bukanlah program dari perusahaan untuk komunitas, melainkan program perusahaan dan komunitas (Rogovsky, 2011: 17).

Dari hasil penelitian ini, maka data yang didapat yakni PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menggunakan dan mengimplementasikan konsep *triple bottom line* dengan baik, karena konsep ini merupakan landasan utama suatu perusahaan agar mampu bertahan hidup. Maka dari itu, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terus berusaha semaksimal mungkin untuk menyeimbangi antara keuntungan, masyarakat dan lingkungan.

#### **4.2 Strategi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Dalam Membangun *Corporate Image* Melalui CSR**

Setiap perusahaan pasti menginginkan dan mengusahakan agar dapat menciptakan *image* perusahaan yang positif di mata semua orang dari berbagai kalangan, mulai dari pemerintah, *stakeholder* sampai lapisan masyarakat luas. Maka, satu-satunya langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan yakni dengan membuat strategi dalam rangka *corporate image*. Hal ini tidak mudah, karena perusahaan dituntut untuk bekerja keras semaksimal mungkin guna mencapai *corporate image*. Bukan hanya itu, perusahaan harus mampu meminimalisir hal-hal yang menyebabkan turunnya *image* positif perusahaan dan memunculkan berbagai hal yang mampu mendukung *corporate image*.

Crowther David (2008) mengurai prinsip-prinsip tanggungjawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu : (1) *sustainability*; (2) *accountability*; (3) *transparency* (dalam Nor Hadi, 2014: 59).

*Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa mendatang (Nor Hadi, 2014: 59).

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sangat memperhatikan sumber daya di masa depan dengan menjadikan konsep *triple bottom line* sebagai landasan utama perusahaan, yang menyeimbangkan antara *profit*, lingkungan dan sosial. Dengan diadakannya program kemitraan dan bina lingkungan, menunjukkan bukti nyata bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa sekarang juga di masa yang akan datang.

*Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan untuk membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan (Nor Hadi, 2014: 59).

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menerapkan prinsip-prinsip tanggungjawab perusahaan dalam aspek akuntabilitas yaitu dengan diadakannya program *community relations*. Program *community relations* ini dilakukan untuk eksternal dan internal perusahaan. Dalam mengimplementasikan aspek akuntabilitas ini, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melakukan program *community relations* eksternal guna membangun *image* dan *network* bagi para pemangku kepentingan.

*Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Crowther David (2008) menyatakan :

*Transparency, as a principle, means that the external impact of the actions of the organization can be ascertained from that organisation's reporting and pertinent facts are not disguised within that reporting. ....the effect of the action of the organization, including external impact, should be apparent to all from using the information provided by the organisation's reporting mechanism.* (dalam Nor Hadi, 2014: 60)

Transparansi merupakan suatu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak lingkungan.

Setiap tahunnya, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) selalu membuat *annual report* yang memuat tentang berbagai aktivitas perusahaan. Hal yang terpenting disini, bahwa semua orang bisa mengakses dan melihat bagaimana dan apa saja yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) secara gamblang dan terbuka, hanya dengan cara membuka situs resmi PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Disini

membuktikan bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terbuka kepada eksternal perusahaannya, sehingga dapat mengurangi terjadinya kesalahpahaman informasi.

Untuk mendukung perusahaan dalam rangka *corporate image*, maka perusahaan perlu membuat, mengkaji dan merangkai strategi baik strategi eksternal maupun strategi internal. Adapun temuan data yang diperoleh dalam penelitian ini berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Pakih mengenai strategi eksternal CSR yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) untuk meningkatkan *corporate image* sebagai berikut:

- a. Sosialisasi secara berkesinambungan mengenai pentingnya menjaga keamanan dan keselamatan perjalanan kereta api kepada masyarakat sekitar jalur kereta api
- b. Memfokuskan sumber pendanaan PKBL dan CR untuk pembentukan desa binaan
- c. Memfokuskan penyaluran dana bina lingkungan ke sektor-sektor sebagaimana ditentukan dalam peraturan yang ditetapkan oleh Menteri selaku pemegang saham
- d. Melakukan penyaluran program kemitraan dengan sistem kluster/sentra-sentra untuk meningkatkan pendapatan ekonomi mitra binaan.

