

**"TRANSFORMASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*
MENUJU *BRAND SOCIAL RESPONSIBILITY (BSR)*:
PEMETAAN POTENSI PROGRAM MITRA BISNIS PT PUPUK
INDONESIA LOGISTIK BERDASARKAN DIMENSI BSR"**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister (S2)
Ilmu Komunikasi**



Atiek Puji Lestari

2221023012

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Atiek Puji Lestari

NIM : 2221023012

Tanda Tangan : 

Tanggal : 3 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Atiek Puji Lestari
NIM : 2221023012
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : **Transformasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)
Menuju *Brand Social Responsibility* (BSR): Pemetaan
Potensi Program Mitra Bisnis PT Pupuk Indonesia
Logistik Berdasarkan Dimensi BSR**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi – Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si ()

Penguji 1 : Eli Jamilah Mihardja, Ph. D ()

Penguji 2 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos, M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 3 September 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Penulis memanjatkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Babe Much, Bunda Ida, Adek Nurul, atas doa restu dan dukungan yang tak ternilai.
2. Bapak Dr.Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing, atas segala arahan, waktu, dan bimbingan akademis yang sangat berharga selama proses penyusunan tesis.
3. Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ph. D sebagai dosen ketua penguji, Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, M.Si. sebagai dosen penguji, atas masukan yang membangun untuk penyempurnaan tesis ini.
4. Seluruh narasumber dari PT Pupuk Indonesia Logistik (PILOG) atas kesediaan dan informasi yang diberikan, khususnya Bapak Priyasdhika sebagai Direktur yang membawahi Tim Pengadaan untuk program CSR Binaan MBP, Samsu, Mba Aie, Rizky BWU, Hanggara, dan seluruh tim yang terlibat program MBP.
5. Para Sahabat *till Jannah*, Kartika dan Retno yang tiada hentinya memberi *support* hingga terbitnya penelitian ini, serta rekan-rekan MIKOM Bakrie Angkatan 2 atas semangat, bantuan dan kebersamaan selama masa studi.

Penulis menyadari tesis ini masih jauh dari sempurna dan berharap dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 3 September 2025



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atiek Puji Lestari

NIM : 2221023012

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Jenis Tesis : Tesis

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Transformasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Menuju *Brand Social Responsibility* (BSR): Pemetaan Potensi Program Mitra Bisnis PT Pupuk Indonesia Logistik Berdasarkan Dimensi BSR

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 3 September 2025

Yang menyatakan



(Atiek Puji Lestari)

**TRANSFORMASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
MENUJU *BRAND SOCIAL RESPONSIBILITY* (BSR):
PEMETAAN POTENSI PROGRAM MITRA BISNIS PT PUPUK
INDONESIA LOGISTIK BERDASARKAN DIMENSI BSR**

Atiek Puji Lestari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memetakan potensi transformasi Program *Mitra Bisnis* PT Pupuk Indonesia Logistik (PILOG) dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi *Brand Social Responsibility* (BSR), sekaligus memahami konteks spesifik perusahaan dan potensi intervensi BSR dalam meningkatkan citra korporasi. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif eksploratif, dipilih untuk menggali secara mendalam fenomena transformasi CSR menjadi BSR yang belum banyak terdefinisi, khususnya dalam konteks perusahaan logistik. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan sepuluh informan kunci yang terdiri dari manajemen PILOG, mitra UMKM, dan pemangku kepentingan eksternal, serta dilengkapi observasi lapangan dan telaah dokumen. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak NVivo melalui tiga tahap, yaitu *Word Cloud Analysis* untuk mengidentifikasi kata kunci dominan, *Cluster Analysis* untuk memetakan keterhubungan tematik antar dimensi BSR, dan *Matrix Coding Query* untuk menghitung intensitas kemunculan tiap dimensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *Linkable*, *Sustainable*, dan *Responsible* mendominasi implementasi program, dengan kontribusi signifikan pada efisiensi rantai pasok inti. Penerapan *spare part* lokal mengurangi ketergantungan impor sebesar 14% (penghematan ±Rp1,3 miliar), mempercepat pengadaan dari 1–2 tahun menjadi 1–2 bulan, serta mencegah potensi kerugian *downtime* hingga ±Rp108 miliar. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan metode. Temuan ini mengindikasikan bahwa transformasi CSR menjadi BSR di PILOG berjalan optimal, mampu mengintegrasikan pemberdayaan UMKM dengan peningkatan efisiensi operasional, sekaligus menciptakan *shared value* berkelanjutan bagi perusahaan, mitra, dan ekosistem logistik nasional.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Brand Social Responsibility* (BSR), Delapan Dimensi BSR, PT Pupuk Indonesia Logistik, Mitra Bisnis PILOG, *Sparepart* Lokal, Nvivo.

**TRANSFORMATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
TOWARD BRAND SOCIAL RESPONSIBILITY (BSR):
MAPPING THE POTENTIAL OF PT PUPUK INDONESIA LOGISTIK'S
BUSINESS PARTNER PROGRAM BASED ON BSR DIMENSIONS**

Atiek Puji Lestari

ABSTRACT

This study aims to map the potential transformation of the Mitra Bisnis Program of PT Pupuk Indonesia Logistik (PILOG) from the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) to Brand Social Responsibility (BSR), while understanding the company's specific context and the potential of BSR interventions in enhancing corporate image. A case study method with an exploratory qualitative approach was employed to gain an in-depth understanding of the CSR-to-BSR transformation, which remains underexplored, particularly in the logistics sector. Data were collected through in-depth interviews with ten key informants, comprising PILOG management, MSME partners, and external stakeholders, complemented by field observations and corporate document reviews. Data analysis was conducted using NVivo software in three stages which include Word Cloud Analysis to identify dominant keywords, Cluster Analysis to map thematic relationships among BSR dimensions, and Matrix Coding Query to measure the frequency of each dimension. The findings indicate that the Linkable, Sustainable, and Responsible dimensions dominate the program's implementation, making a significant contribution to core supply chain efficiency. The adoption of locally manufactured spare parts reduced import dependency by 14% (equivalent to approximately IDR 1.3 billion in cost savings), accelerated procurement from 1–2 years to 1–2 months, and prevented potential downtime losses of up to approximately IDR 108 billion. Data validity was ensured through source and method triangulation. These results suggest that the transformation from CSR to BSR at PILOG is optimal, successfully integrating MSME empowerment with operational efficiency, while creating sustainable shared value for the company, its partners, and the national logistics ecosystem.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Brand Social Responsibility (BSR), Eight Dimensions of BSR, PT Pupuk Indonesia Logistik, PILOG Business Partners, Local Spare Parts, Nvivo.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Konsep yang Relevan	8
2.2. Penelitian Sebelumnya	20
2.3. Pernyataan Pembaruan	37
2.4. Kerangka Pemikiran	38
3. METODE PENELITIAN	40
3.1 Metode dan Desain Penelitian	40
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4. Analisis Data.....	47
3.5. Triangulasi Data	48
3.6. Operasional Konsep.....	50
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambaran Umum Konteks Penelitian	40
4.2. Penyajian Data.....	49
4.3. Pembahasan dan Diskusi	91
5. KESIMPULAN.....	99
5.2. Kendala dan Keterbatasan Penelitian	99
5.3. Saran dan Rekomendasi.....	100
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Survei Kepuasan Pelanggan PILOG Internal tahun 2023	3
Gambar 1.2	Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN).....	3
Gambar 1.3	Peraturan Menteri BUMN perihal Implementasi dan Pengembangan (PaDi UMKM) secara Berkelanjutan	4
Gambar 2.1	Dimensi Brand Social Responsibility (BSR).....	15
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1	<i>Steel Wire Rope</i>	41
Gambar 4.2	Program Mitra Bisnis PILOG Mendapatkan Penghargaan Gold dalam TJSL & CSR Award 2023	44
Gambar 4.3	Data Pengadaan Sparepart Wirerope tahun 2024	45
Gambar 4.4	Alur Proses Pengolahan Data Penelitian	50
Gambar 4.5	Publikasi CSR Mitra Binaan PILOG (MBP) di Media Sosial PT Pupuk Indonesia Logistik (Sumber: Instagram @pi_logistik) .	54
Gambar 4.6	<i>Word Cloud Dimensi Charitable</i> Hasil Analisis Frekuensi Kata Menggunakan	55
Gambar 4.7	Tim PILOG terlibat langsung dalam proses peningkatan kualitas produksi UMKM lokal	60
Gambar 4.8	<i>Word Cloud Dimensi Linkable</i> Hasil analisis frekuensi kata menggunakan NVivo (2025)	60
Gambar 4.9	<i>Word Cloud Dimensi Responsible</i> Hasil analisis frekuensi kata menggunakan NVivo (2025)	64
Gambar 4.10	Publikasi Pupuk Indonesia Logistik terkait Peresmian Mitra Binaan PILOG (MBP) di Media Online	69
Gambar 4.11	<i>Word Cloud Dimensi Sustainable</i> Hasil analisis frekuensi kata menggunakan NVivo (2025)	70
Gambar 4.12	<i>Word Cloud Dimensi Investable</i> Hasil analisis frekuensi kata menggunakan NVivo (2025)	74
Gambar 4.13	<i>Word Cloud Dimensi Communicable</i> Hasil analisis frekuensi kata menggunakan NVivo (2025)	79

