

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

PT XYZ Telekomunikasi merupakan anak perusahaan dari PT BUMN yang berfokus di bidang sektor telekomunikasi. Sebagai bagian dari BUMN Group PT XYZ Telekomunikasi berperan dalam menyediakan berbagai layanan yang mendukung operasional kelistrikan di Indonesia melalui infrastruktur telekomunikasi yang handal. PT XYZ Telekomunikasi bertanggung jawab dalam memastikan sistem kelistrikan dapat berjalan dengan efisien, aman serta terhubung dengan baik di seluruh wilayah Indonesia.

Dengan perannya ini, PT XYZ Telekomunikasi turut berkontribusi pada pengembangan sektor energi dan telekomunikasi. PT XYZ Telekomunikasi menyadari bahwa keberlanjutan sebuah Perusahaan tidak dilihat dari seberapa besar keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari seberapa besar dampak positif yang dapat diberikan kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, PT XYZ Telekomunikasi berkomitmen untuk memberikan kontribusi lebih, baik melalui pengembangan teknologi yang ramah lingkungan maupun melalui program-program yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

Dalam perusahaan BUMN, program *Corporate Social Responsibility* (CSR) disebut dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). TJSL berfokus pada peningkatan kualitas hidup masyarakat, perlindungan ekonomi, serta pemberdayaan ekonomi lokal. Program TJSL yang dilaksanakan PT XYZ Telekomunikasi melibatkan berbagai beberapa bidang seperti, pendidikan,

kesehatan, pelestarian lingkungan, serta pemberdayaan ekonomi melalui digitalisasi dan inovasi. PT XYZ Telekomunikasi bertujuan untuk mendukung terciptanya kesejahteraan bersama tanpa mengabaikan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

PT XYZ Telekomunikasi memiliki fokus yang kuat dalam menciptakan hubungan yang erat antara karyawan dan misi perusahaan. Karyawan yang merasa bahwa perusahaan tempat mereka bekerja memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, cenderung lebih merasa terhubung serta termotivasi untuk memberikan yang terbaik. Harpaannya, hal ini dapat berdampak positif terhadap peningkatan kinerja dan produktivitas karyawan, serta mendorong mereka untuk lebih terlihat dalam berbagai kegiatan yang mendukung tujuan perusahaan.

PT XYZ Telekomunikasi juga terus berupaya untuk menciptakan budaya perusahaan yang inklusif dan mendukung pengembangan karyawan. Dengan menyediakan pelatihan dan kesempatan untuk berkembang, perusahaan ingin memastikan bahwa setiap karyawan merasa dihargai serta dapat berkontribusi secara maksimal. Keterlibatan karyawan ini diharapkan dapat memperkuat komitmen mereka terhadap misi perusahaan, yang akhirnya akan menciptakan manfaat yang lebih besar dan lebih baik bagi perusahaan maupun masyarakat.

Seiring dengan tumbuhnya kepedulian Masyarakat terhadap permasalahan sosial serta lingkungan, PT XYZ Telekomunikasi berusaha untuk menjaga hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, baik itu karyawan, pelanggan, maupun komunitas di sekitar area operasionalnya. Dalam Langkah ini,

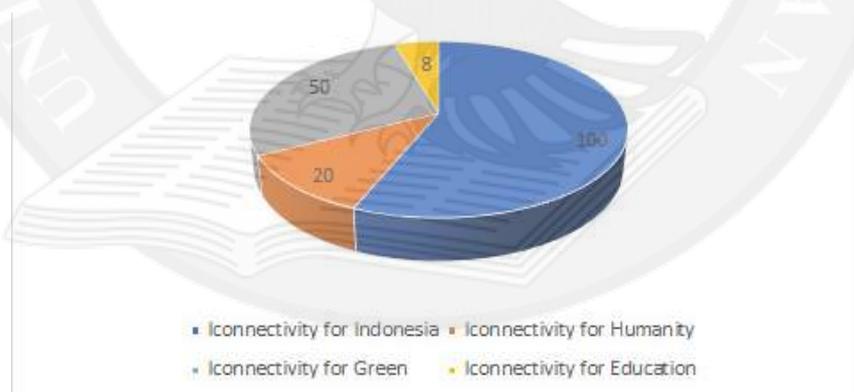
diharapkan dapat memperkuat posisi Perusahaan serta memberikan manfaat lebih luas lagi bagi pembangunan Indonesia.