Selain strategi eksternal CSR, perusahaan pun perlu membuat strategi untuk internal CSR, maka strategi internal CSR dilakukan melalui :

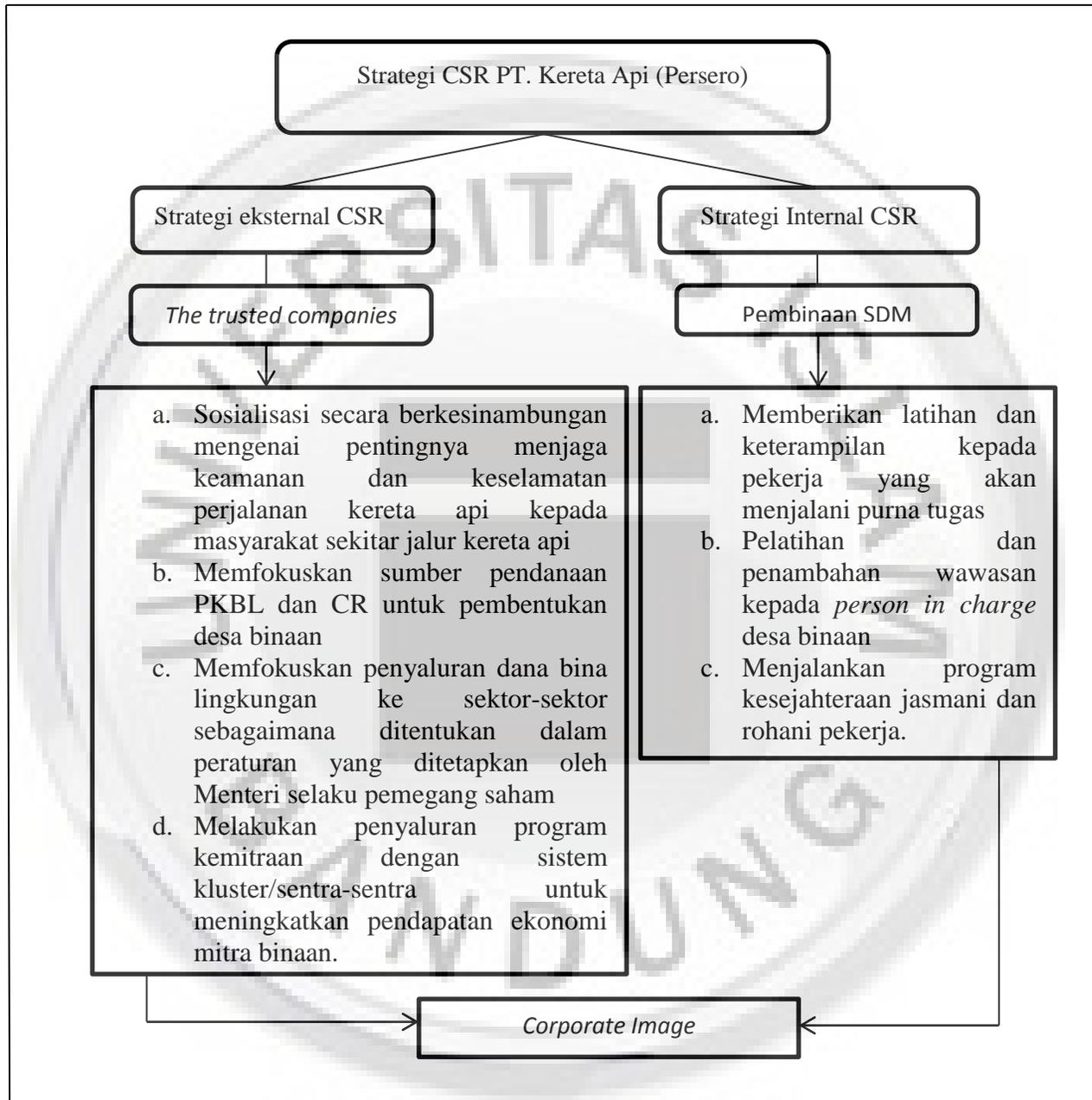
- a. Memberikan latihan dan keterampilan kepada pekerja yang akan menjalani purna tugas

- b. Pelatihan dan penambahan wawasan kepada *person in charge* desa binaan
- c. Menjalankan program kesejahteraan jasmani dan rohani pekerja.

(Dokumen perusahaan dengan judul buku Petunjuk Pelaksanaan Penerapan CSR di Lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) halaman 6 hasil wawancara dengan Pak Pakih, Kamis 11 Juni 2015 Pukul 13.47 WIB)

Strategi internal ini mempunyai maksud yakni untuk pembinaan SDM, dengan cara memberikan pelatihan dan keterampilan kepada para pegawai agar para pegawai mampu bekerja sesuai dengan tupoksinya sebaik mungkin, serta agar para pegawai tidak bekerja dengan semena-mena tanpa arahan dan tujuan. Selanjutnya, pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memberikan pelatihan dan wawasan pula kepada *person in charge* (orang yang bertanggungjawab) terhadap desa binaan, ini bertujuan guna desa binaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dapat berjalan dengan baik dan bisa memberikan manfaat yang baik pula kepada pihak-pihak yang berkaitan. Dan yang terakhir yakni menjalankan program kesejahteraan jasmani dan rohani para pegawai, salah satunya yakni dengan kegiatan *Porka* yang dilakukan secara periodik, karena PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ini sangat memperhatikan kebugaran dan jasmani para pegawainya sehingga PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memberikan fasilitasnya. Kedua strategi tersebut memiliki tujuan utama yakni dalam rangka *corporate image*. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berusaha semaksimal mungkin menerapkan dan mengimplementasikan strategi-strategi yang telah dirangkai dan ditetapkan guna tercapainya tujuan utama.

