BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kegiatan yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat, dengan tujuan menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat. Maraknya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut merupakan salah satu upaya untuk mengimplementasikan Undang-Undang Terbatas (UU PT) No. 40 Tahun 2007 yang mewajibkan perseroan terbatas untuk melaksanakan tanggungjawab sosial kepada masyarakat. dalam rangka memberikan kontribusi positif perusahaan untuk masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) sendiri dapat didefinisikan sebagai tanggungjawab sosial perusahaan terhadap komunitas atau warga sekitar tempat operasional perusahaan untuk dapat menyeimbangkan dan menselaraskan antara kebutuhan atau sasaran ekonomi, lingkungan, dan sosial. Tanggungjawab sosial perusahaan ini sangat menekankan nilai moral dan etis, yaitu bagaimana perusahaan bersikap dan berusaha untuk mencapai hasil terbaik dengan tidak merugikan komunitas atau warga sekitar, tetapi perusahaan tetap berperan dalam pembangunan dan berkontribusi untuk masyarakat sekitar.

Johnson and Johnson dalam (Hadi, 2011:46) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut "*Corporate Social*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society". Definisi tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Hadi, 2011:46).

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat ini harus dilakukan oleh perusahaan untuk memberi tanda bahwa perusahaan ingin terus dekat dengan masyarakat. Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat. Artinya, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut seharusnya bukan hanya sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan yang wajib dilaksanakan oleh sebuah perusahaan hanya karena terikat kewajiban saja, tetapi *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dilaksanakan sebagai upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Semakin popular kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini, membuat banyak perusahaan khususnya di Indonesia kini memiliki divisi khusus yang menangani dan melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan saling berlomba-lomba untuk menunjukkan kelebihan dan eksistensi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) nya masing-masing, begitu pula dengan PT. Len Industri (Persero).

PT. Len Industri (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki usaha dalam bidang industri elektronik. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang industri elektronik, PT. Len Industri (Persero) memiliki beberapa lini bisnis antara lain ialah lini bisnis elektronika pertahanan, lini bisnis energi terbarukan, lini bisnis ICT, lini bisnis *navigation systems*, lini bisnis transportasi perkeretaapian dan lain-lain.

Beragamnya lini bisnis yang tersedia di PT. Len Industri (Persero), menjadikan teknologi yang ada di PT. Len Industri (Persero) semakin berkembang dan memiliki peran yang strategis untuk terus meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat. Oleh karena itu, agar dapat menunjang dan meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat, maka PT. Len Industri (Persero) melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sesuai dengan arahan Undang-Undang Terbatas (UU PT) No. 40 Tahun 2007 yang mewajibkan perseroan terbatas untuk melaksanakan tanggungjawab sosial kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) ditangani khusus oleh Bagian Komunikasi Korporasi yang memiliki tugas untuk mengendalikan dan mengelola kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat, PT. Len Industri (Persero) berkomitmen untuk mewujudkan perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial serta senantiasa mewujudkan masyarakat yang maju. Seperti dikutip dari *Annual Report* PT. Len Industri (Persero), untuk mewujudkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), PT. Len Industri (Persero) memiliki Visi

"Maju Bersama Masyarakat Mewujudkan Kehidupan Harmonis dan Sejahtera" serta Mengusung tagline "*Go Green, Go Smart, Go Welfare*". (*Annual Report* PT. Len Industri Persero, 2016:266).