Menurut Armstrong & Taylor (2020) *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditetapkan oleh organisasi Ketika mereka mengelola bisnis secara etis, dengan memperhatikan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari setiap aktivitas operasionalnya, serta melampaui kewajiban yang diatur oleh hukum. Isu lingkungan menjadi hal yang sangat penting.

Secara keseluruhan, PT XYZ Telekomunikasi berusaha untuk mengintegrasikan prinsip – prinsip CSR, dalam operasional mereka. Dengan memanfaatkan prinsip-prinsip ini, Perusahaan tidak hanya mengutamakan pencapaian target bisnis, tetapi juga menunjukkan komitmen untuk memberikan kontribusi positif terhadap aspek sosial serta lingkungan.

#### JUMLAH PROGRAM TJSL BERDASARKAN PILAR TJSL

##### PT XYZ Telekomunikasi



Gambar 1. 1 CSR PT XYZ Telekomunikasi  
Sumber: Humas PT XYZ Telekomunikasi (2024)

Komitmen CSR PT XYZ Telekomunikasi mempunyai empat pilar program aksi TJSL yang menjadi fokus utama sepanjang tahun 2024. Keempat pilar ini dirancang

untuk memastikan bahwa setiap program yang dilaksanakan memberikan dampak positif yang luas dan keberlanjutan. Berikut ini keempat pilar tersebut:

1) *Iconnectivity for Education*

Pilar ini berfokus pada peningkatan akses Pendidikan melalui teknologi dan infrastruktur komunikasi yang mendukung kegiatan belajar mengajar, baik di lingkungan perkotaan maupun daerah terpencil. Program ini mencakup penyediaan perangkat digital, pelatihan bagi guru, serta pembangunan fasilitas Pendidikan berbasis teknologi untuk menciptakan peluang belajar untuk kepentingan yang lebih baik bagi generasi mendatang.

2) *Iconnectivity for Green*

Pilar ini bertujuan untuk melestarikan lingkungan melalui berbagai inisiatif ramah lingkungan. Termasuk di dalamnya adalah program pengelolaan sampah, penghijauan, serta penyuluhan terkait pentingnya pelestarian alam untuk masa depan yang berkelanjutan. Program ini juga mendukung prinsip-prinsip ESG (*Environmental, Social, Governance*) yang menjadi standar global dalam menjalankan bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

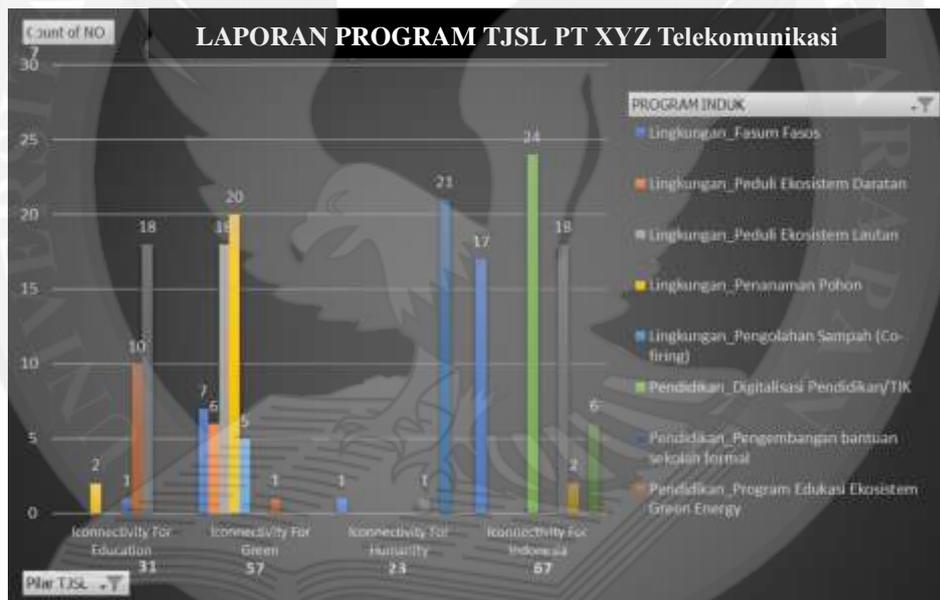
3) *Iconnectivity for Humanity*

Pilar ini berfokus pada pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kualitas hidup, khususnya di bidang Kesehatan dan kesejahteraan sosial. Beberapa program yang dilaksanakan antara lain pengobatan gratis,

penyuluhan Kesehatan dan bantuan sosial bagi masyarakat kurang mampu.