### Strategi CSR PT. Kereta Api Indonesia (Persero)



**Bagan 4.4**

**Sumber : Hasil wawancara dengan Pak Pakih, Kamis 11 Juni 2015**

#### 4.3 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. Kegiatan ini berlangsung di kompleks Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung, yang diselenggarakan pada tanggal 23 September 2014 sampai dengan tanggal 26 September 2014. Adapun cabang olahraga yang dipertandingkan yakni sepak bola, futsal, bola volly, tenis meja, bulu tangkis, tenis lapangan, dan catur. 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, seperti yang disampaikan oleh Pak Pakih sebagai berikut :

Untuk kegiatan olahraga dan kesenian ini, khusus untuk kegiatan olahraga diadakanlah kegiatan Porka yang dilakukan secara periodik, dan ini merupakan bagian dari strategi karena diadakannya secara periodik dalam rangka *corporate image*, tidak hanya satu kali tapi dilaksanakan secara terus menerus.

(hasil wawancara dengan Pak Pakih, Kamis 11 Juni 2015 Pukul 14.00 WIB).

Pembukaan Porka tahun 2014 berlangsung pada tanggal 23 September 2014 pukul 10.00 WIB, upacara pembukaan dilakukan oleh EVP *Training and Education* Hendri Anom mewakili Direksi PT. Kereta Api Indonesia (Persero), didampingi para EVP dan VP, serta dihadiri oleh para tamu undangan baik pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) maupun UPI. Acara seremonial selain laporan penyelenggara dan

janji atlet serta wasit, juga diisi oleh pertunjukan atraksi keahlian menggunakan sepeda motor, penampilan *Marching Band Locomotive* serta tarian tradisional dari mahasiswa UPI. Lalu penutupan Porka dilaksanakan di lapangan sepak bola UPI pada tanggal 26 September 2014 pukul 10.00 WIB, setelah final pertandingan sepak bola. Penutupan dilakukan oleh *Managing Director of Rolling Stock* Rono Pradipto yang didampingi *Corporate Secretary* Wiwik Widayanti, setelah penyerahan piala dan uang pembinaan. (Dokumen Perusahaan Laporan Porka, 2014: 6)

Kegiatan ini bukan semata-mata kegiatan biasa, karena kegiatan ini melalui proses seremoni yang dilakukan oleh para petinggi perusahaan. Kegiatan Porka ini bukan hanya merupakan 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.

Kegiatan Porka ini dijadikan strategi pula untuk pembinaan SDM perusahaan, karena kegiatan ini diadakan untuk menjaga dan meningkatkan kebugaran jasmani dan keseimbangan rohani SDM perusahaan. Selain itu kegiatan ini dapat melatih konsentrasi dan meningkatkan solidaritas serta kerjasama antar pegawai, sehingga diharapkan para pegawai dapat meningkatkan kreatifitas dan inovasi serta dapat memberikan efek yang positif bagi kemajuan perusahaan.

(hasil wawancara dengan Pak Pakih, Kamis 11 Juni 2015 Pukul 14.10 WIB).

Selanjutnya, strategi ini dirasa sudah tepat sasaran karena para pegawai merasakan manfaat positif dari kegiatan Porka sudah yang dilaksanakan, dan hal ini dibenarkan serta didukung oleh pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero), seperti yang disampaikan oleh Agung Rizkiansyah (Daop 4 Semarang) selaku pegawai PT.

Kereta Api Indonesia (Persero) yang mengikuti kegiatan Porka :

Apabila bisa memanfaatkan *moment* Porka, untuk menjalin hubungan antar unit-unit atau daop-daop lain sangat besar kemungkinannya, terjalin pula komunikasi yang akhirnya dapat meningkat kinerja. Selain itu, pada saat latihan atau ketika bertanding kita dituntut untuk fokus dan konsentrasi demi hasil yang baik/mencapai kemenangan, yang pada dasarnya bisa diimplementasikan dalam berkerja sehari-hari.

