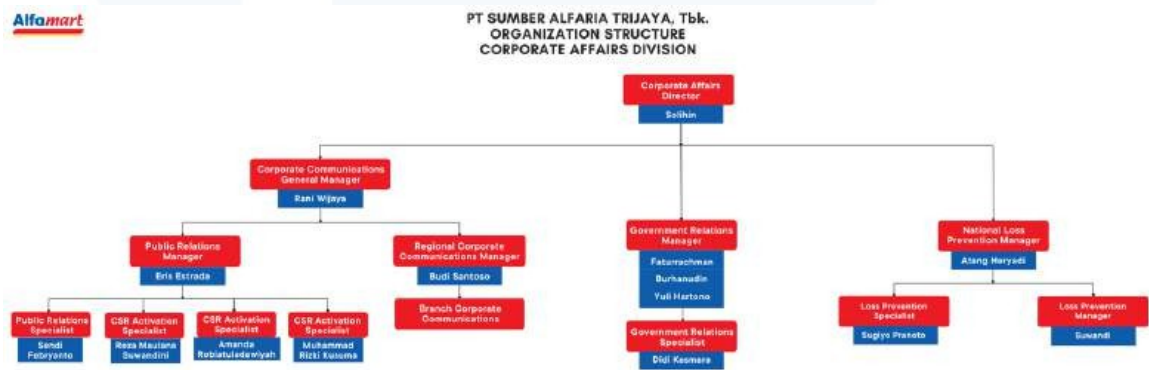


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Keseluruhan proses kerja magang dilaksanakan atau beroperasi secara *onsite* atau *Work From Office* dengan menempati kedudukan sebagai *CSR Activation Specialist Intern*. Pada Departemen *Corporate Communication* terdapat pembagian beberapa kelompok tugas kerja seperti yang telah dicantumkan pada bagian laporan sebelumnya. Berikut adalah runtutan kedudukan kerja hingga akhirnya sampai kepada posisi supervisor.



Gambar 3. 1 Rangkaian Kedudukan Kerja Departemen Corporate Communications
(Sumber : Data Internal Perusahaan, 2025)

Pada Gambar 3.1 menunjukkan struktur organisasi Divisi *Corporate Affairs* PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yang menunjukkan bagaimana peran dan tanggung jawab kerja dibagi untuk mendukung aktivitas komunikasi dan hubungan eksternal perusahaan. Melalui struktur tersebut, terlihat bahwa setiap bagian memiliki fungsi masing-masing yang saling berkaitan dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan. Salah satu fungsi yang berada di dalam divisi ini adalah *Corporate Communications*, yang berada di bawah koordinasi *General Manager Corporate Communications* dan memiliki peran penting dalam mengelola arus komunikasi perusahaan. *Corporate Communications* mencakup banyak hal, seperti mengelola informasi perusahaan dan menjaga hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Dalam praktiknya, fungsi ini terdiri dari dua bagian utama: *Manager Public Relations* dan *Regional Corporate Communications Manager*. *Public Relations Manager* berkonsentrasi pada pengelolaan komunikasi di tingkat pusat.

Ini termasuk menjaga hubungan dengan media, membuat publikasi perusahaan, dan melaksanakan program CSR perusahaan.

Untuk menyelesaikan tugas tersebut, *Public Relations Manager* didukung oleh Tim *CSR Activation Specialist* dan *Public Relations Specialist* yang secara langsung terlibat dalam pelaksanaan program CSR di lapangan. Setiap kegiatan yang berada di bawah lingkup *Public Relations Manager* tidak hanya dilaksanakan secara operasional, tetapi juga melalui proses pelaporan dan evaluasi secara berkala. Dalam hal ini, *Public Relations Manager* tidak hanya berperan sebagai penerima laporan, tetapi juga aktif memberikan arahan, masukan, serta evaluasi terhadap program yang dijalankan agar tetap sejalan dengan nilai perusahaan dan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Sementara itu, *Regional Corporate Communications Manager* bertanggung jawab untuk mengatur aktivitas komunikasi perusahaan di tingkat cabang atau wilayah. *Branch Corporate Communications* berada di bawah posisi ini, dan berfungsi sebagai perpanjangan tangan perusahaan untuk melakukan komunikasi dan publikasi di daerah.

Pembagian ini memungkinkan perusahaan untuk mengkomunikasikan pesan yang sama sekaligus menyesuaikannya dengan kondisi dan kebutuhan di masing-masing bidang. Penulis berposisi sebagai *CSR Activation Specialist Intern* dalam struktur organisasi ini. Penulis menerima bantuan operasional dari *CSR Activation Specialist* Muhammad Rizki Kusuma dan Amanda Robiatuladawiyah. *CSR Activation Specialist Intern*, yang bekerja sebagai magang, tidak secara struktural tercantum dalam bagan organisasi resmi perusahaan. Namun demikian, penulis masih terlibat secara aktif dalam tugas-tugas CSR, termasuk perencanaan program, koordinasi dengan pihak terkait, pendampingan kegiatan di lapangan, dan penyusunan dokumentasi dan laporan kegiatan.

Penulis memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang cara tim *CSR Activation Specialist* bekerja dan peranannya dalam mendukung strategi komunikasi perusahaan secara keseluruhan sebagai hasil dari keterlibatan langsung mereka. Oleh karena itu, *CSR Activation Specialist Intern* tetap memiliki peran fungsional yang penting dalam membantu menjalankan program CSR perusahaan dengan lancar, meskipun posisi ini tidak tercantum secara formal dalam struktur organisasi.

Selama magang, penulis bekerja sebagai *CSR Activation Specialist* di Divisi *Corporate Affairs* PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Selama kegiatan magang, penulis menerima bimbingan langsung dari Amanda Robiatuladawiyah dan Muhammad Rizki Kusuma. Penulis dalam posisi ini mendukung perusahaan dalam melaksanakan berbagai kegiatan CSR. Persiapkan program, ikuti prosedur pelaksanaan di lapangan, catat dan nilai kegiatan yang dibantu oleh program. Selama menjalani kegiatan magang, penulis memperoleh banyak pembelajaran dari kedua pembimbing di tempat kerja. Amanda Robiatuladawiyah membiasakan penulis untuk bekerja dengan rapi dan mengikuti arahan yang diberikan. Setiap tugas harus diselesaikan dengan teliti dan tepat waktu. Kebiasaan ini membuat penulis lebih bertanggung jawab atas tanggung jawab yang mereka berikan. Sementara itu, Muhammad Rizki Kusuma memberikan contoh cara bekerja yang lebih santai namun tetap terarah. Suasana kerja yang dibangun terasa nyaman, tetapi target pekerjaan tetap harus tercapai. Penulis menemukan bahwa tugas dapat diselesaikan dengan baik hanya jika komunikasi berjalan dengan lancar dan mudah dipahami. Melalui bimbingan tersebut, penulis belajar untuk bersikap profesional, disiplin, dan berkomunikasi dengan baik di lingkungan kerja. Pengalaman magang ini juga membantu penulis memahami secara langsung pelaksanaan kegiatan CSR serta cara bekerja sama dengan atasan dan tim dalam menyelesaikan pekerjaan sehari-hari.