#### 4) *Iconnectivity for Indonesia*

Pilar ini untuk pembangunan infrastruktur dan pemberdayaan ekonomi yang lebih merata di seluruh Indonesia. Fokus utamanya dengan menciptakan lapangan kerja baru, mendorong digitalisasi sektor usaha kecil dan UMKM, serta mendukung program-program yang mempercepat pemerataan pembangunan di wilayah-wilayah yang membutuhkan.



Gambar 1. 2 Data Jumlah Program CSR PT XYZ Telekomunikasi 2024  
Sumber: Humas PT XYZ Telekomunikasi (2024)

Berdasarkan grafik “Data Jumlah Program CSR PT XYZ Telekomunikasi 2024”, dapat disimpulkan bahwa program CSR yang dijalankan memiliki fokus utama pada empat pilar. Pilar *Iconnectivity for Indonesia* memiliki jumlah inisiatif tertinggi dengan 67 program, menunjukkan perhatian besar terhadap

pengembangan infrastruktur dan konektivitas nasional. Sementara itu, *Iconnectivity for Green* menempati posisi kedua dengan 57 program, yang mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan pelestarian lingkungan.

Pada aspek Pendidikan, *Iconnectivity for Education* mencatat 31 program, dengan mayoritas berfokus pada digitalisasi Pendidikan dan teknologi informasi.

Sedangkan *Iconnectivity for Humanity* memiliki jumlah program yang lebih sedikit, yakni 23, tetapi tetap berkontribusi terhadap kesejahteraan sosial dan kemanusiaan. Dari segi lingkungan, program penanaman pohon menjadi inisiatif yang paling dominan, diikuti oleh program peduli ekosistem lautan dan peduli ekosistem daratan, yang menunjukkan perhatian besar terhadap kelestarian alam.

Selain itu, program pengolahan sampah (*Co-firing*) masih relatif lebih sedikit dibandingkan, program lingkungan lainnya, namun tetap menjadi bagian penting dalam upaya pengolahan sampah yang berkelanjutan. Dalam sektor Pendidikan, program digitalisasi Pendidikan / TIK menjadi inisiatif utama, sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat. Secara keseluruhan, program CSR PT XYZ Telekomunikasi 2024 menunjukkan keseimbangan antara upaya pelestarian lingkungan, pembangunan infrastruktur, serta pengembangan Pendidikan dan sosial guna mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan serta memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Hasil Kuesioner Pra Survey *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Work Engagement* pada Karyawan di Perusahaan Telekomunikasi Jakarta:

Tabel 1. 1 Hasil Kuesioner Pra Survey Tentang CSR dan *Work Engagement* di PT Telekomunikasi Jakarta

| No | Pernyataan  | Ya | Presentase | Tidak | Presentase |
|----|---|----|------------|-------|------------|
| 1  | Apakah kamu merasa semangat untuk pergi bekerja saat bangun di pagi hari? | 12 | 48%        | 13    | 52%        |

|   |  |    |     |    |     |
|---|--|----|-----|----|-----|
| 2 | Apakah kamu merasa pekerjaan yang kamu lakukan penuh makna serta tujuan?   | 11 | 44% | 14 | 56% |
| 3 | Apakah perusahaan peduli dengan apa yang terjadi pada pihak eksternal yang berbisnis atau berinteraksi dengannya?  | 14 | 56% | 11 | 44% |
| 4 | Apakah perusahaan memiliki minat yang tulus terhadap kesejahteraan individu eksternal yang terpengaruh oleh praktiknya, seperti masyarakat lokal tempat ia beroperasi? | 11 | 44% | 14 | 56% |
| 5 | Apakah perusahaan ingin membantu pihak eksternal yang berbisnis atau berinteraksi dengannya dengan cara apapun yang bisa dilakukan?                                    | 12 | 52% | 13 | 48% |
| 6 | Apakah perusahaan menganggap kebutuhan masyarakat dan individu eksternal sebagai tanggung jawabnya sendiri?  | 11 | 44% | 14 | 56% |

Hasil pra-survey menunjukkan bahwa tingkat *Work Engagement* karyawan di PT Telekomunikasi di Jakarta masih perlu ditingkatkan. Hanya 48% responden yang merasa semangat bekerja di pagi hari, dan 44% yang menganggap pekerjaan memiliki makna dan tujuan. Sementara itu, persepsi karyawan terhadap kebijakan CSR perusahaan cukup beragam. Sebanyak 56% responden menilai perusahaan peduli terhadap pihak eksternal yang berbisnis atau berinteraksi dengannya, namun hanya 44% yang merasa bahwa perusahaan memiliki minat yang tulus terhadap kesejahteraan masyarakat lokal.