(Hasil Wawancara dengan Mas Agung, Jumat 19 Juni 2015 Pukul 10.04)

Dengan kata lain, para pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merasa banyak diuntungkan dengan diadakannya kegiatan Porka, bukan hanya bermanfaat bagi dirinya pribadi, kegiatan ini juga bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, karena dengan diadakannya kegiatan Porka seluruh pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dapat saling mengenal satu sama lain, sehingga dapat mempermudah para pegawai untuk berkomunikasi guna meningkatkan kerjasama antar daop (daerah

operasional) atau divre (divisi regional) demi terciptanya peningkatan kinerja pegawai. Karena adanya peningkatan kinerja pegawai, secara otomatis dapat menghasilkan dan membuahkan yang terbaik bagi perusahaan yang dilakukan para pegawai dalam rangka *corporate image*. Bukan hanya Agung Rizkiansyah (Daop 4 Semarang) yang merasakan manfaat dari kegiatan Porka, hal ini didukung pula oleh Ronny Abdillah (Kantor Pusat) sebagai berikut :

Porka merupakan alat antara orang pusat dengan daerah agar saling kenal dan dapat melatih kerjasama agar dapat meningkatkan kinerja pegawai. Untuk meningkatkan kinerja pegawai selain dengan banyak dilakukan pelatihan-pelatihan atau studi banding, kegiatan Porka juga dapat meningkatkan kinerja pegawai, karena dengan kegiatan Porka kita dapat melatih rasa disiplin dan tanggungjawab kita pada perusahaan pada tupoksi pekerjaan kita sekarang. (hasil wawancara dengan Mas Ronny, Jumat 19 Juni 2015 Pukul 11.15)

Kegiatan Porka ini dirasakan oleh para pegawai dapat melatih konsentrasi, disiplin dan tanggung jawab yang pada dasarnya dapat diimplementasikan dalam kegiatan bekerja sehari-hari. Selain merupakan kegiatan hiburan bagi para pegawai, kegiatan ini juga merupakan strategi perusahaan guna pembinaan SDM, sehingga dalam kegiatan ini dapat memberikan banyak manfaat bagi para pegawainya sendiri dan bagi perusahaan.

Mempunyai hubungan baik melalui komunikasi dengan pegawai dalam setiap perusahaan sangatlah penting, demi memunculkan rasa pengertian, perhatian dan kepercayaan dari seorang pegawai. Dengan demikian para pegawai merasa dianggap dan dihargai, dan dari situ pula akan dapat diketahui sikap, pendapat, keinginan, kesulitan yang mereka rasakan. Seorang ahli Purel Archibald William mengatakan “*Employee relations* merupakan suatu kekuatan yang hidup dan dinamis yang dibina

dan diabadikan dalam hubungan dengan perorangan sehari-hari di belakang bangku kerja tukang kayu, di belakang mesin, atau di belakang meja tulis” (dalam Onong Uchjana, 2009:144).

Setiap karyawan pasti memiliki perbedaan antara satu dengan yang lain, tetapi diantara perbedaan tersebut terdapat persamaan yang mereka hendaki, antara lain :

1. Upah yang cukup

Upah yang cukup untuk keperluan hidup adalah cita-cita semua karyawan. Banyak para karyawan yang menggiatkan diri dalam pekerjaannya dengan rajin menambah pengetahuannya dengan mengambil kursus di waktu sore, namun itu secara individual. Disinilah tugas PRO harus mampu untuk selalu memelihara hubungan yang harmonis, sehingga semua pihak merasa puas, bekerja dengan senang, dan organisasi tetap berjalan.

2. Perlakuan yang adil

Adalah hasrat semua karyawan untuk selalu diperlakukan secara adil di kalangan karyawan, tidak saja dalam hubungannya dengan upah, tetapi juga dalam persoalan lain. Tetapi perasaan tersebut hanyalah perasaan pribadi saja, yang sering kali disebabkan informasi yang kurang jelas mengenai soal kepegawaian. Hanya dengan berkomunikasi dengan mereka, kesalah-fahaman akan dapat dihilangkan dan kepercayaan kepada pimpinan akan kembali dibina.

3. Ketenangan bekerja

Semua karyawan menginginkan bekerja dengan tenang, bukan saja dalam hubungannya dengan pekerjaan, tetapi juga hubungannya dengan keluarga yang

ditinggalkan di rumah. Para karyawan akan tetap giat bekerja, jika mengetahui bahwa bagi mereka terdapat :

- Jaminan, jika mereka dengan keluarganya terjadi musibah
- Jaminan keamanan bekerja
- Jaminan di hari tua.

#### 4. Perasaan diakui

Setiap karyawan terdapat perasaan ingin diakui (*sense of belonging*) sebagai karyawan yang berharga dan anggota kelompok kerjanya yang terhormat. Hal ini sering bersangkutan dengan kegiatan-kegiatan diluar tugas pekerjaan, seperti olahraga, kesenian dsb. Oleh karena itu, PRO perlu mengadakan komunikasi dengan mereka yang merasa dianak-tirikan disebabkan tidak terpilih dalam suatu kegiatan.