Visi dan Tagline *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) tersebut merupakan wujud kepedulian Len kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) menjadi komitmen dan tanggung jawab perusahaan dalam menerapkan kebijakan usaha di PT. Len Industri (Persero). Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perseroan, dalam hal ini PT. Len Industri (Persero), tidak mengejar keuntungan, tetapi memberikan kontribusi terbaik kepada masyarakat serta lingkungan tempat dimana perusahaan beroperasi. Seperti yang dikutip dari *Annual Report* PT. Len Industri yakni :

> "Pelaksanaan program CSR Perseroan tidak mengejar keuntungan, tetapi memberikan kontribusi terbaik kepada masyarakat serta lingkungan tempat dimana perusahaan beroperasi. Tujuan Len yakni terciptanya hubungan yang harmonis antara perseroan dengan lingkungan dan masyarakat serta memberikan manfaat yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, dapat dikatakan kegiatan CSR Len harus menjadi bagian dari perusahaan dalam memenuhi tujuannya untuk memperoleh nilai tambah." (*Annual Report* PT. Len Industri 2016:266).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). PT. Len Industri (Persero) yang juga sejalan dengan lini bisnisnya di bidang energi terbarukan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) Program Bantuan *Solar Tree Light. Solar Tree Light* merupakan sistem pembangkit listrik tenaga surya (PLTS) yang memiliki desain unik dimana beberapa buah modul surya disusun sedemikian rupa sehingga berbentuk pohon. Secara sederhana, *Solar Tree Light*

memiliki fungsi sebagai sarana penerangan yang dapat digunakan sebagai pencahayaan atau lampu taman bagi masyarakat sekitar. Namun lebih dari itu, Program Bantuan *Solar Tree Light* ini digagas oleh PT. Len Industri (Persero) untuk memperkenalkan salah satu jenis Energi Terbarukan yakni teknologi tenaga surya dalam bentuk *Solar Tree Light. Solar Tree Light* ini yang memiliki fungsi sebagai pembangkit listrik tenaga surya (PLTS) bersifat ramah lingkungan serta dapat mengurangi pemanasan global. Sehingga, dengan adanya *Solar Tree Light* ini dapat memberikan manfaat untuk kehidupan sehari-hari apabila *Solar Tree Light* dipasang di suatu tempat.

Program Bantuan *Solar Tree Light* merupakan sebuah Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menarik untuk diteliti karena didalamnya terdapat keunikan-keunikan, yaitu Program Bantuan *Solar Tree Light* ini merupakan salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) yang sesuai dengan lini bisnis PT. Len Industri (Persero) yakni lini bisnis Energi Terbarukan. Keunikan selanjutnya terlihat dari fungsi *Solar Tree Light* yakni sebagai pembangkit listrik tenaga surya (PLTS) yang memiliki bentuk unik dan dekoratif serta ramah lingkungan, serta dapat mengurangi pemanasan global ini dapat memberikan keuntungan lebih bagi lingkungan tempat pemasangan *Solar Tree Light*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka fokus dari pertanyaan penelitian ini adalah "Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) Melalui Program Bantuan

Solar Tree Light?". Guna mendukung fokus penelitian tersebut, maka peneliti memiliki pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) melalui Program Bantuan *Solar Tree Light*?
2. Bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) melalui Program Bantuan *Solar Tree Light*?
3. Bagaimana evaluasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) melalui Program Bantuan *Solar Tree Light*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) Melalui Program Bantuan *Solar Tree Light*, adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah :

1. Untuk mengetahui perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) melalui Program Bantuan *Solar Tree Light*
2. Untuk mengetahui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) melalui Program Bantuan *Solar Tree Light*
3. Untuk mengetahui evaluasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) melalui Program Bantuan *Solar Tree Light.*

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi ilmiah bagi perkembangan Ilmu Komunikasi (*Public Relations*) khususnya pada kajian Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan didasarkan pada metode deskriptif yang dapat menggambarkan mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan untuk penelitian selanjutnya, meningkatkan pemahaman, dan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

rujukan penelitian sejenis maupun studi pembanding bagi penelitian-penelitian selanjutnya

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas bagi praktisi dan akademisi di bidang *Public Relations* dalam merencanakan melaksanakan dan mengevaluasi sebuah program *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) selanjutnya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pendapat, pikiran, dan juga umpan balik kepada PT. Len Industri (Persero) dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah atau sedang dilaksanakan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan masukan dan bahan evaluasi bagi PT. Len Industri (Persero) terkait program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menghimpun dan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung serta sumber lain yang dapat dikomparasikan guna menjadikan penelitian ini lebih kaya akan rujukan dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Pertama Skripsi yang ditulis oleh Fiqih Fauzi (2015) Mahasiswa Jurusan Kesejahteraan Sosial Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah yang berjudul "Implementasi *Corporate Social Responsibility* Pada Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan Perum Percetakan Uang Republik