Selama masa magang, penulis berperan aktif dalam berbagai kegiatan CSR. Dimulai dengan berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan donor darah yang diadakan di Alfa Tower bersama tim sebagai wujud nyata kepedulian terhadap kebutuhan darah di Indonesia. Lalu mengikuti kegiatan Hari Ritel Nasional yang diadakan secara bertahap yaitu Launching Hari Ritel Nasional, Kelas Online UMKM, Kurasi Produk UMKM, Business Matching, dan Puncak Acara Hari Ritel Nasional untuk menambah wawasan sekaligus memperkuat kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha ritel, dan UMKM dalam mempercepat pertumbuhan industri ritel nasional. Selain itu, penulis juga mengikuti kegiatan Alfamart Run karena kegiatan ini merupakan kegiatan gabungan antara Marketing dengan Corporate Affairs yang tujuannya untuk membantu menghadirkan kejutan yang lebih menantang, lebih menyenangkan, dan lebih memacu semangat karena

Alfamart Run bukan event olahraga tetapi sebuah perayaan hidup sehat, kebersamaan, dan pencapaian diri.

Selama magang sebagai CSR Activation Specialist Intern, penulis memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana aktivasi CSR dijalankan secara strategis untuk mendukung reputasi perusahaan. Seluruh pekerjaan dilakukan secara kolaboratif dengan tim Corporate Communication dan di bawah arahan langsung dari Public Relations Manager. Akibatnya, setiap tindakan, mulai dari perencanaan hingga publikasi, sesuai dengan kebijakan Corporate Communication. Penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola alur kerja program CSR melalui bimbingan ini. Dan juga dapat memahami bagaimana CSR berfungsi sebagai bagian dari strategi Corporate Communication dan bagaimana komunikasi lintas departemen.

Dalam hukum tertulis Indonesia yaitu pada UU Ketenagakerjaan RI No. 13 Tahun 2003 mengenai magang secara singkat mencatat pengertian magang merupakan upaya pelatihan kerja yang diselenggarakan di lembaga pelatihan dengan bekerja secara langsung di bawah bimbingan dan pengawasan infrastruktur atau pekerja yang lebih berpengalaman, untuk menguasai keterampilan atau keahlian tertentu (Kemnaker RI, 2003). Berdasarkan pengertian tersebut, sebagai mahasiswa yang pertama kali terjun ke dunia kerja khususnya masih membutuhkan adaptasi dengan budaya kerja di perusahaan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, seluruh rekan tim sangat bisa menuntun dan membimbing dengan sangat baik. Dengan begitu, penulis juga merasa sangat banyak belajar dan menambah wawasan baru melalui kerja praktik pada program magang ini.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penulis menerima magang selama 80 hari di Departemen Corporate Communications, khususnya di tim CSR Activation Specialist. Magang ini memberikan pengalaman baru dan pengetahuan tentang cara melaksanakan program CSR perusahaan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, fokus utama pekerjaan magang adalah perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi tindakan CSR. Karena itu, tugas yang dijalankan menuntut ketelitian dalam pengelolaan data, kemampuan berkoordinasi dengan berbagai pemangku kepentingan, serta

keterampilan dalam menyusun materi program CSR. Selama masa magang, penulis terlibat langsung dalam proses kerja yang memastikan setiap inisiatif CSR dapat berjalan efektif dan memberikan dampak yang sesuai dengan tujuan perusahaan, sehingga hal ini menjadi bagian penting dari implementasi strategi Corporate Social Responsibility sebagaimana dijelaskan oleh (Borglund et al, 2021).

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Sebelum memasuki masa kerja magang, penulis telah memperoleh pembelajaran mengenai konsep tanggung sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara. Pemahaman tentang CSR membantu perusahaan dalam membuat program yang tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat tetapi juga dapat mempromosikan perusahaan dengan baik melalui komunikasi yang efektif. Corporate Communication di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk difokuskan pada masyarakat penerima manfaat dan seluruh pihak internal yang terlibat dalam pelaksanaan program. Program CSR dapat dikomunikasikan secara jelas kepada publik dan alur koordinasi menjadi lebih efisien dengan komunikasi yang terstruktur. Sebagai seorang CSR Activation Specialist Intern di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, adapun tabel yang merangkum kegiatan penulis, meliputi :

Tabel 3. 1 Timeline Kerja Magang

No	Tugas	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Bulan dan Minggu ke																											
				Juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember							
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Planning	Program Concepting	Menyiapkan ide dan konsep program CSR																												
2	Execution	Event Preparation	Persiapan teknis dan koordinasi sebelum kegiatan CSR																												
		Onsite Execution	Melaksanakan program CSR di lapangan																												
3	Monitoring	Activity Monitoring	Memantau jalannya program CSR di lapangan																												
		Documentation & Data Collection	Mengumpulkan dokumentasi kegiatan dan data program																												
4	Reporting	Program Reporting	Membuat laporan akhir program CSR																												

(Sumber : Data Pekerja Magang, 2025)

Pada bulan Juli 2025, ketika masa magang dimulai, penulis lebih dulu diberikan beberapa tugas percobaan untuk membantu tim menyiapkan kebutuhan administrasi serta dokumentasi dari program CSR yang sedang berjalan. Pada minggu pertama, penulis membantu tim menyusun data peserta kegiatan, memastikan bahwa dokumen yang diperlukan lengkap, dan menyiapkan berbagai materi aktivasi untuk digunakan di lapangan.

Memasuki bulan Agustus, supervisor yang bertanggung jawab sebagai CSR Activation Specialist mulai membangun inisiatif yang berfokus pada pekerjaan yang dilakukan penulis selama magang. Penugasan ini disesuaikan dengan kemampuan penulis untuk mengelola program dan memenuhi kebutuhan tim. Adapun program CSR yang dipegang penulis selama masa magang adalah sebagai berikut:

- **Program Alfamart Kick Off Posyandu**

Salah satu program CSR yang dipercayakan kepada penulis. Program ini bertujuan untuk mendukung layanan kesehatan dasar masyarakat melalui kegiatan seperti penimbangan balita, pengecekan kesehatan, dan pelatihan gizi untuk ibu dan keluarga di sekitar toko.

Penulis membantu menyiapkan data peserta selama pelaksanaan, mengatur kebutuhan logistik seperti alat timbang dan paket makanan, menyiapkan dokumentasi seluruh acara untuk bahan pelaporan.

- **Program Donor Darah Sehati Nasional**

Program donor darah diselenggarakan untuk mendukung ketersediaan stok darah nasional bekerja sama dengan PMI. Penulis bertugas menyusun rundown acara, menyiapkan daftar peserta, membantu koordinasi dengan sponsor eksternal, dan melakukan pencatatan jumlah pendonor. Penulis juga membantu memastikan bahwa lokasi venue sudah siap dan memenuhi persyaratan pelaksanaan.

- **Program Hari Ritel Nasional (HRN)**

Tujuan program Hari Ritel Nasional adalah untuk mendorong usaha kecil dan menengah (UMKM). Pada acara HRN yang paling penting dalam program ini, seleksi produk, kurasi produk, kelas pendampingan, dan showcase UMKM (Business Matching) diadakan. Selama kegiatan berlangsung, penulis terlibat dalam pengumpulan data UMKM yang berpartisipasi dalam program ini, melakukan pengecekan administrasi, dan membantu menyiapkan kebutuhan dokumentasi.

