

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk terbanyak nomor 4 di dunia. Hal tersebut dibuktikan dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2015- 2023, dengan jumlah penduduk di Indonesia mencapai 278.70 juta jiwa. Oleh sebab itu, pemerintah harus mampu mencukupi seluruh kebutuhan penduduk Indonesia, salah satunya dengan menyediakan layanan kesehatan. Kesehatan merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam kehidupan masyarakat, untuk itu diperlukan suatu lembaga atau balai yang dapat menangani pelayanan di bidang kesehatan seperti rumah sakit.

Rumah sakit merupakan salah satu unit usaha yang sangat dibutuhkan masyarakat terutama dalam bidang kesehatan. Undang-undang no. 44 tahun 2009 menjelaskan bahwa rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan suatu pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna serta menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat (Permenkes, 2014). Sedangkan menurut WHO (*World Health Organization*), rumah sakit adalah bagian integral dari suatu organisasi kesehatan dengan fungsi menyediakan pelayanan terbaik, penyembuhan penyakit dan pencegahan penyakit kepada masyarakat, serta menjadi pusat pelatihan bagi tenaga kesehatan dan pusat penelitian medik. Rumah sakit menyediakan fasilitas pelayanan kesehatan perorangan yang menyediakan rawat inap dan rawat jalan, oleh karena itu pelayanan yang berkualitas merupakan suatu keharusan dan mutlak dipenuhi oleh suatu rumah sakit.

Salah satu rumah sakit yang berperan aktif untuk membantu masyarakat khususnya daerah Bantul yaitu Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul. Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul ini terletak di Jl. Jend. Sudirman No.124, Nyangkringan, Bantul, Kec. Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 5571. Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul merupakan salah satu Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) di bidang kesehatan. Rumah Bersalin PKU Muhammadiyah Bantul semakin berkembang yang dibuktikan dengan adanya pembangunan sarana pelayanan di bidang kesehatan pada anak baik dibidang penyembuhan atau pelayanan di bidang pertumbuhan serta perkembangan anak pada tahun

1984. Perubahan dan pengembangan pelayanan yang dilakukan rumah sakit inilah yang menjadi dasar perubahan dari Rumah Sakit Bersalin menjadi Rumah Sakit Khusus Ibu dan Anak dengan Surat Keputusan Ijin Kanwil Depkes Provinsi DIY Nomor 503/1009/PK/IV/1995 yang selanjutnya pada tahun 2001 berkembang menjadi Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul dengan diterbitkannya ijin operasional dari Dinas Kesehatan No: 445/4318/2001. Hingga saat ini, RSUD PKU Muhammadiyah Bantul telah mendapatkan akreditasi tingkat paripurna.

Upaya RSUD KU Muhammadiyah Bantul dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat juga mencakup peningkatan kinerja profesional rumah sakit untuk meningkatkan kinerja profesional, rumah sakit harus dilengkapi dengan alat-alat strategis yang berfungsi sebagai panduan untuk mengelola dan membimbing organisasi untuk mencapai visi, misi, dan tujuan rumah sakit itu sendiri. Dalam menjalankan programnya, perlu adanya tanggung jawab tidak hanya terhadap lingkungan, namun juga terhadap karyawan, pelanggan, dan masyarakat, serta pada lingkungan disekitarnya. Seperti pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR telah menjadi sebuah konsep yang mencakup banyak kelompok, mulai dari akademisi, lembaga swadaya masyarakat (LSM), hingga pemangku kepentingan bisnis. Mengingat perkembangan dan laju perekonomian Indonesia yang semakin pesat, penerapan CSR di Indonesia sangatlah penting bagi dunia usaha.

Tertulis dalam Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2009 berisi bahwa setiap rumah sakit ber kewajiban untuk menjalankan fungsi sosial. Sebagai Rumah sakit Umum, RSUD PKU Muhammadiyah Bantul diwajibkan untuk mengadakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut UU tentang RS, yang dimaksud dengan fungsi sosial RS adalah melaksanakan kegiatan CSR antara lain seperti memberikan fasilitas pelayanan pasien tidak mampu/miskin, pelayanan gawat darurat tanpa uang muka, ambulans gratis, pelayanan korban bencana dan kejadian luar biasa, atau bakti sosial sebagai bentuk kemanusiaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang kini dikenal di masyarakat sebagai respon perusahaan terhadap lingkungan sosialnya bukanlah hal baru. Menurut Totok Mardikanto (2018: 92), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah proses dimana perusahaan secara sukarela memasukkan kepedulian sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnisnya dan interaksi dengan pemangku kepentingan untuk mencapai

kesuksesan bisnis yang berkelanjutan. Melalui CSR, perusahaan tidak hanya mengedepankan tujuan mencapai keuntungan sebesar-besarnya saja, namun juga mempertimbangkan aspek finansial, sosial, dan lingkungan lainnya.

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai digunakan pada tahun 1970an. Pada periode ini, pemerintah memulai langkah-langkah untuk memperluas cakupan CSR. Ruang lingkup CSR tidak hanya mencakup tanggung jawab suatu perusahaan atau unit usaha kepada pemegang saham (*shareholder*), namun juga kepada *stakeholder*, seperti pekerja, konsumen, pemasok, komunitas lokal, atau udara bersih, air bersih, dan konstituen lain yang menjadi tanggung jawab perusahaan atau urusan bisnis. Hal ini juga mencakup tanggung jawab pemangku usaha yang sudah aktif dan berjalan dengan memperkuat sektor bisnis lokal dengan melaksanakan CSR dan membangun kerja sama antar *stakeholder* sebab, pengembangan dan keberadaan CSR antar *stakeholders* ke depan dilandasi oleh konsep “*sustainability mean development*”, sehingga diusung oleh unit bisnis terkait melalui penyiapan program pembangunan bagi masyarakat sekitar pembangunan yang berkelanjutan (Situmeang, 2016:80).

Secara sosial, kinerja program CSR dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar *social legitimacy* (penerimaan sosial) para pemangku kepentingan, utamanya komunitas sekitar, atas komitmen, kehadiran dan tindakan korporasi secara umum (Prayogo, 2008). Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul, bergerak pada Layanan Kesehatan merupakan Langkah yang sangat penting untuk mendukung Kesehatan di Indonesia.

Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul melaksanakan program CSR sebagai cara pemasaran serta upaya untuk membangun citra positif perusahaan dalam mendekatkan para pelanggan kepada RSU PKU Muhammadiyah Bantul agar terciptanya sinergi dan harmonisasi, sekaligus dapat menjaga ukuwah serta silaturahmi. Secara sosial, program CSR yang berhasil akan meningkatkan kepercayaan sosial atas keberadaan dan operasi korporasi di lingkungan sosial. Pelaksanaan program CSR di Indonesia khususnya akan menunjukkan sebuah kepatuhan hukum serta memenuhi tuntutan publik bagi terciptanya *good corporate governance* secara global. Khususnya di Indonesia, salah satu pasal dalam UU pendirian perseroan yang baru mengharuskan korporasi melaksanakan program CSR sebagai salah satu bagian dari kegiatan korporasi dalam UU No. 40, 2007,

tentang Perseroan Terbatas. Dengan dasar legal ini maka pelaksanaan CSR menjadi salah satu prasyarat memenuhi kewajiban suatu perusahaan dalam mematuhi semua peraturan, undang-undang, dan regulasi yang berlaku untuk seluruh industri.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil judul Pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Penyuluhan Dan Pemeriksaan Warga Sekitar Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul. Alasan peneliti memilih penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui sejauh mana Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul melaksanakan program ini kepada masyarakat sekitar khususnya masyarakat kabupaten Bantul, sehingga mengetahui bagaimana proses pelaksanaan program CSR ini, bagaimana respon masyarakat sekitar terhadap program ini, dan apa dampak yang didapatkan oleh rumah sakit, masyarakat dan lingkungan. Alasan peneliti memilih penelitian ini pada tahun 2022 karena pada tahun ini merupakan pasca Covid-19 dimana masyarakat banyak yang memiliki masalah ekonomi serta membutuhkan bantuan kesehatan berupa pemeriksaan dan edukasi berupa ilmu kesehatan yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul melakukan berbagai program kegiatan seperti penyuluhan, hingga pemeriksaan gratis. Penyuluhan yang diberikan kepada masyarakat terkait dengan ilmu kesehatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam kegiatan pemeriksaan, yang dilakukan seperti pemeriksaan timbang berat badan, dan cek tensi. Setelah diberikan penyuluhan, dan dilakukan pemeriksaan kesehatan selanjutnya pemberian obat secara gratis.