#### 5. Penghargaan atas hasil kerja

Para karyawan menginginkan agar hasil karyanya dihargai, meskipun sebenarnya adalah kewajiban mereka untuk bekerja segiat-giatnya. Untuk itulah mereka diberi upah. Meskipun demikian, akan selalu terpelihara adanya harmoni, bila diadakan cara tertentu sebagai tanda bahwa hasil karya mereka dihargai. Ini bisa dalam bentuk uang, barang atau piagam.

#### 6. Penyaluran perasaan

Perasaan tertentu yang menghinggapi para karyawan bisa menghambat kegairahan bekerja. Mereka ingin menyalurkan perasannya. PRO harus mampu mewedahi agar perasaan yang dirasakan oleh para karyawan dapat tersalurkan.

(Onong Uchjana, 2009: 145-147).

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sangat cerdas dalam membina hubungan baik dengan para pegawainya, karena PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mampu memberikan wadah dengan fasilitas-fasilitas yang memadai untuk menjadikan kegiatan Porka sebagai media dalam membina hubungan dengan para pegawai. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menganggap bahwa tanpa pegawai suatu perusahaan itu tidak akan berjalan dengan baik. Salah satu kegiatan yang menjadi bukti nyata hubungan dengan pegawai yaitu Porka. Dalam rangkaian kegiatan Porka, bagi pegawai yang berprestasi akan diberikan penghargaan, ini menunjukkan bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sangat peduli terhadap pegawai dengan memberikan penghargaan atas hasil kerja pegawainya. Selain itu, para pegawai baik yang berprestasi maupun yang berpartisipasi mengikuti kegiatan Porka akan merasa diakui oleh perusahaan akan keberadaan mereka, karena mereka berada dan terlibat dalam kegiatan Porka. Porka adalah kegiatan olahraga yang merupakan strategi perusahaan agar para pegawai tetap sehat dan segar bugar dalam melaksanakan pekerjaannya, sehingga tidak akan ada pegawai yang sakit-sakitan akibat kelelahan bekerja karena tidak memiliki waktu untuk berolahraga. Dengan adanya kegiatan ini, maka pegawai pun akan merasa tenang ketika bekerja, karena perusahaan memberikan wadah agar pegawai dapat berolahraga, mengasah konsentrasi, meningkatkan kerjasama dengan teman satu timnya, menumbuhkan solidaritas tinggi dan lainnya. Selain itu, dalam kegiatan ini pun sangat memperhatikan sportifitas, ini mencerminkan bahwa dalam kegiatan Porka pun perusahaan sangat menjunjung tinggi akan keadilan dan hal

tersebut di implementasikan di waktu bekerja sehari-hari, sehingga tidak akan ada lagi pegawai yang merasa mendapatkan ketidakadilan.

Pada dasarnya kegiatan Porka memang sangat bermanfaat untuk para pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero), karena dengan adanya kegiatan ini selain menjaga kebugaran jasmani dan rohani para pegawai, kegiatan ini juga merupakan wadah agar para pegawainya dapat menyalurkan hobi atau bahkan bakatnya di bidang olahraga, serta kegiatan ini merupakan hiburan bagi pegawainya ditengah-tengah kejenuhan yang dirasakan dalam bekerja. Berikut hasil wawancara dengan salah satu pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yakni Febri Purbiantoro (Kantor Pusat) :

Ya mungkin dengan diadakannya Porka bisa menambah semangat teman dan biar gak jenuh aja dalam bekerja. Kalo melatih konsentrasi mungkin salah satu manfaat dari kegiatan Porka, dengan badan yang sehat dan segar pikiran juga menjadi lebih jernih. Paling gak bisa mengenal satu sama lain dan silaturahmi lah dengan begitu komunikasi dan koordinasi antar unit, antar daop, antar pusat dan daerah bisa lebih baik.

(Hasil wawancara dengan Mas Febri, Jumat 19 Juni 2015 Pukul 13.00)

Selain itu, sejumlah pakar PR terpanggil untuk memfokuskan kajian pada komunitas dan membangun komunitas dalam praktik PR. Dean Kruckeberg dan Kenneth Stark (Heat, 2005) pertama kali menyebutkan bahwa PR harus dipraktikan sebagai sebuah upaya aktif memperbaiki dan memelihara rasa memiliki dalam komunitas. Sejumlah pendekatan lebih manusiawi dan saling mendukung: (a) membuat anggota komunitas sadar sama-sama memiliki kepentingan, (b) mengatasi keterasingan, (c) menggunakan teknologi untuk membentuk komunitas, (d) mempromosikan pentingnya waktu luang untuk suatu aktivitas, (e) mengajak dalam mewujudkan komunikasi yang bisa dinikmati, (f) mengajak toleran dalam bekerja, (g)

membantu komunitas berbagi pengalaman yang indah, (h) membantu perkembangan hubungan persona (Heath, 2005:172 dalam Elvinaro, 2011: 109).