Penulis bertanggung jawab penuh terhadap ketiga program tersebut dan harus memastikan seluruh kebutuhan administrasi, koordinasi, dan laporan kegiatan terpenuhi dengan baik. Rata-rata penulis menangani beberapa aktivitas setiap minggunya, termasuk pengecekan data, penyusunan materi pendukung, serta pengumpulan dokumentasi untuk seluruh program CSR yang dipegang.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam mengembangkan program sosial, perusahaan harus memastikan bahwa setiap inisiatif memenuhi tujuan keberlanjutan perusahaan dan bermanfaat bagi masyarakat. Proses ini dilakukan melalui pendekatan yang disebut aktivasi CSR, yang merupakan kumpulan tindakan yang memastikan bahwa program CSR beroperasi dengan efektif dari perencanaan hingga pengukuran dampaknya. Implementasi CSR terdiri dari berbagai langkah, yaitu *planning*, *execution*,

monitoring, dan *reporting* (Coombs & Holladay, 2011). Tahapan-tahapan ini saling berhubungan untuk memastikan program yang tepat sasaran dan berkelanjutan.

CSR Activation Specialist pada dasarnya menekankan betapa pentingnya merencanakan dengan baik sebelum memulai sebuah program. Dalam tahap *planning*, proses termasuk menentukan tujuan program, membuat strategi pelaksanaan, dan mempersiapkan kebutuhan administratif seperti data penerima manfaat, jadwal kegiatan, dan koordinasi awal dengan pihak eksternal. Selama praktik kerja magang, penulis membantu menyusun data peserta kegiatan, membuat dokumen pendukung, dan memastikan bahwa semua kebutuhan teknis disusun secara sistematis sebelum program dilaksanakan di lapangan. Tahap perencanaan sangat penting karena menentukan jalan dan keberhasilan program di tingkat berikutnya (Coombs & Holladay, 2011).

Fase kedua adalah *execution*, yang berarti melakukan pekerjaan langsung di lapangan sesuai dengan rencana. Pada tahap ini, sebagai bagian dari proses pertanggungjawaban program, penulis terlibat dalam penataan aktivitas, pengelolaan peserta, dan dokumentasi pelaksanaan. Ini termasuk bekerja sama dengan komunitas atau mitra setempat, memastikan alur kegiatan bekerja dengan baik, dan memantau penggunaan logistik agar sesuai kebutuhan. Pada tahap ini, tindakan dianggap sebagai inti dari aktivasi CSR karena interaksi dengan masyarakat dan penerima manfaat secara langsung (Coombs & Holladay, 2011).

Tahap berikutnya adalah *monitoring*, di mana program dipantau untuk memastikan semua operasi berjalan sesuai rencana. Penulis juga mencatat berbagai dinamika yang terjadi di lapangan, mulai dari alur kegiatan, respon peserta, hingga penyesuaian yang perlu dilakukan selama program berlangsung. Proses pengawasan memiliki peran penting untuk melihat sejauh mana kegiatan memberi manfaat bagi peserta serta memastikan pelaksanaan tetap berjalan sesuai rencana. Setelah seluruh rangkaian selesai, penyusunan laporan menjadi tahapan penutup yang merangkum hasil dan temuan semua program. Dan ini adalah pembuatan laporan akhir yang mencakup hasil kegiatan, dokumentasi visual, rekapitulasi peserta, dan evaluasi dampak program. Pada tahap ini, penulis membantu dalam pembuatan laporan pasca-aktivasi untuk digunakan sebagai bagian dari

pertanggungjawaban kepada tim internal dan pemangku kepentingan lainnya. Selain itu, laporan berfungsi sebagai dasar untuk menilai keberhasilan program dan menentukan perbaikan yang diperlukan untuk implementasi CSR di masa mendatang (Coombs & Holladay, 2011).



Gambar 3. 2 Four Stages of CSR Event Implementation
(Sumber : The Entertainment and Media Institute, 2025)

3.2.2.1 Planning

Planning adalah langkah penting dalam menyusun program komunikasi dan kegiatan CSR perusahaan. Pada titik ini, penulis mulai menguraikan kebutuhan program, menentukan alur pelaksanaan, dan menciptakan strategi komunikasi terbaik. *Planning* membentuk dasar yang memungkinkan program dijalankan dengan cara yang terukur, terorganisir, dan sesuai dengan tujuan organisasi (Robbins & Judge, 2019). Menurut (Cornelissen, 2020), membaca dan memahami dokumen permintaan eksternal merupakan langkah penting dalam komunikasi korporat karena menentukan relevansi dan kelayakan program.

Setelah memahami kebutuhan eksternal, penulis membuat tujuan internal program agar sesuai dengan tujuan perusahaan. Sampai saat ini, penulis telah memastikan bahwa jenis bantuan yang diberikan sesuai dengan tanggung jawab

perusahaan dalam komunikasi dan aktivasi CSR. Carroll & Buchholtz (2018), menekankan bahwa keberhasilan CSR tidak hanya diukur dari jumlah bantuan yang diberikan, tetapi juga bagaimana kontribusi tersebut menunjukkan nilai perusahaan, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, dan memiliki dampak sosial yang berkelanjutan. Karena itu, dukungan produk dipilih karena dapat menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekosistem ritel nasional sekaligus meningkatkan pengalaman peserta. Selama proses ini, keuntungan produk, kesesuaian dengan karakter acara, citra merek, dan ketersediaan persediaan di gudang dipertimbangkan. Menurut (Wibisono, 2020), perencanaan program CSR harus mempertimbangkan kesesuaian antara kebutuhan stakeholder dan sumber daya internal agar program berjalan efektif dan tidak menimbulkan beban yang tidak proporsional.

Penulis mengumpulkan berbagai produk, seperti snack, makanan siap untuk dimakan, dan kebutuhan pribadi. Kemudian mereka menilai masing-masing berdasarkan relevansinya, daya dukung acara, dan keuntungan bagi peserta. Penulis membuat rancangan anggaran yang mencakup jumlah produk, harga satuan, dan perkiraan biaya total setelah produk dipilih. Selama proses pembuatan anggaran, standar CSR perusahaan terdiri dari prinsip transparansi dan akuntabilitas (Ismail, 2009). Anggaran disusun secara rinci untuk menghindari kesalahan perhitungan dan memberikan gambaran yang jelas kepada direktur selama proses persetujuan. Untuk memastikan harga yang tercantum sesuai dengan data terbaru, tahap *budgeting* juga melibatkan konsultasi singkat dengan tim terkait dan pengecekan ulang ketersediaan stok.

Tahap *planning* atau *program concepting* merupakan tahap awal yang harus dilakukan sebelum program CSR dijalankan. Pada saat ini, kegiatan masih berkonsentrasi pada pembuatan gagasan dan rancangan program yang luas. Penulis sebagai *CSR Activation Specialist Intern*, terlibat dalam proses perencanaan awal dengan membantu tim menyiapkan kebutuhan program agar kegiatan dapat berjalan lancar di langkah selanjutnya. Pada tahap ini, penulis membantu menyusun kebutuhan program sesuai dengan tujuan kegiatan CSR. Penulis harus mempelajari latar belakang, individu yang menerima manfaat, dan kegiatan sosial yang akan

dilakukan pertama. Penulis juga berpartisipasi dalam diskusi tim internal untuk memastikan bahwa ide kegiatan sesuai dengan nilai dan citra perusahaan. Melalui proses ini, penulis menemukan bahwa *planning* tidak hanya terkait dengan konsep kegiatan tetapi juga memastikan bahwa kegiatan tersebut dapat dilakukan.