Tujuan program Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul ini, yaitu menjadi salah satu bentuk cara pemasaran rumah sakit kepada masyarakat hingga dapat membangun citra positif bagi rumah sakit. Selain menjadi kewajiban sebuah instansi, alasan dilaksanakannya program ini karena kurangnya pengetahuan dan wawasan masyarakat sekitar terutama masyarakat lansia terkait dengan pentingnya kesehatan, serta faktor ekonomi masyarakat lansia yang kurang mendukung akibat pasca Covid-19, menjadi alasan utama dilakukannya program ini. Melalui program ini, RSUD PKU Muhammadiyah Bantul berkomitmen untuk membantu masyarakat khususnya masyarakat lansia kurang mampu dalam segi ilmu kesehatan, seperti pengecekan kesehatan ataupun pembiayaan kesehatan secara gratis. Program Penyuluhan Pemeriksaan Warga ini dimulai pada awal bulan Januari 2022 dan dilakukan setiap 2 bulan

sekali dan hingga saat ini program ini masih berlanjut. Alasan dilakukannya program CSR Penyuluhan dan pemeriksaan ini karena RSUD Muhammadiyah Bantul mendapatkan masukan dari warga sekitar untuk mengadakan kegiatan Penyuluhan dan pemeriksaan warga sekitar.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait Pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa referensi penelitian terdahulu sebagai tinjauan pustaka yang dilakukan, diantaranya :

1. Penelitian yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Sumenep” yang disusun oleh Sahril tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan program Social Responsibility yang merupakan suatu bentuk solidaritas sosial Rumah Sakit bagi masyarakat, sekaligus bermanfaat dalam membentuk citra Rumah Sakit melalui publikasi yang tepat akan sangat membantu membangun menggalang kerjasama antara masyarakat dengan Rumah Sakit. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana metode ini dengan melakukan pencatatan dan pengagendaan informasi dari para informan terpilih, serta mendokumentasikan, kemudian menguraikan data, sehingga diperoleh deskripsi suatu fenomena tentang Implementasi Social Responsibility Rumah Sakit Dr. H. Moh. Anwar (RSUD) Sumenep.

Program Implementasi Social Responsibility Rumah Sakit Dr. H. Moh. Anwar (RSUD) Sumenep merupakan sebuah bentuk kepedulian rumah sakit terhadap masyarakat bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan professional merupakan suatu wujud nyata dari pelaksanaan *Social Responsibility* yang dilakukan dalam upaya penciptaan kesejahteraan bagi masyarakat dan lingkungan.

Dari hasil tinjauan dari beberapa data yang dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa RSUD Dr. H. Moh. Anwar Sumenep dalam pelaksanaan Social Responsibility dalam teori triple bottom lines belum bisa dikatakan 100% terlaksana dengan baik karena dari segi penetapan standar pelaksanaan Social Responsibility oleh bank dunia tentang pertanggungjawaban sosial belum sepenuhnya dilaksanakan. Sedangkan menurut hasil

analisa dengan teori piramida RSUD Dr. H. Moh. Anwar Sumenep sudah dapat dikatakan telah menyelesaikan Pelaksanaan Social Responsibility dengan terpenuhinya tanggung jawab yang ditetapkan dalam teori piramida.

Dari hasil analisa dua teori tersebut maka dapat dikatakan bahwa RSUD Dr. H. Moh. Anwar Sumenep telah melaksanakan Social Responsibility Ini terlihat pada waktu wawancara dengan informan kunci dalam daftar pelaksanaan Social Responsibility RSUD Dr. H. Moh. Anwar Sumenep seperti, Pengolahan limbah RS yang peduli pada lingkungan, Kerja sama dengan beberapa perguruan tinggi, Perlindungan kesehatan bagi karyawan dan pelanggan, Peningkatan SDM karyawan, Pemberian beasiswa, Bantuan bencana kemanusiaan, Pengembangan skema perlindungan sosial berbasis masyarakat, Interaksi atau keterlibatan Rumah Sakit dengan masyarakat. Terdapat delapan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Rumah Sakit dengan demikian Rumah Sakit Dr. H. Moh. Anwar (RSUD) Sumenep sudah melakukan program *Social Responsibility* dengan baik.

2. Penelitian yang berjudul “Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai pilar menuju implementasi *Good Corporate Governance* pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surabaya” disusun oleh Ardianto tahun 2020 . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan CSR menjadi sebuah pilar menuju kepada tata kelola perusahaan yang baik dan sehat di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, dimana peneliti hanya akan memberikan penjelasan secara teori yang mendalam yang dimiliki dalam menggambarkan fenomena yang berkaitan dengan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada rumah sakit.

Jenis dan sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah lebih banyak menggunakan data sekunder, yaitu yang berupa buku- buku, jurnal-jurnal serta laporan tahunan rumah sakit, sedangkan untuk data primer hanya berpusat pada kegiatan observasi/ pengamatan pada tempat-tempat yang menjadi praktek pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surabaya sudah melaksanakan prinsip transparansi dengan baik, namun masih kurang maksimal. Ada beberapa hal yang tidak diterapkan oleh perusahaan dengan baik seperti

keterbukaan informasi mengenai laporan keuangan, dimana karyawan hanya boleh sedikit mengetahui informasi laporan keuangan dalam perusahaan dan hanya jabatan tertentu yang boleh mengetahuinya.

Prinsip *akuntabilitas* sudah dilaksanakan dengan baik, perusahaan juga sudah menerapkan rincian tugas dan tanggungjawab secara jelas kepada seluruh karyawan. Perusahaan juga menerapkan sistem *reward* dan *punishment* dengan baik, dengan memberikan sanksi berupa pemotongan poin yang dapat mempengaruhi gaji yang didapat.

Dalam *independency*, perusahaan kurang maksimal dalam mengimplementasikannya, dikarenakan masih adanya karyawan yang tidak bekerja sesuai dengan *job description*. Kemudian konflik internal yang terjadi dalam perusahaan tidak menjadi halangan dalam membuat keputusan. Dalam prinsip *fairness*, disebutkan bahwa perusahaan harus memberikan kesempatan kepada pemangku kepentingan untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan sudah menerapkannya dengan baik. Perusahaan memberikan kesempatan seluruh karyawan untuk menyampaikan pendapat dan memberi saran. Perlakuan terhadap karyawan yang melakukan kesalahan juga diperlakukan secara adil dan tidak adanya saling menjauhi satu sama lain.