Selain itu, 52% responden setuju bahwa perusahaan berusaha membantu pihak eksternal dengan cara yang bisa dilakukan, tetapi hanya 44% yang menganggap bahwa perusahaan benar-benar menganggap kebutuhan masyarakat sebagai tanggung jawabnya sendiri. Hasil ini menunjukkan bahwa masih ada ruang bagi perusahaan untuk meningkatkan *Work Engagement* serta memperkuat implementasi dan komunikasi kebijakan CSR agar manfaatnya lebih dirasakan oleh karyawan dan masyarakat luas.

Tabel 1. 2 Temuan Kesenjangan Penelitian

| No | Penulis             | Variabel                                       |  |   |   |                                       |  |  |
|----|---------------------|--|--|---|---|---------------------------------------|--|--|
|    |                     | Substantive CSR Attributions → Work Engagement | Substantive CSR Attributions → Work Meaningfulness | Substantive CSR Attributions → Psychological Safety | Substantive CSR Attributions → Organization Based Self Esteem | Work Meaningfulness → Work Engagement | Psychological Safety → Work Engagement | Organization Based Self Esteem → Work Engagement |
| 1  | (Kim & Kim, 2020)   |  |  | Signifikan Positif                                  |   |                                       |  |  |
| 2  | (Yuan et al., 2024) |  |  |   |   |                                       | Signifikan Positif                     |  |
| 3  | (Wang et al., 2024) | Signifikan Positif                             | Signifikan Positif                                 |   |   |                                       |  |  |
| 4  | (Wei et al., 2021)  | Signifikan Positif                             |  |   |   |                                       |  |  |

Berdasarkan kesenjangan fenomena penelitian terdahulu, maka perlu dilakukannya studi mengenai pengaruh *Substantive CSR Attributions* terhadap *Work Engagement*, dengan fokus pada peran mediasi *Work Meaningfulness*, *Psychological Safety*, dan *Organization-Based Self-Esteem* pada karyawan PT XYZ Telekomunikasi.

## 1.2 Perumusan Masalah

Dengan merujuk pada latar belakang yang telah disebutkan, pertanyaan penelitian yang diajukan dalam studi ini adalah:

- 1) Apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*?
- 2) Apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Meaningfulness*?

- 3) Apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement* dengan dimediasi oleh *Work Meaningfulness*?
- 4) Apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Psychological Safety*?
- 5) Apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement* dengan dimediasi oleh *Psychological Safety*?
- 6) Apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Organization-Based Self-Esteem*?
- 7) Apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement* dengan dimediasi oleh *Organization-Based Self-Esteem*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*.
- 2) Mengetahui apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Meaningfulness*.
- 3) Mengetahui apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement* melalui peningkatan *Work Meaningfulness*.

- 4) Mengetahui apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Psychological Safety*.
- 5) Mengetahui apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement* melalui peningkatan *Psychological Safety*.
- 6) Mengetahui apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Organization-Based Self-Esteem*.
- 7) Mengetahui apakah *Substantive CSR Attributions* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement* melalui peningkatan *Organization-Based Self-Esteem*.

#### **1.4 Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis**

##### **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teori dalam pengembangan teori *Substantive CSR Attributions* dan *Work Engagement*, dengan fokus pada peran mediasi *Work Meaningfulness*, *Psychological Safety*, dan *Organization-Based Self-Esteem*, khususnya di PT XYZ Telekomunikasi.

##### **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi PT XYZ Telekomunikasi, untuk dapat meninjau kembali dan meningkatkan implementasi *Substantive CSR Attributions* dan *Work Engagement*, dengan fokus pada peran mediasi *Work Meaningfulness*, *Psychological Safety*, dan *Organization-Based Self-Esteem*.

## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

- 1) Penelitian ini akan membahas hubungan antara *Substantive CSR Attributions* dan *Work Engagement*, dengan fokus pada peran mediasi *Work Meaningfulness*, *Psychological Safety*, dan *Organization-Based Self-Esteem*, khususnya di PT XYZ Telekomunikasi.
- 2) Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk melihat apakah adanya hubungan *Substantive CSR Attributions* dan *Work Engagement*, dengan fokus pada peran mediasi *Work Meaningfulness*, *Psychological Safety*, dan *Organization-Based Self-Esteem*
- 3) Responden yang digunakan adalah karyawan PT XYZ Telekomunikasi yang berpartisipasi dalam program *Substantive CSR Attributions* perusahaan dan memiliki keterlibatan aktif dalam kegiatan yang mendukung lingkungan.