Penulis juga membantu dalam membangun alur kerja sederhana yang berfungsi sebagai peta jalan untuk menjalankan program, mulai dari tahap *planning* hingga kegiatan yang harus dilakukan. Alur kerja ini memudahkan koordinasi antar anggota tim dan membagi tugas. Melalui proses ini, penulis menyadari bahwa *planning* yang jelas dapat meminimalkan kendala saat kegiatan berlangsung. Dalam tahap *planning*, penulis juga membantu mengumpulkan informasi terkait kebutuhan kegiatan, termasuk produk yang akan digunakan dalam program CSR, seperti makanan siap konsumsi dan perlengkapan pendukung lainnya. Jenis produk yang dipilih juga dipengaruhi oleh jenis bisnis dan kebutuhan penerima manfaat. Selama proses ini, penulis menemukan bahwa pemilihan produk untuk program CSR harus dilakukan dengan hati-hati agar peserta acara benar-benar mendapatkan manfaatnya.

Penulis membantu menghitung biaya sederhana berdasarkan jumlah barang yang digunakan yang dilakukan untuk menjamin bahwa orang dapat berpartisipasi dalam kegiatan sesuai dengan kemampuan mereka. Penulis mengetahui dari proses bahwa perhitungan biaya harus dilakukan sejak awal. Daftar penerima dan jadwal kegiatan adalah data penting yang disusun oleh penulis sebelum pelaksanaan. Dengan persiapan yang tepat, kegiatan di lapangan dapat berjalan lebih lancar. Dari pengalaman mereka sendiri, penulis menyadari bahwa tingkat kelancaran kegiatan CSR sangat dipengaruhi oleh kesiapan awal.

Oleh karena itu, *planning* harus mencakup analisis kebutuhan, koordinasi tujuan, pemilihan produk, penyusunan anggaran, dan penyusunan proposal resmi perusahaan untuk mendukung Hari Ritel Nasional pada tahun 2025. Dengan melakukan proses ini secara konsisten, kontribusi perusahaan memberikan nilai strategis bagi hubungan dan reputasi perusahaan.

3.2.2.2 Execution

Setelah tahap awal perencanaan selesai, penulis mulai melakukan kegiatan pertama dalam rangkaian peluncuran Hari Ritel Nasional (HRN) 2025. Ini dimulai dengan registrasi dan menyambut tamu, termasuk pelaku UMKM, stakeholder eksternal, media nasional, dan tamu penting seperti perwakilan pemerintah dan kementerian terkait (KEMENKOPUKM, 2024). Pada tahap ini penulis bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh proses registrasi sesuai dengan daftar undangan panitia. Menurut (Allen, 2010), mendaftar di meja depan, tempat penyelenggara dan pertama kali berinteraksi dengan peserta merupakan bagian dari manajemen acara. Kualitas interaksi saat ini sangat penting untuk persepsi acara secara keseluruhan tamu. Selama proses, penulis mencocokkan identitas tamu, memberikan informasi tentang alur acara dan lokasi kegiatan, dan mengarahkan peserta ke area utama. Menurut teori pertemuan layanan yang dikemukakan oleh (Bitner, 1992), interaksi langsung antara *frontliner* dan peserta sangat mempengaruhi kesan profesional dan kredibilitas penyelenggara. Ini semakin penting karena acara HRN 2025 memiliki banyak tamu strategis, termasuk pejabat kementerian, perwakilan APRINDO, dan jurnalis nasional yang bertanggung jawab untuk komunikasi dan publikasi.

Menurut (Telfer, 2000), keramahan dalam penyambutan adalah kunci untuk menciptakan pengalaman acara yang positif dan keadaan registrasi yang cukup padat menuntut penulis untuk bekerja dengan cepat, efektif, dan tetap mengikuti standar *hospitality*. Pada dokumentasi kegiatan, terlihat bahwa penulis bekerja sama dengan panitia lain untuk memastikan bahwa meja registrasi yang dimulai dari daftar nama, identitas tamu, hingga perlengkapan acara tertata dengan cara yang sesuai dengan prosedur operasi kegiatan menurut (Goldblatt, 2014). Keterlibatan langsung ini membantu penulis memahami bahwa registrasi tidak hanya bersifat administratif tetapi juga merupakan tahap pertama pemikiran yang berdampak besar pada reputasi penyelenggara (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, tahap registrasi dapat dipandang sebagai fondasi strategis yang memastikan arus kedatangan peserta berlangsung lancar sekaligus menegaskan bahwa acara dimulai dengan standar protokoler yang formal, terorganisasi, dan mencerminkan kualitas penyelenggaraan HRN 2025.



Gambar 3. 3 Kegiatan Launching Hari Ritel Nasional
(Sumber : Dokumentasi Perusahaan, 2025)

Penulis kemudian mengikuti sesi kurasi UMKM dan pertemuan bisnis. Kedua kegiatan ini merupakan bagian penting dari proses pemilihan UMKM terbaik untuk bekerja sama dengan jaringan ritel kontemporer. Pada titik ini, penulis langsung terlibat dalam proses penilaian produk UMKM yang telah dikurasi oleh APRINDO, mulai dari mencicipi produk makanan dan minuman hingga menilai

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

kualitas bahan baku, varian rasa, dan estetika kemasan. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa evaluasi produk tidak dapat dilakukan tanpa mempertimbangkan tiga dimensi utama yaitu kualitas inti, fitur dan desain kemasan. Oleh karena itu, proses kurasi membutuhkan evaluasi menyeluruh dari semua atribut tersebut. Setiap produk UMKM memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga penilaian tidak hanya terfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada kesiapan UMKM untuk memasuki pasar ritel modern dari segi konsistensi produk dan kapasitas operasional. Metode ini sejalan dengan temuan (Tambunan, 2019), yang menyatakan bahwa stabilitas produksi dan kemampuan untuk memenuhi permintaan dalam jumlah besar secara berkelanjutan adalah hambatan terbesar bagi UMKM dalam masuk ke ritel kontemporer. Penulis terlibat dalam diskusi internal dalam kegiatan kurasi untuk menentukan produk mana yang paling cocok untuk dimasukkan ke jaringan Alfamart. Mereka mempertimbangkan kelayakan harga, standar keamanan pangan, dan kesesuaian dengan preferensi ritel konsumen. Ini sejalan dengan ide pasar siap dari (Choi & Gray, 2008), yang menekankan bahwa keberhasilan sebuah produk masuk ke pasar kontemporer ditentukan oleh kesesuaiannya dengan kebutuhan konsumen dan kepatuhannya terhadap peraturan industri pangan.