3. Jurnal ketiga berjudul “Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Humas Rumah Sakit Islam Jakarta Pondok Kopi bagi Masyarakat” oleh Lisna Fitriani dan Fajar Diah Astuti tahun 2021. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kegiatan berkomunikasi yang dianggap penting dan patut untuk dipertimbangkan oleh tiap perusahaan. Rumah Sakit Islam Pondok Kopi melakukan CSR dengan tema Bakti Sosial Bencana Banjir Bekasi, dimana target sarasannya ialah beberapa wilayah yang menjadilangganan banjir di Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian observasi, wawancara dengan beberapa narasumber, studi pustaka dan dokumentasi yang didapatkan dari berbagai sumber. Sedangkan metode analisa data yang digunakan yaitu diskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini, CSR nampaknya dapat dijadikan salah satu dari sekian alternative yang patut dikembangkan untuk membagi arah tanggungjawab perusahaan terhadap berbagai persoalan mendasar, seperti penanggulangan bencana yang

diakibatkan oleh seringnya bencana alam yang terjadi di negeri ini. CSR dapat dijadikan strategi keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Rumah Sakit Islam Pondok Kopi telah melaksanakan beberapa program CSR yang merupakan bentuk kepedulian terhadap sesama. Untuk memperkokoh tanggungjawab sosial, perusahaan memang perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi masa depan, yang berarti CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya melainkan laba di masa mendatang guna meningkatkan citra instansi. Karena melalui hubungan yang baik maka timbal baliknya masyarakat juga akan menjaga eksistensi instansi dengan baik.

Perbedaan program CSR “Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar” Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul yaitu terletak pada kategori obyek yang diteliti. Program CSR PKU ini menarik karena CSR ini berangkat dari keresahan-keresahan masyarakat, dan program ini dibuat atas saran dan masukan masyarakat. Kurangnya kepedulian masyarakat pasca covid ini juga menjadi salah satu faktor program ini berjalan, selain faktor ekonomi yang kurang mendukung untuk berobat. Program ini dibuat secara menarik, yaitu langsung dilaksanakan 3 kegiatan sekaligus, yang pertama penyuluhan, pemeriksaan dan pemberian obat secara gratis yang tentunya hasil dari kegiatan ini sangat berdampak positif teradap masyarakat sekitar yang mengikutinya. Selain itu, RSUD Muhammadiyah Bantul merupakan rumah sakit swasta milik Muhammadiyah terbesar di Bantul yang merupakan rujukan bagi masyarakat khususnya masyarakat Bantul, yang berbeda dengan rumah sakit negeri lainnya. Dalam penelitian ini, berfokus pada program CSR yang dijalankan, dengan objek penelitiannya adalah masyarakat sekitar RSUD Muhammadiyah Bantul terutama masyarakat lansia. Alasan pemilihan penelitian Pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar” Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul sebagai obyek penelitian ini yaitu RSUD Muhammadiyah Bantul merupakan salah satu amal usaha Muhammadiyah bidang Kesehatan (AUMKES) yang berdiri pada tahun 1966, yang hingga tahun 2023 ini konsumen mengalami kenaikan yang cukup tinggi serta program CSR ini dibuat berangkat dari keresahan-keresahan masyarakat, sehingga program ini dibuat karena adanya saran dan masukan masyarakat. Segingga penulis ingin mengetahui bagaimana

penerapan Penerapan Program CSR yang dilakukan agar dapat menarik masyarakat untuk menggunakan layanan dan jasa di RSUD Muhammadiyah Bantul. Penelitian ini mengambil periode 2022. Alasan memilih periode ini karena pada tahun ini merupakan pasca Covid-19 dimana masyarakat sangat membutuhkan bantuan terkait dengan kesehatannya agar masyarakat dapat mengalami perubahan dari segi perilaku, ilmu pengetahuan kesehatan serta peduli terhadap diri sendiri. meningkatnya peserta program dari tahun sebelumnya, selain itu masyarakat mulai mengalami perubahan dari segi perilaku, pengetahuan terkait dengan kesehatan dan kepeduliannya terhadap diri sendiri karena sudah melihat dari kegiatan CSR ini di tahun- tahun sebelumnya, dan pada tahun ini RSUD Muhammadiyah Bantul telah memulai Kembali program club Lansia. Program Kegiatan CSR ini dilakukan oleh pihak internal yaitu manager humas dan pemasaran RSUD Muhammadiyah Bantul Bersama dokter dan nakes yang terkait.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan penjelasan pada latar belakan masalah di penelitian ini, dapat ditarik rumusan permasalahan yaitu :

“Bagaimana Pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar oleh Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul, serta apa saja faktor pendukung dan penghambat Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Penyuluhan Pemeriksaan Warga Sekitar?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang berjudul “Pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul” untuk mengetahui serta mendeskripsikan rumusan masalah yang ingin dicapai oleh peneliti seperti :

“Untuk menemukan penjelasan terkait dengan bagaimana Pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar oleh Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul, serta mengetahui

faktor pendukung dan penghambat dalam Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Penyuluhan Pemeriksaan Warga Sekitar.”

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sebuah pemahaman serta ilmu pengetahuan mengenai kajian Ilmu Komunikasi khususnya terkait dengan strategi Pengelolaan perusahaan besar dalam mengadakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai referensi pada program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan masukan atau menjadi bahan pertimbangan bagi Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul dalam menjalankan sebuah program untuk menyusun kebijakan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan dimasa yang akan datang.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan serta dapat memberikan pengetahuan terkait dengan model pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam sebuah instansi atau perusahaan.

1.5 Landasan Teori

1. Konsep dan Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang saat ini semakin populer, ada beberapa definisi yang dapat di jadikan acuan dalam pengungkapan CSR, yaitu menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan, sebagai:

“Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.” Maksud dari kutipan di atas yaitu, komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Wibisono, 2007:7).

Menurut Milton Friedman (Solihin, 2008) *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki makna yaitu menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (owners), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang atau laba sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan (Solihin, 2008:6). Menurut (Prastowo dan Huda, 2011:17) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan mekanisme alami sebuah perusahaan untuk, membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang didapatkan. Cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan terkadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja maupun yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan- keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut dengan membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut menjadi keadaan yang lebih baik.

Menurut (Wibisono, 2007:8) CSR dapat didefinisikan sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (triple bottom line). Dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Pada Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3, *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan

yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

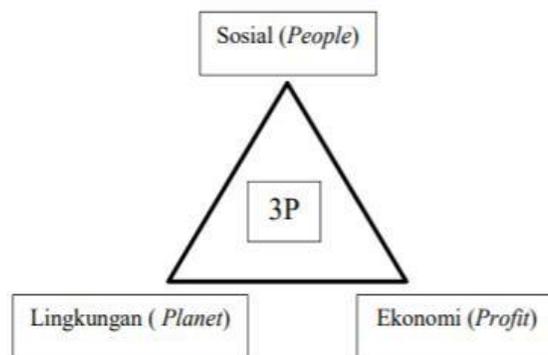
Definisi CSR menurut ISO 26000 (Prastowo dan Huda, 2011) adalah “Responsibility of organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship.” Maksud dari kutipan di atas yaitu, Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dengan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (Prastowo dan Huda, 2011:101). Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan sosial responsibility hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi mencakup 7 isu pokok seperti pengembangan masyarakat, konsumen, praktek kegiatan institusi yang sehat, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia dan *Organizational Governance* (governance organisasi) (Yogia dan Wedayanti, 2019:52-53). Menurut Kolter dan Nancy *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen sebuah perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan melalui praktik bisnis yang baik serta memberikan sebagian kontribusi sebagai sumber daya perusahaan.

