

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Peran *Stakeholder Engagement* Pada Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Kasus Mayangkara Group) ini ditulis oleh Tegar Yoga Susena, NIM.126405201080, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam dengan pembimbing Ibu Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Konteks penelitian ini didasari oleh pentingnya pelaksanaan program CSR dalam sebuah perusahaan beserta peran dari *stakeholder*-nya. Hal ini karena dalam sebuah perusahaan penerapan program CSR merupakan bentuk kepedulian terhadap internal perusahaan maupun lingkungan sekitar. Dalam prosesnya memerlukan campur tangan para pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Penerapan CSR pada sebuah perusahaan juga menentukan citra atau nilai perusahaan di mata masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan peran *Stakeholder Engagement* pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Mayangkara Group, (2) mendeskripsikan dampak dari peran *Stakeholder Engagement* pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra Mayangkara Group, (3) mendeskripsikan proses penetapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukann oleh Mayangkara Group, (4) mendeskripsikan upaya membangun citra perusahaan yang dilakukan oleh Mayangkara Group.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi lapangan. Dengan pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data berasal dari wakil direktur SDM, staff HRD, dan para karyawan.

Kesimpulan dari peneltian ini adalah (1) Mayangkara Group dalam menetapkan program CSR melibatkan semua *stakeholder* yang ada yakni Direksi, HRD dan HIC, (2) program bantuan langsung tunai ataupun dalam bentuk sembako kualifikasi tersebut meliputi lansia yang hidup dibawah garis kemiskinan dan tidak ada yang mengurus, anak yatim/piatu yang berusia dibawah 18 tahun, Serta kaum fakir miskin yang tidak berpenghasilan atau berpenghasilan rendah, (3) 8 program CSR M ayangkara Group meliputi : 1) Pelayanan mobil jenazah dan ambulance gratis berjumlah 2 unit, 2) Bantuan sembako untuk ponpes dan panti asuhan sejumlah 31 panti berupa 3 kg per anak asuh, 3) Perawatan lansia sejumlah 234 orang yang tersebar di wilayah kabupaten/kota Blitar, berupa beras 7 kg + uang tunai Rp. 50.000 dan obat-obatan, 4) Santunan ramadhan yang sasarannya lansia (uang tunai Rp. 300.000 + Handuk) dan yatim/piatu (uang tunai Rp. 100.000), 5) Pesantren tahfidz HIC berjumlah 30 santri terbagi menjadi 4 kelas (2 pa & 2 pi), 6) Pelayanan kesehatan setiap hari (kecuali hari kamis) dengan rata-rata pasien perhari 180 orang 7) TPQ umum dan karyawan dengan jumlah 5 kelas yang saat ini ada 1 di Radio Patria dan 4 di Radio Mayangkara, 8) Pembangunan masjid Ar-Rahman Kota blitar.

Kata Kunci : *Stakehold, Coorporate Social Responsibility*

ABSTRACT

The thesis with the title "The Role of Stakeholder Engagement in the Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in Building Corporate Image (Mayangkara Group Case Study) was written by Tegar Yoga Susena, NIM.126405201080, Sharia Business Management Study Program, Department of Business and Management, Faculty of Economics and Islamic Business with the supervisor Mrs. Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

The context of this research is based on the importance of implementing CSR programs in a company and the role of its stakeholders. This is because in a company, the implementation of CSR programs is a form of concern for the company's internal and surrounding environment. The process requires the intervention of stakeholders or stakeholders. The application of CSR in a company also determines the image or value of the company in the eyes of the public.

The objectives of this study are (1) to describe the role of Stakeholder Engagement in the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in Mayangkara Group, (2) to describe the impact of the role of Stakeholder Engagement in the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) on the image of Mayangkara Group, (3) to describe the process of determining Corporate Social Responsibility (CSR) programs carried out by Mayangkara Group, (4) to describe efforts to build a corporate image by Mayangkara Group.

This study uses a qualitative method with the type of field study research. By collecting data using interview, observation, and documentation methods. Data sources come from the deputy director of HR, HRD staff, and employees.

The conclusion of this research is that (1) Mayangkara Group in determining CSR programs involves all existing stakeholders, namely the Board of Directors, HRD and HIC, (2) the direct cash assistance program or in the form of qualified basic necessities includes the elderly who live below the poverty line and have no one to take care of them, orphans/orphans under 18 years old, and the poor who do not have income or low income, (3) M ayangkara Group's 8 CSR programs include: 1) Free hearse and ambulance services totaling 2 units, 2) Basic food assistance for boarding schools and orphanages totaling 31 orphanages in the form of 3 kg per foster child, 3) Elderly care for 234 people spread across the Blitar regency/city area, in the form of 7 kg rice + Rp. 50,000 cash and medicines, 4) Ramadan compensation which targets the elderly (cash Rp. 300,000 + handkerchief) and orphans/orphans (cash Rp. 100,000), 5) HIC tahfidz Islamic boarding school totaling 30 students divided into 4 classes (2 pa & 2 pi),) Daily health services (except Thursdays) with an average of 180 patients per day 7) General TPQ and employees with a total of 5 classes which currently have 1 on Radio Patria and 4 on Radio Mayangkara, 8) Construction of the Ar- Rahman mosque in Blitar City.

Keywords: Stakehold, Corporate Social Responsibility