

ABSTRAK

Septian Fauzi Erlangga, Manajemen Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam membentuk *Brand Image* Perusahaan. (Studi Deskriptif Pada PT. LEN Industri PERSERO)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sesuatu hal yang pada umumnya dilakukan oleh semua perusahaan baik Perusahaan Milik Negara (BUMN) maupun Perusahaan Swasta. Hal ini dikarenakan sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk bertanggungjawab pada lingkungan sekitar perusahaan tersebut. CSR adalah suatu momentum ataupun cara menuangkan tanggungjawab terhadap lingkungan, kegiatannya biasanya berupa program bantuan untuk kegiatan-kegiatan dari kelompok masyarakat yang mengajukan sesuatu bantuan untuk kegiatan masyarakat agar tetap terciptanya pandangan baik terhadap Citra Perusahaan tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Manajemen Program CSR dari PT. LEN Industri dalam memenuhi kewajibannya sebagai perusahaan yang juga bertanggungjawab kepada lingkungan masyarakat sekitar. Program CSR ini pun menjadi sarana untuk membentuk *Brand Image* Perusahaan agar tetap baik dari pandangan masyarakat di lingkungan sekitar. Manajemen Program CSR ini mencakup mulai dari tahap Perencanaan, Tahap pengorganisasian, tahap Pelaksanaan, dan Tahap Pengawasan. Peneliti menggunakan konsep POAC dari George F. Terry sebagai acuan Penelitian ini.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan maksud untuk menggambarkan, meringkas berbagai realitas yang dijalani oleh perusahaan tentang program CSR yang dilaksanakan. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif dengan maksud untuk menjelaskan hal-hal yang akan diteliti.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa manajemen Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. LEN Industri dalam memenuhi kewajiban tanggungjawab sosial terhadap masyarakat ini tersusun dengan beberapa proses yaitu (1) penyeleksian sasaran penerima program, bekerjasama dengan pemerintah, pembuatan laporan dan dokumentasi program. (2) Pemilihan anggota yang tepat, pembagian anggota ke skala kegiatan, pembagian anggota ke skala waktu kegiatan. (3) Pengajuan dana CSR, Membentuk sinergi dengan UMKM, Penyaluran dana CSR. (4) Pengelompokan jenis kegiatan, dan pengawasan mendadak / Sidak.

Penulis menyadari dalam melakukan penelitian ini masih banyak kekurangan yang harus dilengkapi dan disempurnakan. Penulis berharap hasil penelitian ini mempunyai implikasi yang luas untuk penelitian selanjutnya.

Kata Kunci : Manajemen, CSR, Citra

ABSTRACT

Septian Fauzi Erlangga, Management of Corporate Social Responsibility (CSR) Programs in shaping the Company's Brand Image. (Descriptive Study at PT. LEN Industri PERSERO)

Corporate Social Responsibility (CSR) is something that is generally carried out by all companies, both State-Owned Companies (BUMN) and Private Companies. This is because it is the company's obligation to be responsible for the environment around the company. CSR is a momentum or a way to express responsibility towards the company. environment, its activities are usually in the form of assistance programs for the activities of community groups who propose assistance for community activities in order to maintain a favorable view of the image of the company.

The purpose of this study was to find out how the CSR Program Management of PT. LEN Industries in fulfilling its obligations as a company that is also responsible to the surrounding community. This CSR program is also a means to shape the Company's Brand Image so that it remains good from the views of the people in the surrounding environment. The management of this CSR program covers the planning stage, organizing stage, implementation stage, and supervision stage. The researcher used the POAC concept from George F. Terry as a reference for this study.

The method used in this research is descriptive qualitative with the aim of describing, summarizing the various realities experienced by the company regarding the CSR program implemented. The paradigms used in this research are constructivism paradigms and qualitative approaches with a view to explaining the things to be studied.

The results showed that the management of CSR activities carried out by PT. Industrial LEN in fulfilling its social responsibility obligations to the community is structured in several processes, namely (1) selecting the target recipients of the program, in collaboration with the government, preparing reports and program documentation. (2) Selection of the right members, division of members into the scale of activities, division of members into the time scale of activities. (3) Submission of CSR funds, Forming synergy with MSMEs, Distribution of CSR funds. (4) Grouping the types of activities, and sudden surveillance/surveillance.

The author realizes that in conducting this research there are still many shortcomings that must be completed and perfected. The author hopes that the results of this study have broad implications for further research.

Keywords: Management, CSR, Image