Seperti penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan, dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara aspek ekonomi dan aspek sosial. Dalam hal ini, perusahaan melihat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan merupakan program pemaksaan, melainkan berupa bentuk rasa kepedulian terhadap

masyarakat, yaitu dengan cara membantu melepaskan beberapa pihak dari berbagai kesulitan yang dialami.

Dari beberapa definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR), memiliki suatu kesamaan, yaitu tanggung jawab sosial (CSR) tidak bisa lepas dari kepentingan stakeholder serta stakeholder perusahaan. Stakeholder merupakan pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat, lingkungan dan negara. Menurut John Elkington pada tahun 1997, perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan “3P” atau biasa disebut triple bottom line, yaitu *Profit*, *People* dan *Planet* (3P). Dalam buku miliknya "*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Elkington memberikan sudut pandang mengenai dasar "3P". Dalam perusahaan, selain memperoleh keuntungan (*profit*), perusahaan juga memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta ikut memberikan bantuan dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Dalam konsep ini perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam aspek ekonomi dalam kondisi keuangan saja (*single bottom line*) melainkan harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Tujuan CSR disini dapat diartikan sebagai pengorbanan perusahaan besar terhadap sosial yang bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan, menyejahterakan perusahaan, menyejahterakan karyawan dan masyarakat sekaligus meningkatkan kualitas lingkungan (Elington dalam Wibisono 2007).

Gambar 1.1 Konsep Triple Bottom



Sumber : Hadi, 2011:57

People, merupakan kumpulan masyarakat atau kelompok (*community*) sebagai pemangku kepentingan penting pada perusahaan. Kelompok masyarakat memiliki hubungan timbal balik yang kuat untuk menciptakan nilai-nilai yang baik bagi perusahaan. Perusahaan tidak akan mampu menjalankan programnya secara bertahan tanpa adanya dukungan dari masyarakat dan menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan. Mereka merupakan pihak yang sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan maksudnya perusahaan harus saling berkomitmen penuh dan melakukan berbagai kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hal tersebut menjadi letak terpenting dari cara mendekatkan diri dengan masyarakat lewat strategi *social responsibility* (tanggung jawab sosial) tanpa adanya pemaksaan dan tekanan.

Profit merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan. Agar mendapatkan keuntungan sebanyak banyaknya baik secara langsung ataupun tidak langsung, sebuah perusahaan yang bertahan harus terus beroperasi serta mengembangkan *profit*, karena mencari keuntungan merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, dan setiap perusahaan harus berorientasi untuk mencari keuntungan (*profit*). Tetapi, perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja melainkan harus bisa memberi kemajuan ekonomi bagi para stakeholdernya dan apa tindakan yang sudah dilakukan perusahaan untuk memperkuat ketahanan ekonomi di dalam masyarakat.

Planet, pada dasarnya unsur yang sangat harus diperhatikan namun sering terlupakan. Karena *planet* (lingkungan) merupakan tempat dimana perusahaan berdiri. Lingkungan sangat berkaitan dengan kehidupan manusia. apabila manusia menghargai lingkungan, maka lingkungan akan memberikan manfaat untuk manusia. Namun jika manusia yang tidak peduli kepada lingkungan, maka manusia tidak akan memperoleh keuntungan dari lingkungan. Padahal dengan melestarikan dan merawat lingkungan, manusia akan memperoleh keuntungan yang lebih banyak, terutama dalam segi kesehatan, kenyamanan, dan sumber daya alam.

Pada penerapan *Triple Bottom Line* bawasannya perusahaan memiliki maksud, tidak hanya berfokus untuk meningkatkan keuntungan saja, melainkan harus meninjau aspek sosial (*people*) dan aspek lingkungan (*planet*) sehingga akan bersifat sustain (mempertahankan). Dalam praktik bisnisnya perusahaan harus mampu mencampurkan antara keuntungan ekonomi dengan keuntungan sosial. Dalam persepektif ekonomis, perusahaan berusaha mendapatkan keuntungan sebagai bagian dari bisnis. Sementara itu secara sosial, perusahaan juga harus memberikan dampak yang menguntungkan kepada masyarakat agar berdirinya perusahaan dapat diakui secara sosial.

Menurut Crowther David dalam (Nurjanah, 2021: 22) mengungkapkan bahwa ada 3 prinsip dasar kegiatan CSR yakni :

1) *Sustainability* (Keberlanjutan)

Prinsip ini mengacu pada tindakan perusahaan melakukan aktivitas yang berdampak, serta berpengaruh pada tindakan yang dapat kita ambil di masa depan. Jika sumber daya yang kita gunakan saat ini tidak lagi tersedia, kita dapat memperkirakan jumlahnya akan terbatas di masa depan. Oleh karena itu, pada titik tertentu, diperlukan sumber daya alternatif untuk menjalankan fungsi sumber daya yang ada saat ini. Hal ini memiliki dampak positif pada organisasi yang mampu mengendalikan biaya dengan menggunakan sumber daya dan material yang mereka sediakan sendiri, dibandingkan mengambilnya dari luar. Dengan kata lain, memiliki tujuan terbesar yaitu beroperasi secara berkelanjutan di masa depan serta mempertimbangkan kemampuan generasi di masa depan.

2) *Accountability* (Pertanggung Jawaban)

Dalam prinsip ini merupakan upaya kegiatan yang secara langsung atau tidak langsung untuk mempengaruhi lingkungan eksternal sebagai pertanggungjawaban atas tindakan yang diambil. Konsep ini digunakan untuk mengukur kemungkinan konsekuensi dari tindakan yang diambil secara internal dan eksternal. Sehingga, dapat diartikan sebagai media bagi perusahaan untuk

membangun citra terhadap pemangku kepentingan serta menjelaskan bagaimana kegiatan yang dilakukan berhubungan dengan mereka.

3) *Transparancy* (keterbukaan)

Prinsip ini merupakan prinsip penting yaitu dalam bentuk melaporkan secara jelas sebuah dampak eksternal tanpa menyembunyikannya. Transparansi adalah prinsip yang terkait dengan dua prinsip CSR proses pengakuan tanggung jawab atas dampak yang mungkin ditimbulkan oleh pihak eksternal (*stakeholder*), atau proses pendelegasian wewenang kepada pemangku kepentingan atau pemangku kepentingan. Karena organisasi mempraktikkan prinsip keterbukaan dalam seluruh aktivitas efektifnya, pemangku kepentingan dapat secara sadar menjalankan fungsi pengawasannya.

Terdapat prinsip-prinsip dasar sebagai pembuatan kebijakan serta pelaksanaan kegiatan CSR. Menurut ISO 26000 prinsip-prinsip tersebut yaitu:

- 1) Kepatuhan terhadap Hukum
- 2) Menghormati badan-badan/instrument Internasional
- 3) Menghormati stakeholders beserta kepentingannya
- 4) Akuntabilitas (pertanggungjawaban)
- 5) Transparansi (Transparan)
- 6) Perilaku yang beretika
- 7) Melakukan tindakan pencegahan
- 8) Mengormati dasar-dasar dan hak asasi manusia.(Nurjanah, 2021: 23)

2. Jenis-jenis program CSR

Pemilihan program kegiatan CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan tergantung kepada tujuan pelaksanaan CSR yang ingin dicapai oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Lee dalam Roza (2014 : 410-414) menyebutkan ada enam kategori program CSR. Adapun keenam jenis program CSR tersebut, sebagai berikut :

1) *Cause Promotion*

Dalam program ini, perusahaan menyumbangkan dana atau sumber daya yang dimilikinya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai masalah sosial atau untuk mendukung upaya penggalangan dana, keterlibatan masyarakat, atau merekrut sukarelawan untuk kegiatan tertentu.