Dengan kata lain, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sangat tepat untuk melaksanakan kegiatan Porka karena selain untuk kebugaran jasmani dan rohani para pegawai, kegiatan ini juga merupakan strategi dalam pembinaan SDM perusahaan yang dapat meningkatkan rasa saling memiliki sehingga para pegawai mampu bekerja secara bersamaan demi mencapai apa yang ingin diraih oleh perusahaan, sesuai dengan maksud dan tujuan dilaksanakannya Porka yakni bertujuan untuk menumbuhkan rasa kebersamaan dan juga sportifitas diantara pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Karena kegiatan Porka ini dapat menumbuhkan dan meningkatkan kebersamaan antar pegawai, maka kegiatan ini dapat meningkatkan pula hubungan manusiawi antar pegawainya. Hubungan manusiawi adalah terjemahan dari *Human Relations*. Disini sifat hubungan sesama manusianya tidak seperti orang berkomunikasi biasa, bukan hanya merupakan penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain, tetapi hubungan antara orang-orang yang berkomunikasi dimana mengandung unsur-unsur kejiwaan yang amat mendalam. Hal ini mengandung kegiatan untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang (Onong Uchjana, 2009).

Kegiatan Porka yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ini pada dasarnya untuk menciptakan hubungan manusiawi antara para pegawai agar tercipta rasa solidaritas yang tinggi, menciptakan hubungan kerja yang baik antar

pegawai, dan menumbuhkan rasa saling memiliki sehingga yang dikerjakan dapat membuahkan hasil yang maksimal. Tanpa adanya hubungan manusiawi, suatu perusahaan tidak dapat berjalan dengan maksimal.

Kalo ditanya dengan adanya Porka kinerja meningkat atau gak itu kembali kepada masing-masing *person* nya. Harusnya dengan adanya Porka pegawai bisa meningkatkan kinerjanya, kenapa? pertama karena dengan merasa jenuhnya kita dalam bekerja bisa disegarkan kembali dengan adanya Porka, kedua karena perusahaan sudah peduli dengan pegawainya mengadakan kegiatan seperti ini untuk menjalin silaturahmi.

(hasil wawancara dengan Mas Febri, Jumat 19 Juni 2015 Pukul 13. 15)

Jadi, kegiatan Porka ini memang memiliki manfaat besar, bukan hanya untuk pribadi pegawainya saja melainkan untuk perusahaannya sendiripun kegiatan Porka ini memberikan manfaat yang besar. Dalam kegiatan ini hubungan manusiawi antar pegawai bisa terjalin secara mendalam, karena kegiatan ini merupakan wadah untuk bersilaturahmi antar pegawai, dan kegiatan Porka ini juga menjunjung tinggi kerjasama antar tim sehingga antar pegawai mampu saling mengenal satu sama lain guna mencapai tujuan bersama.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari beberapa pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dan peneliti menganalisisnya bahwa dengan diadakannya kegiatan Porka, komitmen para pegawai terhadap perusahaan mengalami peningkatan, walaupun pada dasarnya ada ataupun tidak ada kegiatan Porka komitmen para pegawai terhadap perusahaan akan tetap sama dan mendedikasikan kinerjanya bagi perusahaan, namun sedikitnya dengan diadakan kegiatan Porka dapat menambah komitmen para pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap perusahaannya, terutama dalam hal kinerja pegawai. Hal ini

disampaikan oleh Ronny Abdillah (Kantor Pusat) sebagai pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang merasakan peningkatan komitmen terhadap perusahaan :

Komitmen utama saya pada perusahaan ini bekerja sesuai tupoksi yang telah ada sesuai kesepakatan kita dengan perusahaan. Cuma Porka hanya untuk alat antara orang pusat dengan daerah agar saling kenal dan dapat melatih kerjasama agar dapat meningkatkan kinerja pegawai.

(hasil wawancara dengan Mas Ronny, Jumat 19 Juni 2015 Pukul 11.20)

Dengan adanya kegiatan Porka, komitmen pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada dasarnya tetap sama, hanya saja kegiatan Porka ini lebih mengarah pada peningkatan kinerja para pegawai. Selain itu, hal serupa disampaikan oleh pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) lainnya, yakni Febri Purbiantoro (Kantor Pusat) :

Kalo komitmen terhadap perusahaan sih meski ada ataupun gak ada Porka tetap ada tanggungjawab kepada perusahaan secara kita dipilih perusahaan dan digaji perusahaan. Ya mungkin dengan adanya Porka bisa menambah semangat teman dan biar ga jenuh aja dalam bekerja.