Selain itu, proses penggabungan bisnis yang berlangsung menghubungkan UMKM dengan berbagai pihak, seperti distributor, pembeli ritel, dan konsultasi bisnis, sehingga membuka lebih banyak peluang kerja sama yang dapat membantu pertumbuhan mereka. Teori kecocokan bisnis ini sesuai dengan penelitian (Porter, 1998) tentang pengembangan kelompok, yang menyatakan bahwa interaksi antara bisnis dan pihak berwenang menghasilkan nilai tambahan melalui pertukaran informasi dan kesempatan untuk bekerja sama. Penulis menemukan bahwa produsen UMKM memiliki kesempatan untuk memperkenalkan produk mereka secara langsung kepada pihak ritel. Ini termasuk menunjukkan latar belakang pembuatan produk, fitur unik yang membedakannya, dan jalan yang ingin mereka ambil untuk mengembangkan merek mereka. Menurut Kotler & Keller (2016), identitas dan cerita di balik produk sangat mempengaruhi persepsi konsumen.

Mereka menekankan bahwa proses pemaparan merupakan bagian penting dari pembentukan nilai sebuah merek. Dalam dokumentasi kegiatan, penulis meninjau stan UMKM, mencoba sampel produk, dan mencatat kelebihan dan kekurangan berdasarkan standar kurasi ritel kontemporer, seperti yang dijelaskan (Goldsmith & Flynn, 2015) terkait framework evaluasi produk untuk pasar konsumen barang. Kegiatan ini menunjukkan cara UMKM memilih secara profesional, terstruktur, dan berbasis data. Penulis telah memahami proses kurasi secara menyeluruh, yang tidak semata-mata menilai kualitas produk secara sensorik. Proses ini juga berkaitan dengan kesesuaian rantai pasokan, kemampuan UMKM untuk memenuhi permintaan pasar massal, dan kemungkinan kemitraan yang bertahan lama. Oleh karena itu, sesi kurasi UMKM merupakan bagian penting dari pembentukan ekosistem ritel yang lebih inklusif, kompetitif, dan ditujukan untuk pengembangan UMKM yang berdaya saing tinggi.



Gambar 3. 4 Kegiatan Business Matching Hari Ritel Nasional
(Sumber : Dokumentasi Perusahaan, 2025)

Selain itu, penulis berpartisipasi dalam penyelenggaraan kelas online UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi dasar para pelaku usaha dalam proses pengembangan bisnis mereka. Dalam kelas ini, narasumber dari berbagai bidang berbicara tentang topik-topik penting seperti *branding*, pemasaran

digital, pengelolaan keuangan, peningkatan kualitas kemasan produk, dan strategi untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan (Freeman, 2010). Penulis mengikuti seluruh sesi untuk memahami bagaimana program edukasi UMKM dirancang agar bersifat sederhana, mudah dipahami, tetapi tetap aplikatif, sehingga dapat langsung diterapkan dalam operasional bisnis sehari-hari. Dalam konteks teori pengembangan UMKM, pendekatan edukatif semacam ini sejalan dengan pandangan (Tambunan, 2019) yang menekankan bahwa peningkatan kapasitas kewirausahaan merupakan faktor yang sangat menentukan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, materi mengenai pemanfaatan media sosial untuk membangun *awareness*, menyusun konten promosi yang tepat sasaran, serta melakukan inovasi produk untuk menghadapi persaingan pasar, sejalan dengan model pemasaran digital yang dijelaskan oleh (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2016), bahwa UMKM membutuhkan strategi komunikasi yang terstruktur agar dapat memperkuat hubungan dengan konsumen.

Selama kelas berlangsung, penulis mencatat beberapa poin penting yang dibagikan narasumber, termasuk studi kasus mengenai UMKM yang berhasil berkembang setelah menerima pendampingan edukatif, yang mencerminkan prinsip *capacity building* sebagaimana dijelaskan oleh (Grindle, 1997). Sebaiknya, penulis melihat bagaimana peserta UMKM aktif berbicara tentang berbagai masalah nyata yang mereka hadapi saat menjalankan bisnis. Tantangan ini termasuk keterbatasan modal, hambatan produksi, dan kesulitan menerima strategi pemasaran yang tepat. Dalam dokumentasi kegiatan ini, ada tampilan layar kelas online, infografis materi, dan interaksi dua arah antara narasumber dan peserta. Ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran partisipatif adalah komponen penting dalam proses pemberdayaan UMKM. Melalui kegiatan ini, terlihat bahwa HRN tidak hanya berfokus pada proses pemilihan UMKM tetapi juga sangat memperhatikan peningkatan kapasitas pelaku usaha agar mereka dapat bersaing di ekosistem ritel kontemporer. Bagi penulis, kelas ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana edukasi bisnis dapat berfungsi sebagai alat strategis untuk

mendorong pertumbuhan berkelanjutan usaha kecil dan menengah (UMKM). Oleh karena itu, kelas ini menjadi bagian penting dari program luas Road to HRN 2025.



Gambar 3. 5 Kegiatan Kelas Online Untuk UMKM Hari Ritel Nasional
(Sumber : Dokumentasi Perusahaan, 2025)

Sebagai bagian dari rangkaian kegiatan menuju HRN 2025, penulis mengikuti Seminar Nasional Ritel yang diadakan selama tiga hari dengan fokus pada tiga tema besar yaitu, *Technology – Powered Retail*, *InspiREtail*, dan *Sustainability*. Ketiga tema ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada peserta mengenai arah strategi HRN 2025 sekaligus membaca perkembangan terbaru dalam sektor ritel nasional. Selain itu, Google Cloud, Bank Mandiri, Alfagift, Kementerian Perdagangan, BPJS Ketenagakerjaan, BAPANAS, dan lembaga pemerintahan utama lainnya hadir di acara tersebut, memberikan pemahaman lintas sektor. Fokus utama seminar ini adalah berbagai masalah strategis seperti transformasi digital, efisiensi rantai pasokan, penguatan elemen manajemen risiko dan kepatuhan, integrasi UMKM ke dalam jaringan ritel kontemporer, dan jalan menuju keberlanjutan industri ritel. Ritel modern kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi tetapi juga menjadi pusat penting dalam distribusi nasional dan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, perkembangan teknologi yang semakin cepat dianggap sangat penting (Levy et al., 2014).

Selain itu, sesi yang mengangkat tema *Tech-Powered Retail* memberikan penjelasan lebih lanjut tentang berbagai cara teknologi digital, seperti *cloud computing*, analisis data berskala besar, dan sistem otomatisasi, dapat meningkatkan efisiensi operasional ritel. Hal ini sejalan dengan (Laudon & Traver, 2017), yang menekankan bahwa integrasi teknologi dalam ekosistem perdagangan modern sangat penting untuk memaksimalkan pengalaman pelanggan, kecepatan layanan, dan ketepatan pengambilan keputusan. Pada hari kedua, tema *InspiREtail* berbicara tentang strategi inovatif, cerita merek, dan inovasi untuk meningkatkan daya saing ritel di tengah perubahan preferensi pelanggan. Perilaku konsumen saat ini membutuhkan layanan *omnichannel*, personalisasi, dan pengalaman berbelanja yang lebih intuitif, menurut narasumber. Ide-ide ini terkait erat dengan teori perilaku konsumen (Kotler & Armstrong, 2018). Penulis mencatat sesi diskusi panel yang membahas masalah UMKM dalam mencapai konsistensi produksi dan standar distribusi. Dan juga membahas bagaimana ritel kontemporer dapat bekerja sama secara strategis dengan UMKM untuk naik kelas. Hal ini terkait dengan gagasan (Prahalad & Ramaswamy, 2004) tentang nilai *co-creation*, yang berarti bahwa bisnis besar dan kecil bekerja sama untuk menghasilkan nilai terbaik.