2) *Cause Related Marketing (CRM)*

Dalam program ini, perusahaan berkomitmen untuk mendonasikan sebagian keuntungannya untuk kegiatan sosial berdasarkan tingkat penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan pada penjualan produk tertentu dalam jangka waktu tertentu dan dalam kegiatan tertentu.

3) *Corporate Social Marketing (SCM)*

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye perubahan perilaku masyarakat untuk meningkatkan kesehatan dan keselamatan masyarakat, melindungi lingkungan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye SCM fokus pada peningkatan perubahan perilaku terkait masalah kesehatan, pencegahan kecelakaan, lingkungan hidup, dan partisipasi masyarakat

4) *Corporate Philanthropy*

Perusahaan memberikan sumbangan amal langsung kepada kelompok tertentu di masyarakat. Sumbangan ini biasanya dalam bentuk uang tunai, paket bantuan, atau layanan gratis. *Corporate philanthropy* perusahaan biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perusahaan.

5) *Community Volunteering*

Perusahaan mendukung kesukarelaan Komunitas serta mendorong karyawan dan rekan pedagang untuk menyumbangkan waktu mereka guna mendukung organisasi komunitas lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6) *Social Responsible Business Practice*

Perusahaan melakukan aktivitas bisnis yang bertanggung Jawab Sosial Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan melindungi lingkungan, kami melakukan kegiatan bisnis yang melampaui apa yang diwajibkan oleh hukum dan melakukan investasi yang mendukung kegiatan sosial masyarakat.

3. Manfaat dan Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggungjawab sosial (CSR) sangat penting untuk dilaksanakan, sebuah perusahaan memiliki tujuan dan target yang ingin dicapai, yang berada pada lingkungan masyarakat yang lebih besar (*community*). Perusahaan sangatlah membutuhkan apresiasi serta interaksi masyarakat dalam setiap aktivitasnya. Dengan demikian perusahaan merupakan subsistem dari sistem siklus hidup bermasyarakat sehingga membutuhkan keteraturan pola interaksi dengan subsistem yang lain (Nor Hadi 2011: 31) (dalam Feliyana Priyanka, 2013).

Menurut Erwansyah dalam budi (2011), Sebagai peningkatan tanggungjawab sosial (CSR) tentu memiliki tujuan dan manfaat yang akan diterima bagi perusahaan, seperti:

- a) Mempertahankan citra serta reputasi perusahaan.
- b) Mengurangi risiko bisnis perusahaan.
- c) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- d) Meminimalisir (pengurangan) biaya.
- e) Memperbaiki hubungan dengan stakeholder.
- f) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- g) Peluang mendapatkan penghargaan.

Adanya tujuan dan manfaat yang akan diterima perusahaan, maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai tujuan dan manfaat sebagai berikut:

1. Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tujuan CSR tidak dapat dijelaskan terpisah dari makna CSR sebagai perwujudan kepedulian terhadap masyarakat. Wujud nyata yang dilakukan antara lain meningkatkan kesejahteraan masyarakat baik secara internal (di lingkungan perusahaan) maupun secara eksternal (pada tataran masyarakat). Tujuan tanggungjawab sosial (CSR) berfokus kepada aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk tujuan sosial yang positif, tanpa memandang untung atau rugi.

Memahami hal ini, Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya mempunyai kinerja ekonomis, tetapi juga kinerja sosial. Perusahaan sebagai badan usaha yang memperoleh keuntungan dari masyarakat harus memperhatikan hubungan baik dengan masyarakat di sekitarnya, dan masyarakat umum lainnya.

2. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial di dalam lingkungan masyarakat mendorong perusahaan untuk lebih cepat dalam mengambil keputusan dalam hal tanggung jawab sosial. Pandangan ini memiliki alasan, karena pada dasarnya tanggung jawab sosial akan memberikan manfaat dalam jangka panjang bagi pihak yang terlibat dalam hal ini perusahaan, masyarakat, dan pemerintah, seperti :

- a) Manfaat adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi Perusahaan yaitu untuk membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat dan pemerintah sehingga perusahaan dapat menunjukkan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan secara optimal.
- b) Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi masyarakat yaitu kepentingan masyarakat dapat terpenuhi oleh perusahaan. Selain itu, manfaat lain dengan mempererat hubungan masyarakat dengan perusahaan.
- c) Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi Pemerintah yaitu memiliki rekan dalam melakukan misi sosial dan misi pemerintah dalam hal tanggung jawab sosial yang di masa depannya pemerintah mempunyai peran ikut serta dalam mengakomodasi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan, terutama kebutuhan wajib dan kebutuhan tambahan.

Memahami hal-hal di atas, manfaat yang akan dirasakan oleh perusahaan dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki manfaat dalam waktu yang panjang. Apabila perusahaan melakukan semua program CSR dengan baik maka akan menjadi investasi dan strategi bisnis suatu perusahaan.

4. Penerapan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kegiatan utama bagi perusahaan yang ingin mengembangkan dan mengkomunikasikan mengenai strategi tanggung jawab sosial perusahaan. Jika suatu perusahaan tidak memasukkan unsur komunikasi yang jelas, maka strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan lemah. Maka dari itu, sebuah perusahaan perlu menjalin komunikasi dua arah dalam lingkungan perusahaan secara (internal) maupun dengan masyarakat (eksternal).

Menurut Wibisono (2007) Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terbagi menjadi tiga Langkah, yaitu :

a. Perencanaan

Langkah pertama yang harus dilakukan oleh seorang Publik Relations (PR) atau pihak yang menjalankan fungsi PR dalam sebuah perusahaan dalam rangka mensosialisasikan atau mengkomunikasikan sebuah program adalah melakukan perencanaan dengan menentukan sasaran. Sasaran dalam hal ini, masyarakat yang memanfaatkan program Investasi sosial, dengan cara mengidentifikasi pihak-pihak mana saja yang menjadi target sasaran dari program tersebut atau yang memiliki hubungan dan kepentingan dengan program tersebut. Keriteria masyarakat yang berhak menerima yaitu berawal dari lokasi yang menjadi acuan dan seberapa butuhnya dari masyarakat tersebut. Lokasi yang di sasar diharapkan yang dekat dengan lokasi perusahaan. Teknik penentuan dari penetapan diantara pemanfaat agar sesuai dengan tujuan dan tepat sasaran.

b. Pelaksanaan

Tahap ini dikatakan sebagai tahap sosialisasi atau komunikasi serta pelaksanaan dan penyampaian program Sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan. Dalam proses pelaksanaan kegiatan CSR dilaksanakan, maka yang bertanggung jawab secara penuh yaitu pihak bersangkutan pada awal perencanaan program tersebut dibuat, seperti Publik Relations (PR) atau pihak yang menjalankan fungsi PR dalam sebuah perusahaan.

c. Evaluasi

Tahapan ini merupakan tahapan akhir dari proses program CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam tahap ini diharapkan dapat menghasilkan hasil, penilaian serta mengetahui efek dari penyampaian pesan (aktivitas sosial) yang telah dilakukan dengan tepat. (Hasibuan dan Sedoyono, 2006:73).