(hasil wawancara dengan Mas Febri, Jumat 19 Juni 2015 Pukul 13.20)

Mas Febri merasa bahwa ada ataupun tidak ada kegiatan Porka tidak mempengaruhi komitmennya terhadap perusahaan, karena dia merasa komitmen dan tanggungjawabnya terhadap perusahaan tetap sama. Namun Mas Febri merasakan bahwa dengan diadakannya kegiatan Porka ini dianggap sebagai penambah semangat dalam bekerja dan menghilangkan rasa jenuh dalam bekerja sehari-hari, sehingga dengan diadakannya kegiatan Porka dapat mempengaruhi dan memberikan manfaat yang baik dalam bekerja.

Sama halnya dengan apa yang dirasakan oleh Mas Agung, komitmennya terhadap perusahaan sebetulnya tetap sama, namun kelebihan dari kegiatan Porka ini

lebih bermanfaat kepada kinerja dan dapat meningkatkan koordinasi, serta meningkatkan kerjasama antar unit/daop (Daerah Operasional). Berikut adalah pemaparan dari pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yakni Agung Rizkiansyah (Daop 4 Semarang) :

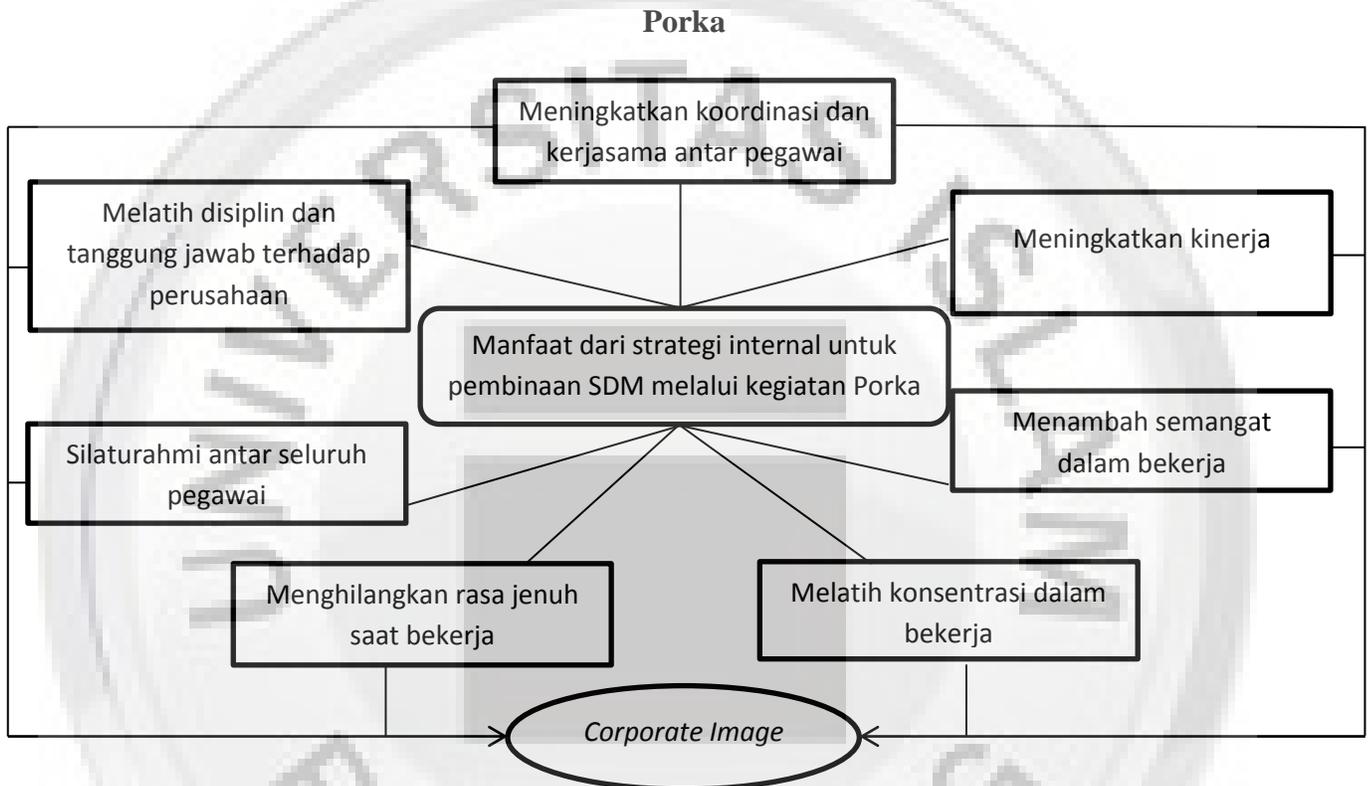
Komitmen saya terhadap perusahaan sebelum ataupun sesudah diadakannya kegiatan Porka sebetulnya tetap sama, yaitu dapat meningkatkan koordinasi dan kerjasama yang lebih baik antar unit/daop.  
(hasil wawancara dengan Mas Agung, Jumat 19 Juni 2015 Pukul 10.10)

Dapat disimpulkan bahwa sebelum dan sesudah diadakannya kegiatan Porka ini komitmen para pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mengalami sedikit peningkatan, walaupun pada dasarnya komitmen para pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ini tetap sama, namun dengan diadakannya kegiatan Porka dapat meningkatkan kinerja pegawai, menambah semangat dalam bekerja dan meningkatkan koordinasi serta kerjasama antar pegawainya.