Pada hari ketiga, seminar dengan tema *Sustainability* berfokus pada masalah keberlanjutan di lingkungan ritel kontemporer, termasuk pengelolaan rantai pasokan berkelanjutan, efisiensi energi gerai ritel, pengurangan limbah, dan kebijakan pemerintah tentang ketahanan pangan dan perlindungan pekerja (Kartikasari, 2025). Pembicara dari BPJS Ketenagakerjaan dan BAPANAS menjelaskan betapa pentingnya membangun ekosistem ritel yang dapat bertahan dalam jangka panjang (Bapanas, 2024). Selain itu, mereka berbicara tentang bagaimana usaha kecil dan menengah (UMKM) dapat mendukung keberlanjutan ekonomi dengan menerapkan praktik produksi yang bertanggung jawab. Pembicaraan ini menguatkan gagasan (Elkington, 1997) tentang konsep *three bottom line*, yang mengatakan bahwa keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan mendukung keberlanjutan bisnis. Ketika membahas tantangan implementasi *sustainability* dalam ritel Indonesia, dokumentasi kegiatan sesi ini menunjukkan

suasana auditorium, presentasi, dan interaksi aktif antara peserta dan narasumber. Melalui rangkaian seminar ini, penulis memahami bahwa Road to HRN 2025 bukan hanya kegiatan pra-acara, tetapi sebuah forum strategis nasional untuk menyelaraskan arah pengembangan ritel Indonesia. Seminar ini menunjukkan bagaimana *digital transformation*, *suplly chain excellence*, *UMKM integration*, *risk & compliance*, dan *sustainability roadmap* harus berjalan secara paralel untuk menghadapi tantangan industri yang semakin kompleks. Dengan mengikuti keseluruhan sesi, penulis memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran ritel modern sebagai penggerak ekonomi serta sebagai mitra utama UMKM untuk tumbuh secara berkelanjutan. Seminar ini memberikan landasan konseptual dan strategis yang memperkuat makna HRN 2025 sebagai platform kolaborasi nasional bagi pemerintah, pelaku ritel, dan UMKM.



Gambar 3. 6 Kegiatan Seminar Nasional Ritel Road to Hari Ritel Nasional
(Sumber : Dokumentasi Perusahaan, 2025)

Diumumkan bahwa UMKM yang terpilih akan memiliki akses distribusi di gerai Alfamart, puncak Hari Ritel Nasional 2025 menjadi momen yang paling dinanti. Pada sesi ini, panitia mengumumkan UMKM yang berhasil melalui proses kurasi panjang. Proses ini mencakup penilaian kualitas produk, kesesuaian harga,

konsistensi produk, dan potensi bisnis jangka panjang. Pengumuman pemenang sangat meriah karena antusiasme peserta dan tamu undangan. Penulis mencatat peristiwa tersebut, termasuk ekspresi para UMKM yang berhasil lolos dan sekarang memiliki peluang strategis untuk memasarkan produk mereka melalui jaringan ritel kontemporer yang memiliki ribuan toko di seluruh Indonesia. Selama proses ini, jelas bahwa HRN memiliki dampak nyata terhadap keberlanjutan usaha pelaku UMKM. Sejalan dengan pendapat Kotler & Keller (2016) perluasan akses pasar merupakan komponen penting dalam meningkatkan nilai merek dan mempercepat pertumbuhan usaha kecil. Selain itu, kegiatan puncak ini memperkuat komitmen ritel kontemporer untuk mendukung perekonomian lokal dengan memasukkan UMKM ke dalam rantai pasokan formal. Ini adalah prinsip yang selaras dengan konsep *value chain* inklusif yang diuraikan oleh (Kaplinsky & Morris, 2001). Penulis melihat bahwa aspek produk bukan satu-satunya hal yang dipertimbangkan selama proses pemilihan.

Selain itu, UMKM harus siap untuk memenuhi standar operasional ritel kontemporer, seperti konsistensi suplai dan kepatuhan terhadap regulasi. Ini sejalan dengan temuan (Christopher, 2016) tentang pentingnya kepercayaan dalam manajemen rantai pasok. Panggung utama, penyerahan simbolis kepada UMKM terpilih, dan semangat seluruh peserta ditunjukkan dalam dokumentasi kegiatan. Melalui rangkaian acara ini, HRN menunjukkan kemampuan untuk berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan UMKM dengan industri ritel kontemporer, menghasilkan kerja sama yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Karena itu, sesi puncak ini sangat penting untuk rangkaian HRN 2025 secara keseluruhan karena memberikan dampak nyata dan langsung pada percepatan pertumbuhan UMKM nasional.



Gambar 3. 7 Kegiatan Puncak Acara Hari Ritel Nasional
(Sumber : Dokumentasi Perusahaan, 2025)

3.2.2.3 Monitoring

Penulis melihat bagaimana penyelenggara kegiatan CSR memantau seluruh tindakan agar sesuai dengan rencana awal pada tahap monitoring. Proses ini dilakukan dengan mengumpulkan data secara berkala, mengevaluasi kemajuan setiap bagian program, dan memastikan bahwa sasaran yang ditetapkan pada tahap rencana dan implementasi tercapai. Melacak progress (*track progress*) dan mengevaluasi tindakan (*evaluate actions*) adalah dua poin utama dalam *monitoring* model implementasi CSR. Dalam Model Kinerja Sosial Perusahaan, (Wood, 1991) menguraikan kedua poin ini dan menekankan bahwa pemantauan berfungsi sebagai mekanisme kontrol internal untuk memastikan bahwa pelaksanaan CSR tetap sesuai dengan tujuan organisasi. Wood menjelaskan bahwa *monitoring* bukan hanya pencatatan teknis, tetapi juga proses reflektif untuk menilai apakah tindakan CSR benar-benar memberikan dampak sosial yang diharapkan.

Selain itu, Carroll (1991) berpendapat bahwa efektivitas CSR sangat dipengaruhi oleh cara perusahaan menilai dan mengukur tindakan mereka secara berkelanjutan. Hal ini dapat dikaitkan dengan fase *monitoring*. Carroll (1991) menyatakan bahwa organisasi harus melakukan pengawasan rutin untuk mengetahui apakah program CSR telah menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan atau apakah perlu penyesuaian tambahan. Misalnya, dalam kegiatan HRN 2025, *monitoring* dilakukan dengan melacak keterlibatan peserta UMKM dalam kelas online, mengevaluasi kemajuan kualitas produk, memastikan bahwa produk memenuhi standar ritel kontemporer, dan mencatat respons peserta selama diskusi. Kegiatan ini menunjukkan betapa pentingnya proses *monitoring* untuk mengevaluasi kesiapan UMKM untuk melanjutkan ke tahap seleksi berikutnya.