Dalam melaksanakan program CSR, ada empat model atau pola tanggung jawab sosial yang diterapkan pada perusahaan di Indonesia, seperti :

a. Keterlibatan Langsung

Dalam menjalankan program, perusahaan menjalankan program tersebut secara langsung atau dengan cara menyelenggarakan kegiatan sosial serta menyerahkan sumbangan kepada masyarakat sendiri tanpa perantara. Dalam menjalankan program ini biasanya perusahaan menugaskan salah satu pejabat seniornya sebagai tugas *public relations*.

b. Melalui organisasi sosial perusahaan atau Yayasan

Perusahaan membentuk organisasi atau yayasan sendiri dibawah perusahaannya. Dalam hal ini merupakan model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Perusahaan biasanya menyediakan dana awa, dana rutin, ataupun dana abadi yang dapat digunakan secara teratur dalam setiap kegiatan organisasi atau Yayasan.

c. Bekerjasama dengan pihak lain

Perusahaan menyelenggarakan tanggung jawab social melalui kerja sama dengan pihak lain seperti Lembaga social atau organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas ataupun media masa baik dalam pengelolaan dana ataupun dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan sosialnya.

d. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Perusahaan ikut mendirikan, menjadi anggota serta mendukung Lembaga social yang didirikan untuk tujuan tertentu. Dalam hal ini lebih cenderung kepada pemberian hibah perusahaan seperti hibah pembangunan.

Dari keempat model di atas, model yang lebih sering dijalankan selama tahun 2001 adalah model ketiga yakni perusahaan bekerjasama dengan pihak lain (organisasi sosial).

5. Langkah menetapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Kesehatan yang Berkelanjutan

Menetapkan program CSR yang berkelanjutan bagi perusahaan pada bidang Kesehatan merupakan pergerakan yang baik untuk memajukan masyarakat dan lingkungan. Berikut merupakan beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk mengembangkan program CSR yang baik dan berkelanjutan yaitu:

a. Identifikasi Kebutuhan

Langkah pertama yaitu lakukan riset untuk mengidentifikasi masalah kesehatan yang dihadapi masyarakat di sekitar perusahaan serta focus pada masalah kesehatan yang penting dan berdampak besar pada masyarakat sekitar.

b. Hubungkan dengan Misi Perusahaan

Memastikan program CSR yang akan dilakukan selaras dengan misi dan nilai-nilai perusahaan. Hal ini akan membantu untuk mendapatkan dukungan internal.

c. Kemitraan Strategis

Menciptakan kemitraan yang strategis dengan organisasi kesehatan setempat. Dengan ini akan memperluas jangkauan program CSR dan memastikan pendekatan yang tepat sasaran dan efektif.

d. Membuat Program Kesehatan Preventif dan Promotif

Sustainability (keberlanjutan) dalam program di bidang kesehatan dapat mencakup promosi gaya hidup sehat dan pencegahan penyakit untuk mengurangi kebutuhan akan intervensi medis di masa depan. Ketika jumlah orang yang sakit sedikit, maka limbah yang diproduksi pada layanan Kesehatan berkurang sehingga dalam jangka Panjang akan berdampak pada keberlanjutan lingkungan.

e. Monitoring dan evaluasi

Menentukan indikator yang dapat digunakan untuk memonitoring dan mengevaluasi dampak dari dilakukannya program CSR. Dengan adanya monitoring dan evaluasi rutin akan membantu perusahaan dalam melihat

keberhasilan program serta dapat mengidentifikasi peluang untuk perbaikan di program-program selanjutnya.

f. **Transparansi dan pelaporan**

Menyiapkan laporan yang mencakup tujuan, kegiatan serta dampak program CSR kepada stakeholder setempat. Dengan adanya laporan ini akan menciptakan kepercayaan serta pemangku kepentingan dapat melihat seberapa kontribusi perusahaan dalam meningkatkan kesehatan masyarakat.

6. Faktor Pendukung dan penghambat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Keberhasilan di dalam sebuah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam suatu perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam proses pelaksanaannya. Dengan adanya faktor-faktor yang diketahui maka perusahaan dapat meminimalisir adanya kesalahan. Berikut ini merupakan faktor-faktor pendukung keberhasilan dari pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di perusahaan, seperti:

a. **Ketersediaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Dalam menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan harus menyiapkan dana yang tidak sedikit sesuai dengan kebutuhan program. Sumber dana yang didapatkan perusahaan biasanya berasal dari laba atau biasanya perusahaan memiliki anggaran tersendiri untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini.

b. **Koordinasi serta komunikasi yang baik**

Adanya keikutsertaan serta dukungan yang baik sangat diperlukan oleh perusahaan untuk melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sudah dirancang sebelumnya. Dukungan ini biasanya di dapatkan dari masyarakat sekitar perusahaan sekaligus sebagai pihak eksternal. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Frynas (2009) bahwa setiap perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk memenuhi peraturan pemerintah, mendapatkan citra yang positif, mendapatkan *licence to operate* dari masyarakat serta merupakan bagian dari *risk management* dalam menghindari konflik perusahaan.

c. Proses administrasi yang mudah dan singkat

Dalam menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan harus memberikan kemudahan serta bantuan kepada penerima bantuan dan tanpa adanya persyaratan administrasi yang berbelit-belit. Agar masyarakat yang menerima bantuan ini juga tidak merasa kesulitan untuk mendapatkan bantuan.

d. Agenda monitoring dan evaluasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) setiap tahun

Tahapan evaluasi dalam program CSR harus dilakukan secara rutin dan berkala. Seperti dilakukan pada akhir tahun atau satu tahun sekali pada setiap akhir program. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas dan efisiensi dari penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sudah berjalan. Berdasarkan hasil evaluasi, akan terlihat apa yang harus diubah ataupun diganti agar penerapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) selanjutnya bisa lebih maksimal dari sebelumnya. Kegiatan evaluasi ini juga dilakukan untuk mengetahui keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.

Di atas terdapat faktor-faktor yang menjadi pendukung program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berikut ini merupakan faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) :

a. Peraturan dari kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum terbentuk.

Kebijakan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) badan usaha berdasarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 4 Tahun 2007, Undang-undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009. Peraturan, atau peraturan turunan dari undang-undang tersebut di atas, dapat dengan aman mengikat dunia usaha dalam bentuk peraturan pelaksanaan. Di Indonesia sendiri, peraturan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mewajibkan perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam untuk menyumbangkan 2-4% keuntungannya kepada pemerintah. Namun peraturan ini

perlu dikaji ulang dan ditegaskan karena masih terdapat persepsi yang campur aduk dan tidak adanya definisi yang jelas.

- b. Konsep pelaksanaan perusahaan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum mengarah kepada masyarakat.