Gambar 4.14 <i>Word Cloud Dimensi Collaborative</i> Hasil analisis frekuensi kata menggunakan NVivo (2025)	83
Gambar 4.15 <i>Word Cloud Dimensi Inspirational</i> Hasil analisis frekuensi kata menggunakan NVivo (2025)	89
Gambar 4.16 Hasil <i>Word Cloud Analysis</i> 8 (Delapan Informan).....	91
Gambar 4.17 <i>Matrix Coding Query</i> pada Nvivo dari 8 (delapan) informan	93
Gambar 4.18 Hasil Pemetaan MBP Berdasarkan Delapan Dimensi BSR	94
Gambar 4.19 Data Hasil Survey Pelanggan PILOG Tahun 2024	97
Gambar 4.20 Alur Keterkaitan MBP dengan ESG dan SDGs	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.	Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 3.1	Konsep-konsep Analisis.....	51
Tabel 4.2.1.c	Rangkuman Data Dimensi <i>Charitable</i>	56
Tabel 4.2.2.c	Rangkuman Data Dimensi <i>Linkeable</i>	61
Tabel 4.2.3.b	Rangkuman Data Dimensi <i>Responsible</i>	65
Tabel 4.2.4.c	Rangkuman Data Dimensi <i>Sustainable</i>	71
Tabel 4.2.5.c	Rangkuman Data Dimensi <i>Investable</i>	75
Tabel 4.2.6.c	Rangkuman Data Dimensi <i>Communicable</i>	80
Tabel 4.2.7.c	Rangkuman Penyajian Data Dimensi <i>Collaborative</i>	84
Tabel 4.2.8.c	Rangkuman Data Dimensi <i>Inspirational</i>	90
Tabel 4.3.2	Sintesis Temuan Teori, ESG danSDGs.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Salinan Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/04/2021 dan Key Performance Indicator tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) BUMN	108
Lampiran 2	Surat Pupuk Indonesia (Persero) kepada seluruh Anak Perusahaan PI Group tentang Salinan Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/04/2021 dan Key Performance Indicator tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) BUMN	108
Lampiran 3	Surat Pupuk Indonesia (Persero) kepada seluruh Anak Perusahaan PI Group tentang Himbauan Implementasi TKDN dalam Proses Pengadaan Barang & Jasa Pupuk Indonesia Goup	109
Lampiran 4	Kesepakatan Bersama Tentang Bidang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Pupuk Indonesia Grup Tahun 2023	110
Lampiran 5	Surat Keputusan Direksi PT Pupuk Indonesia Logistik tentang Tim Tanggung Tim Tanggung Jawab Sosial & Lingkungan (TJSL) dan Creating Value (CSV) PT Pupuk Indonesia Logistik	110
Lampiran 6	Dokumentasi Wawancara dengan para Subjek Penelitian	111
Lampiran 7	Dokumentasi Peresmian Mitra Bisnis Pupuk Indonesia Logistik..	112
Lampiran 8	Sertifikat Penghargaan Peningkatan dan Pemberdayaan UMKM di Daerah Semarang dan Tanda Sah Capaian Tingkat Komponen dalam Negeri.....	113
Lampiran 9	Transkrip Wawancara.....	114