(Patton, 2008) memperkuat ide *monitoring* dengan menggunakan pendekatan evaluasi yang berpusat pada utilitas. Dia mengatakan bahwa proses pemantauan harus difokuskan pada bagaimana hasil evaluasi akan digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Dalam konteks HRN 2025, hasil *monitoring* dipakai untuk menentukan UMKM mana yang perlu diberikan pendampingan tambahan, serta memperbaiki bagian-bagian program yang belum optimal. Oleh karena itu, pemantauan tidak berdiri sendiri, tetapi berfungsi sebagai penghubung antara pelaksanaan dan laporan, memastikan bahwa semua hasil yang diperoleh selama kegiatan dapat diolah menjadi laporan yang akurat dan berguna.

Menurut dokumentasi penulis, pengawasan mencakup pengumpulan data visual seperti tangkapan layar kegiatan, catatan interaksi antara narasumber dan peserta, dan daftar kemajuan UMKM selama program. Metode pengawasan ini sejalan dengan pendapat (Harry, 2006) yang menyatakan bahwa penerapan indikator kualitatif dan kuantitatif sangat penting untuk mengetahui seberapa efektif sebuah program sosial. Oleh karena itu, tahap *monitoring* dalam HRN 2025 tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi, tetapi juga merupakan bagian dari rencana strategis untuk menjamin keberlanjutan inisiatif CSR dan pencapaian tujuan jangka panjang.

Dalam implementasi program CSR, tahap *monitoring* adalah proses pengawasan sistematis yang bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas yang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana serta menghasilkan dampak yang diharapkan. (Wood, 1991) mengatakan bahwa *monitoring* adalah mekanisme kontrol internal yang membantu organisasi menilai apakah tindakannya sesuai dengan tujuan CSR. *Monitoring* tidak hanya berfokus pada pencatatan administratif, tetapi juga mencakup proses evaluatif untuk menilai kualitas pelaksanaan, efektivitas kegiatan, serta perubahan yang terjadi pada penerima manfaat. Menurut Carroll (1991), keberhasilan CSR sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk melakukan pengawasan terus menerus terhadap operasinya, termasuk mengukur capaian, mengidentifikasi tantangan, dan menemukan solusi untuk memperbaiki. Menurut (Patton, 2008) Evaluasi Berpusat Penggunaan berarti bahwa informasi yang diperoleh dari pengawasan harus digunakan selama proses pengambilan keputusan. Ini dilakukan agar setiap temuan dapat membantu meningkatkan kualitas program. Akibatnya, pengawasan berfungsi sebagai penghubung antara tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi, yang dilakukan pada tahap laporan.

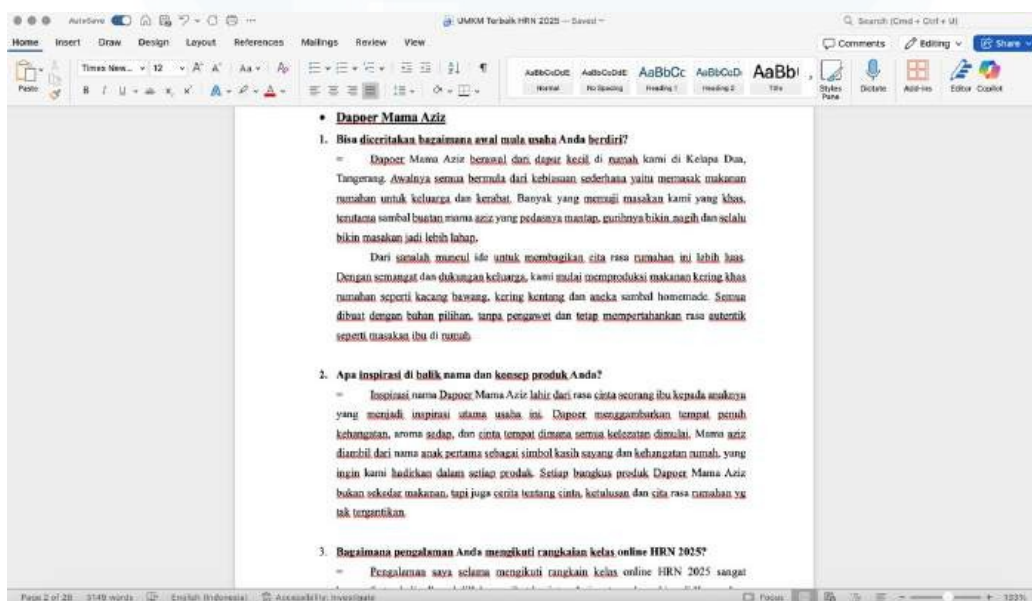
Dalam konteks pekerjaan penulis sebagai CSR Activation Specialist Intern di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, gambar tersebut secara langsung menggambarkan tugas *monitoring* yang penulis jalankan setiap bulannya. Penulis melakukan rekapitulasi seluruh kegiatan sosial Alfamart, termasuk program pemberdayaan UMKM, kegiatan donor darah, posyandu, hingga aktivitas dukungan eksternal lainnya. Setiap kegiatan yang sudah dieksekusi oleh tim CSR dicatat dalam format yang sama seperti pada gambar, lengkap dengan dokumentasi, detail teknis, dan keterangan perkembangan kegiatan. Selain itu, rekap ini digunakan sebagai dasar evaluasi internal untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai rencana dan sebagai sumber untuk menyusun laporan pada tahap laporan. Akibatnya, gambar tersebut lebih dari sekedar daftar kegiatan yang menunjukkan proses *monitoring* yang dilakukan secara sistematis, terukur, dan sesuai dengan standar evaluasi CSR yang berlaku.

3.2.2.4 Reporting

Program CSR melanjutkan ke tahap berikutnya setelah rangkaian *monitoring* selesai. Proses ini mencakup merangkum, mengolah, dan menampilkan seluruh hasil dari implementasi program. Menurut perspektif *Corporate Social Performance* yang dikemukakan (Wood, 1991), laporan berfungsi sebagai cara untuk membuat perusahaan bertanggung jawab kepada para pemangku kepentingannya dengan menyampaikan hasil kegiatan secara objektif, sistematis, dan dapat dilacak. Laporan ini menunjukkan sejauh mana program dijalankan sesuai dengan tujuan dan dampak yang diharapkan. Sebagaimana dinyatakan oleh Carroll (1991), pelaporan CSR juga menunjukkan bahwa organisasi berkomitmen untuk tidak hanya melakukan aktivitas tetapi juga memastikan bahwa nilai dan manfaat sosial program disampaikan. Kegiatan penyampaian pada program HRN 2025 dilakukan dengan menggabungkan semua data hasil *monitoring*. Data ini terdiri dari informasi kuantitatif, seperti tingkat kehadiran peserta, partisipasi UMKM, dan perkembangan produk, serta data kualitatif, seperti hasil wawancara dan dokumentasi visual. Selain mengumpulkan data, proses ini juga menciptakan alur cerita tentang perjalanan para peserta UMKM sepanjang program, yang menunjukkan peran perusahaan dalam meningkatkan kapasitas mereka. Metode ini sejalan dengan prinsip evaluasi yang berpusat pada utilitas dari Creswell (2014), yang menekankan bahwa laporan harus dibuat sehingga dapat digunakan oleh pihak pengambil keputusan untuk memperbaiki desain dan efektivitas program di masa mendatang.