Indonesia merupakan salah satu negara yang berkomitmen untuk mengintegrasikan MDGs (*Millenium Development Goals*) ke dalam menjalankan program pembangunan nasionalnya untuk mencari solusi terhadap permasalahan yang sangat mendasar seperti kemiskinan, pendidikan, kesehatan, kesetaraan gender, dan kelestarian lingkungan dan kemitraan global. Untuk mencapai tujuan yang dicita-citakan tersebut, pemerintah perlu sinergi yang baik dengan pemangku kepentingan, termasuk dunia usaha. Perusahaan berupaya untuk memaksimalkan perannya dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam bentuk pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

- c. Pemetaan masalah sosial belum terlaksana dengan baik

Pemetaan masalah sosial merupakan suatu metode yang dilakukan untuk menemukan dan menyelidiki situasi sosial tertentu dalam suatu komunitas atau masyarakat. Dalam masyarakat sendiri banyak bermunculan fenomena, persepsi dan fakta mengenai berbagai hal menarik yang dapat diamati, namun sekaligus memerlukan analisis dan penjelasan. Mengatasi masalah sosial yang teridentifikasi memerlukan pemahaman komprehensif tentang masalah tersebut agar dapat mengembangkan solusi yang tepat dan bermakna. Demikian pula pada tahap perencanaan program tanggung jawab sosial perusahaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), perlu diadakan pemetaan masalah sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

- d. Belum adanya transparansi mengenai penggunaan anggaran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pembangunan pada suatu daerah tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah saja, melainkan juga memerlukan peran perusahaan melalui dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dialokasikan untuk kebutuhan masyarakat sekitar. Pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) harus transparan dan terbuka bagi masyarakat lokal dan pemerintah. Masyarakat mengetahui anggaran tanggung jawab sosial perusahaan CSR pada suatu perusahaan, di mana perusahaan mengalokasikan dana tersebut, dan apakah dana tersebut terutama bermanfaat bagi masyarakat sekitar atau tidak. Sehingga masyarakat dapat mengetahui apakah dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) dialokasikan secara tepat atau tidak.

7. Keuntungan Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi Perusahaan

Keuntungan ketika melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diterima oleh perusahaan tidak terbatas pada keuntungan finansial saja, namun dapat lebih dari itu, manfaat sosial juga didapat oleh perusahaan. Menurut Wibisono (2007: 78-81) keuntungan yang diperoleh perusahaan pada saat melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), bagi perusahaan yaitu:

1. Mendapatkan penghargaan

Perusahaan pada saat melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik dan dapat dikatakan berhasil, maka perusahaan akan memiliki peluang untuk mendapatkan penghargaan yang cukup tinggi karena akan banyak tawaran berupa reward (penghargaan) yang ditawarkan.

2. Memperbaiki hubungan dengan *Regulator*

Perusahaan yang melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada umumnya dapat meringankan beban pemerintah sebagai regulator dalam hal mensejahterahkan masyarakat dan melestarikan lingkungan karena ini sebenarnya merupakan tanggung jawab dari pemerintah.

3. Meningkatkan reputasi dan *Image* perusahaan

Kegiatan serta kontribusi positif yang dilakukan perusahaan pasti akan menaikkan reputasi serta membangun *image* positif perusahaan, sehingga program tersebut dapat berlanjut. Maka perusahaan harus bersikap hati-hati dalam melaksanakan setiap programnya jika program tersebut gagal maka akan mempengaruhi reputasi perusahaan dan dapat dikatakan tidak berhasil.

4. Menyebarkan akses menuju pasar

Investasi serta biaya yang dikeluarkan untuk berjalannya sebuah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi peluang besar bagi perusahaan untuk menuju peluang pasar yang luas.

5. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders (masyarakat)

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pasti akan menambah frekuensi komunikasi dengan stakeholder, yang mendukung terbentuknya kepercayaan kepada perusahaan.

1.1 Metode Penelitian

a. Jenis penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Menurut Purba et al., (2021) Penelitian deskriptif adalah pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang status terakhir subjek penelitian, yang merupakan metode penelitian

faktual tentang status sekelompok orang, suatu objek, suatu keadaan, sistem pemikiran atau peristiwa dalam saat ini dengan interpretasi yang benar. Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif karena ingin meneliti bagaimana penerapan Pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) penyuluhan dan pemeriksaan warga sekitar yang ada di RS PKU Muhammadiyah Bantul, yang sebaiknya menggunakan jenis penelitian deskriptif agar mendapatkan hasil serta mendapatkan penggambaran strategi yang digunakan dengan jelas dan terperinci.

Menurut Merriam, (2009: 14-17) ada beberapa karakteristik dalam penelitian kualitatif, seperti:

- a) Fokus pada pemahaman makna (*meaning*) dan pemahaman (*understanding*).
- b) Peneliti merupakan instrumen utama pengumpul data.
- c) Menggunakan analisis proses induktif dalam analisis data, dimulai dari fakta kemudian dilanjutkan oleh teori.
- d) Hasil penelitian disajikan dengan deskripsi yang beragam, dalam bentuk kata- uraian dan disertai gambar.
- e) Desain dalam penelitian bersifat *flexible* (tidak wajib), serta memahami adanya perubahan situasi dari penelitian yang sedang berjalan
- f) Pemilihan subjek bersifat nonrandom (purposif), dan jumlah subjek biasanya sedikit
- g) Peneliti menggunakan waktu yang cukup banyak untuk terjun langsung dalam kegiatan penelitian itu bersama subjeknya dalam keadaan yang sebenarnya.

Dalam metode penelitian ini merupakan studi kasus. Menurut Bimo Walgito (2010), metode studi kasus adalah metode yang bertujuan untuk mempelajari dan menyelidiki suatu kejadian atau fenomena mengenai individu, seperti riwayat hidup seseorang yang menjadi objek penelitian. Menurut Yin (2000:1) Studi kasus merupakan salah satu metode penelitian mengenai ilmu sosial yang lebih tepat digunakan untuk menjawab pokok pertanyaan suatu penelitian “mengapa” dan “bagaimana”, terlebih lagi apabila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk

melihat peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki dan apabila penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam praktik kehidupan nyata.

Dalam studi kasus ini, peneliti telah mengumpulkan data mengenai subjek dari keadaan masa sebelumnya, masa sekarang dan lingkungan sekitarnya. Sehingga penelitian dengan menggunakan studi kasus ini, dapat memperoleh hasil mengenai Pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) penyuluhan dan pemeriksaan warga sekitar yang ada di RS PKU Muhammadiyah Bantul secara mendalam.

b. Objek Penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar” Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul. Fokus dari program Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar dengan memberikan bantuan kepada masyarakat khususnya masyarakat lansia yang kurang mampu dalam segi ilmu pengetahuan kesehatan, pengecekan kesehatan ataupun pembiayaan kesehatan yang akan diberikan secara gratis, penyuluhan kesehatan dan pemberian obat gratis di Pendopo Gedriyan sekitar RSU PKU Muhammadiyah Bantul.

c. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Housepitarium RSU PKU Muhammadiyah Bantul, Jl. Jend. Sudirman No.124, Nyangkringan, Bantul, Kec. Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55711.

1.6 Jenis Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Merupakan data yang didapatkan secara langsung melalui tanya jawab langsung, hasil laporan dan dokumentasi kegiatan yang didapatkan. Data bersumber dari Wahyu Priyono (Manager Humas dan Pemasaran RSU PKU Muhammadiyah Bantul) Bakti Endarto (Manager Humas dan Pemasaran RSU

PKU Muhammadiyah Bantul), dr. Nunung (Penanggungjawab Program CSR), serta Pasien (penerima program CSR) tentang bagaimana tahapan mengenai Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar” Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul.

b. Data Sekunder

Data didapatkan yang berasal dari berbagai sumber sehingga bersifat nyata, serta data sekunder dalam penelitian ini berkenaan untuk diberikan yang berkaitan dengan bagaimana tahapan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar” Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul.