Pembinaan SDM dalam suatu perusahaan itu sangat penting, karena SDM perusahaan sangat menentukan bagaimana hasil yang akan dilahirkan oleh suatu perusahaan itu sendiri, baik positif maupun negatif, dan sesungguhnya kunci keberhasilan perusahaan tidak terlepas dari buah tangan para pegawainya, maka dari itu perusahaan harus sangat peduli, peka dan memperhatikan internal perusahaannya. Begitupun dengan PT. Kereta Api Indonesia (Persero), yang menjadikan kegiatan Porka sebagai salah satu strategi dalam melakukan pembinaan SDM sehingga terciptanya *corporate image*. Maka, apabila digambarkan manfaat bagi para pegawai

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui kegiatan Porka yang merupakan salah satu strategi untuk pembinaan SDM adalah sebagai berikut :

### Strategi Pembinaan SDM PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui



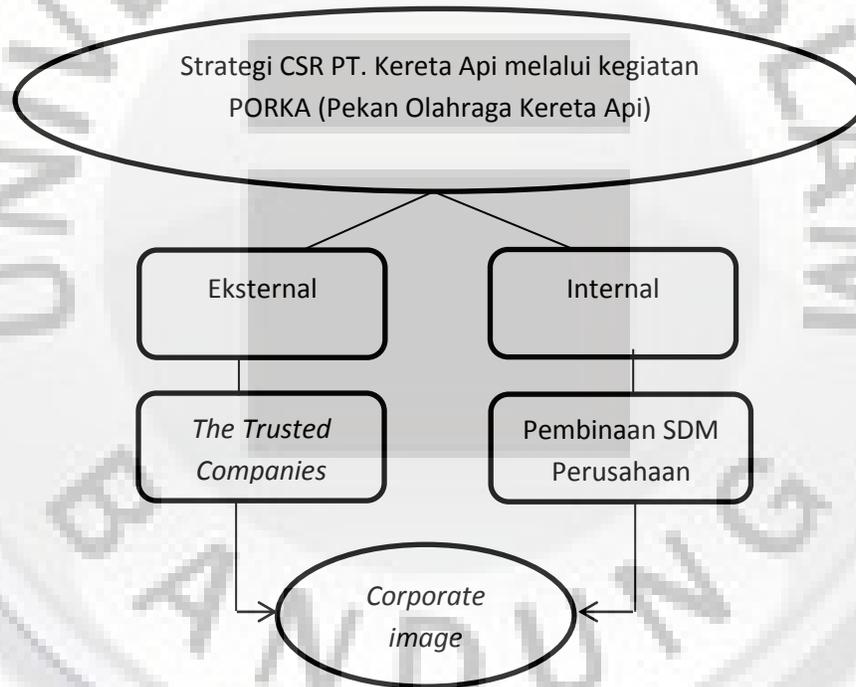
**Bagan 4.5**  
Sumber : Hasil Penelitian (2015)

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 tanggungjawab 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 tanggungjawab perusahaan terhadap para pegawainya.

Selain manfaat yang dirasakan oleh para pegawai PT. Kereta Api Indonesia (Persero), manfaat dari strategi CSR PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui Porka bagi perusahaan, adalah sebagai berikut :

#### Strategi CSR PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Melalui Porka



**Bagan 4.6**

**Sumber : Hasil Penelitian (2015)**

Berdasarkan bagan di atas, maka strategi CSR PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui Porka memiliki dua manfaat. Manfaat pertama untuk eksternal

perusahaan, yakni dalam rangka menciptakan *the trusted companies*, seperti yang kita ketahui bahwa setiap perusahaan pasti menginginkan perusahaannya dapat dipercaya oleh semua orang, dengan demikian akan tercipta *corporate image*. Penilaian *image* berasal dari eksternal perusahaan, dan *corporate image* itu sendiri di buat oleh internal perusahaan baik *image* positif maupun *image* negatif. Maka, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berusaha semaksimal mungkin agar mampu memberikan *image* positif di benak khalayak umum, dengan cara memaksimalkan kualitas internal perusahaan. Selanjutnya tujuan kedua yakni untuk internal perusahaan, kegiatan *Porka* ditujukan untuk internal perusahaan dengan maksud untuk pembinaan SDM perusahaan, agar para pegawai memiliki kebugaran jasmani dan keseimbangan rohani, dengan demikian para pegawai mampu memberikan kinerja yang baik dan maksimal untuk perusahaan guna mendukung *corporate image*. Selain itu, 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 serta masyarakat luas.