Dalam tahap ini, penulis berperan menyusun, mengedit, serta menata ulang laporan UMKM terpilih agar seluruh informasi yang disampaikan tersusun dengan runtut, konsisten, dan mencerminkan kondisi sebenarnya. Untuk memastikan dokumen tersebut layak digunakan sebagai bahan laporan akhir maupun publikasi internal tim CSR, penulis juga menyesuaikan format, alur penjelasan, dan pilihan bahasa agar memenuhi standar komunikasi perusahaan. Selain itu, semua materi naratif dan visual disesuaikan dengan pelaporan CSR PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Hal ini dilakukan agar hasil akhir dapat digunakan sebagai referensi dalam

proses pemilihan UMKM terbaik HRN 2025 dan juga menjadi arsip resmi program untuk periode berikutnya. Laporan yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai catatan kegiatan, tetapi juga memiliki peran strategis dalam menjamin akuntabilitas, memperkuat proses evaluasi, dan menjadi landasan bagi pengembangan strategi program selanjutnya. Dokumentasi tertulis seperti pada gambar memperlihatkan bahwa perusahaan menerapkan proses pelaporan secara terstruktur dan profesional, menegaskan bahwa transparansi merupakan elemen penting dalam pengelolaan program CSR besar pada reputasi penyelenggara (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, tahap registrasi dapat dipandang sebagai fondasi strategis yang memastikan arus kedatangan peserta berlangsung lancar sekaligus menegaskan bahwa acara dimulai dengan standar protokol yang formal, terorganisasi, dan mencerminkan kualitas penyelenggaraan HRN 2025.



Gambar 3. 8 Hasil Rekapan Kegiatan CSR Alfamart
(Sumber : Dokumentasi Perusahaan, 2025)

Setelah seluruh proses *monitoring* selesai, penulis memasuki tahap *reporting*. Tahap ini menyusun dan menampilkan hasil program secara keseluruhan secara sistematis. Laporan bukan sekedar merapikan data, penulis juga memastikan bahwa data lapangan diterjemahkan menjadi laporan yang mudah dipahami, dapat diukur, dan dapat dipertanggungjawabkan. Tahap ini menjadi momentum penting untuk menunjukkan bagaimana program dilaksanakan secara nyata di lapangan,

sekaligus menjadi bentuk akuntabilitas perusahaan atas seluruh kegiatan CSR yang sudah dilakukan.

Dalam kegiatan Posyandu, penulis bertanggung jawab untuk mengumpulkan, memeriksa, dan menyusun data dari berbagai cabang agar informasi menjadi lengkap dan konsisten. Penulis memastikan bahwa elemen penting seperti dokumentasi, absensi, bukti penerimaan hadiah, dan jumlah peserta tersusun secara runtut dan mudah dianalisis. Selama proses ini, penulis juga harus memastikan tidak ada data yang tertinggal, salah input, atau tidak sesuai standar laporan CSR perusahaan. Dengan menggabungkan data kuantitatif dan administratif dalam satu format, laporan menjadi dasar bagi tim CSR untuk menilai tingkat keberhasilan pelaksanaan program di setiap lokasi.

Salah satu bentuk laporan yang dibuat penulis adalah spreadsheet “Progress Report Posyandu”, yang menampilkan rekapitulasi dari berbagai cabang. Tabel ini menjadi alat penting bagi penulis untuk menilai kelengkapan data di setiap tempat. Sementara tanda strip, “v” atau “x” menunjukkan status pemenuhan komponen laporan, kolom jumlah peserta menunjukkan partisipasi warga di masing-masing cabang. Cabang yang datanya sudah lengkap dan memenuhi standar pelaporan ditunjukkan dengan highlight hijau di beberapa baris. Penulis berperan memastikan bahwa setiap tanda, angka, dan warna pada tabel memiliki dasar data yang valid dan telah diverifikasi sebelumnya.

Dengan membuat tabel, penulis dapat melihat bagaimana proses laporan berfungsi sebagai alat evaluasi dan pengambilan keputusan internal. Laporan ini jelas menunjukkan unit mana yang aktif, unit mana yang perlu diperbaiki, dan seberapa baik program dijalankan. Menurut pengalaman penulis, pelaporan yang rapi dan terorganisir seperti ini sangat membantu perusahaan dalam menilai seberapa efektif kegiatan CSR mereka dan memastikan bahwa seluruh proses dilakukan dengan transparan. Dengan kata lain, laporan Posyandu tidak hanya menjadi rangkuman angka dan informasi, tetapi juga menjadi bentuk nyata kontribusi penulis dalam menjaga standar akuntabilitas perusahaan melalui penyusunan data yang rapi, akurat, dan disusun secara profesional.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama magang sebagai CSR Activation Specialist di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, penulis menghadapi banyak masalah dan tantangan selama proses perencanaan dan pelaksanaan program, di antaranya:

3.3.1 Koordinasi divisi yang buruk

Penulis sering kesulitan menyelaraskan informasi antara tim CSR dan divisi pendukung lainnya, seperti marketing, finance, atau divisi lainnya. Karena ada perbedaan dalam cara komunikasi penulis menerima instruksi yang tidak sepenuhnya selaras dengan rencana awal tim CSR. Kondisi ini mempersulit proses persiapan aktivasi di lapangan dan menimbulkan keraguan tentang pembagian tugas.

3.3.2 Terdapat perubahan jadwal dan kebutuhan program yang terjadi secara mendadak

Dalam aktivitas CSR, banyak kegiatan lapangan yang bergantung pada kesiapan mitra, komunitas, maupun lokasi target. Penulis sering mengalami perubahan cepat dalam jadwal mereka selama magang karena kebutuhan teknis seperti penyesuaian jumlah peserta, format kegiatan, dan logistik. Hal ini berarti bahwa penulis harus melakukan penyesuaian segera dan memastikan bahwa semua bagian program memenuhi standar.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk memastikan program berjalan lancar dan mencapai tujuan, beberapa tindakan telah diambil untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi penulis selama pelaksanaan kegiatan CSR Activation Specialist di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, di antaranya:

3.4.1 Meningkatkan kejelasan dan koordinasi alur komunikasi

Untuk mengatasi miskomunikasi antar divisi, penulis menerapkan kebiasaan melakukan *confirmation message* setiap kali menerima instruksi, baik melalui chat kepada supervisor atau menyampaikan langsung kepada supervisor. Penulis juga selalu membuat ringkasan tugas harian dalam bentuk *checklist* yang disetujui oleh atasan agar tidak terjadi perbedaan pemahaman mengenai tanggung

jawab. Langkah ini membantu memperjelas peran masing-masing tim dan mencegah kesalahan informasi selama proses persiapan program kegiatan.

3.4.2 Mempersiapkan rencana cadangan dan fleksibilitas kerja

Menghadapi perubahan jadwal dan kebutuhan program yang mendadak, penulis mulai menyiapkan beberapa alternatif rancangan kegiatan (*backup plan*) yang bisa dilakukan jika terjadi perubahan. Penulis juga berkoordinasi lebih awal dengan pihak eksternal untuk memastikan kesiapan mereka, serta melakukan *follow-up* secara berkala menjelang hari pelaksanaan. Metode ini membuat penulis lebih siap menghadapi situasi yang tidak terduga dan mengurangi masalah yang terjadi selama program berlangsung.