1.7 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi

1. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono 2016:194)

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur yang akan dilakukan oleh narasumber. Tujuan dari penggunaan wawancara semiterstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, pihak yang diwawancarai dapat diminta untuk mengemukakan pendapat dan ide nya (Esterberg dalam Sugiyono, 2015:73). Teknik wawancara ini digunakan dengan tujuan supaya peneliti memperoleh jawaban yang sesuai dengan apa yang diinginkan, apabila jawaban kurang sesuai dengan apa yang diinginkan peneliti maka peneliti dapat menanyakan kembali hingga benar-benar jelas kepada narasumber.

Penelitian ini melibatkan beberapa pihak dari RSUD Muhammadiyah Bantul sebagai informan. Informan yang akan dijadikan sebagai sumber informasi peneliti diantaranya :

- a) Manager Humas dan Pemasaran RSUD Muhammadiyah Bantul, dalam hal ini sebagai humas dan pemasaran merupakan bagian yang bertugas untuk membuat serta merancang strategi-strategi agar RSUD Muhammadiyah Bantul mampu menarik masyarakat. Sebagai divisi yang berperan aktif dalam melakukan pemasaran, maka Manager Humas dan Pemasaran merupakan divisi yang mampu mengetahui secara detail strategi yang akan dibuat.
- b) Konsumen, dalam hal ini konsumen di dalam rumah sakit disebut dengan pasien. Pasien merupakan bagian yang merasakan keberadaan RSUD Muhammadiyah Bantul. Munculnya minat pasien yang berobat di RSUD Muhammadiyah Bantul bermula dari citra positif dari RSUD Muhammadiyah Bantul, maka diperlukan tanggapan pasien terkait dengan program CSR yang dilaksanakan oleh RSUD Muhammadiyah Bantul.

Dari kedua informan di atas, nomor satu merupakan pihak internal dari RSUD Muhammadiyah Bantul. Pihak tersebut merupakan pihak yang mengetahui secara rinci dan detail mengenai sejarah serta perkembangan RSUD Muhammadiyah Bantul sejak awal berdiri hingga saat ini, sehingga seluruh strategi yang dilakukan mengenai pengelolaan program CSR yang dilakukan diketahui secara jelas sehingga data yang diperoleh untuk penelitian ini menjadi valid. Sedangkan nomor dua yaitu pasien yang merupakan konsumen pihak eksternal, yang memiliki data yang juga diperlukan untuk mengetahui tingkat keefektifan program CSR yang telah dilakukan oleh RSUD Muhammadiyah Bantul. Kriteria informan yang ditentukan telah mencakup keterlibatan langsung dalam program, pengalaman dalam pelaksanaan, pemahaman yang mendalam tentang fokus penelitian, sehingga memiliki peran penting dalam penelitian ini.

Pemilihan informan, berdasarkan kepada kriteria-kriteria yang dapat memahami mengenai permasalahan yang tengah diteliti, yang mencakup karakteristik seperti:

1. Berada di daerah yang sedang diteliti
2. Mengetahui topik permasalahan dibuat
3. Dapat melakukan argumentasi dengan baik dan tepat
4. Merasakan dampak dari kejadian permasalahan
5. Terlibat langsung dalam permasalahan atau fenomena yang terjadi

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Karena peneliti adalah alat penelitian yang paling utama dan wawancara digunakan sebagai unsur pendukung dalam penelitian.

”Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan” (Herdiansyah, 2010:143).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi dokumentasi sebagai salah satu sumber pengumpulan data. Peneliti membutuhkan data seperti buku catatan, tape recorder, dan dokumentasi foto sehingga data dapat diolah dengan baik serta data yang diperoleh data yang semakin kuat dan terpercaya terkait pengelolaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar” Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Bantul.

1.8 Teknik analisis data

Teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Menurut John Tukey Teknik analisis data yaitu Teknik dalam menganalisis data. Prosedur ini mencakup Teknik menafsirkan data yang sudah dianalisa. Selain itu juga mencakup cara merencanakan teknik pengumpulan data penelitian sehingga

analisis dapat menjadi lebih cepat sekaligus dapat lebih akurat kemudian dapat diterapkan untuk proses analisis data apapun. Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan analisis data sebagai berikut :

- 1) Tahapan pertama, melakukan reduksi data. Pada tahapan ini peneliti melakukan proses seleksi atau mengategorikan data-data yang didapatkan seperti berita online, Instagram RSUD Muhammadiyah Bantul serta catatan terkait dengan RSUD Muhammadiyah Bantul agar lebih ringkas dan mudah dipahami. Hal ini bertujuan untuk mempertegas, memperingkas serta membuat data lebih fokus untuk ditarik kesimpulannya.
- 2) Tahapan kedua, peneliti menyusun kedalam bentuk narasi, sehingga data yang telah disusun dapat berbentuk serangkaian informasi yang sesuai dengan penelitian terkait dengan program RSUD Muhammadiyah Bantul.
- 3) Tahapan ketiga, peneliti melakukan pengolahan data melalui informasi yang telah didapatkan dari informan tentang masalah yang telah diteliti.
- 4) Tahapan keempat, peneliti melakukan pengambilan serta menarik kesimpulan sehingga dapat memberikan jawaban atas permasalahan-permasalahan didalam penelitian.
- 5) Tahapan kelima, peneliti melakukan verifikasi hasil Analisa data melalui dokumentasi yang telah diperoleh serta data wawancara secara langsung dan mendalam dengan Manager humas dan pemasaran RSUD Muhammadiyah Bantul.

1.9 Uji Validitas data

Validitas data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2016: 127), triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Teknik triangulasi melibatkan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Membandingkan data dengan mengecek informasi yang diperoleh melalui wawancara pada waktu dan orang yang berbeda, dengan membandingkan melalui hasil wawancara.

b. Membandingkan berbagai sudut pandang yang berbeda dengan beberapa orang yang berbeda, termasuk masyarakat umum, individu yang memiliki tingkat pendidikan menengah atau tinggi, dan individu yang berada dalam kelompok sosial yang berbeda.

c. Membandingkan hasil wawancara dengan hasil dokumentasi yang berkaitan.

Data yang telah dianalisis oleh peneliti menghasilkan suatu kesimpulan, selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan sumber data. Dalam penelitian ini, sumber yang akan diwawancarai serta diobservasi yaitu Manager Humas & Pemasaran serta konsumen (pasien) dari RSUD Muhammadiyah Bantul. Sedangkan dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari data lain yang berkaitan dengan penelitian pada berita online, Instagram RSUD Muhammadiyah Bantul, catatan serta hasil pengambilan gambar mengenai Pengelolaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Penyuluhan dan Pemeriksaan Warga Sekitar” Rumah Sakit Umum RSUD Muhammadiyah Bantul.

1.10 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 4 (empat) bab yang merupakan rangkaian antara bab satu dengan bab yang lain. Adapun penulisan sistematika ini diantaranya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini berisi mengenai alasan pengambilan judul penelitian ini, informasi yang terdapat dalam bab ini yaitu penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian, tinjauan Pustaka, landasan teori, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Bab dua menjelaskan mengenai gambaran umum dari obyek yang telah diteliti, diantaranya seperti profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, fasilitas, *job description*, dan lain sebagainya.

BAB III : SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab tiga ini menjelaskan secara garis besar isi dari hasil penelitian dan pembahasan yang mengulas mengenai analisis data penelitian, dan interpretasi hasil analisis data penelitian.

BAB IV : PENUTUP

Bab terakhir dari penelitian ini akan menguraikan kesimpulan dari interpretasi hasil analisis data penelitian dengan disertai saran-saran yang dirasa perlu untuk diberikan kepada pengelola program *Corporate Social Responsibility* (CSR) RSUD PKU Muhammadiyah Bantul.