Indonesia". Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif dan paradigma kontruktivisme. Fokus penelitian mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* Pada Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan Perum Percetakan Uang Republik Indonesia. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Program Kemitraan Perum Peruri dengan usaha kecil dan koperasi atau disebut Program Kemitraan adalah program guna meningkatkan kemampuan kegiatan usaha kecil untuk menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba. Rencana kerja dan realisasi kegiatan PKBL dirancang untuk meningkatkan masyarakat supaya berdaya, berkembang, dan mandiri. Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian dan pada fokus penelitian, dimana penelitian Sdra. Fiqih memfokuskan penelitiannya pada pola dan tahapan pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Sedangkan fokus penelitian penulis adalah pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Ochi Jayanti (2013) Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Komunikasi Universitas Padjadjaran yang berjudul "Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Melalui Sosial Media. Studi Kasus pada Program LG *Nutri Fridge* sebagai kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT LG Electronics Indonesia". Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan paradigma kontruktivisme. Fokus penelitian mengenai implementasi Program LG *Nutri Fridge* sebagai kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT LG Electronics Indonesia. Hasil penelitian mengungkapkan

bahwa latar belakang lahirnya ide mengenai program LG *Nutri Fridge* didasari pada tujuan LG untuk membentuk perilaku sadar gizi bagi masyarakat. Pemilihan Facebook sebagai media aplikasi karena insan media sosial adalah golongan menengah keatas yang lebih mudah menerima edukasi dan diharapkan dapat ikut menyebarkan informasi dan perilaku sadar gizi. Pemahaman *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut PR (*Public Relations)* PT LG Electronics Indonesia ialah kontribusi dan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat untuk membuat masyarakat menjadi lebih baik sesuai dengan visi perusahaan, dengan konsep keberlangsungan komunitas menolong komunitas. Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian dan fokus penelitian. Dimana pada fokus penelitian, Sdri. Ochi memfokuskan penelitiannya pada latar belakang, pemahaman *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada program LG *Nutri Fridge.* Sedangkan fokus penelitian penulis adalah pada pada proses sosialisasi dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Syifa Balqis Sonia Putri (2017) Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul "Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Bio Farma (Persero) Pada Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh. Studi Kasus Pada Divisi PKBL, CSR, dan EHS PT. Bio Farma (Persero)" Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan paradigma kontruktivisme. Fokus penelitian mengenai Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Pada Program Pelestarian

dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh. Hasil Penelitian menunjukan bahwa pengelolaan kegiatan CSR tersebut melalu empat tahap yakni dimulai dengan melakukan *social mapping* untuk menghimpun data dan fakta di lapangan, merumuskan program-program beserta tujuannya di dalam Renstra (Rencana Strategis) dan dibahas *detail* program tersebut di dalam dalam (Rencana Kerja), melaksanakan kegiatan dan melakukan monitoring dan evaluasi. Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian dan fokus penelitian dimana fokus penelitian penulis terletak pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Afda Maulihazmi (2014) Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berjudul "Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (Persero) Melalui Program 'BRI Pesat'".Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan paradigma kontruktivisme. Fokus penelitian mengenai kegiatan *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (Persero) Melalui Program 'BRI Pesat'. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa latar belakang dan tujuan diadakannya kegiatan *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (Persero) Melalui Program 'BRI Pesat' oleh Bank Rakyat Indonesia cabang Naripan adalah untuk meyadarkan seluruh elemen pasar tradisional agar mau dan mampu meningkatkan daya saingnya terhadap pasar modern, mengenai pemaknaan *Corporate Social Responsibility* melalui program tersebut ternyata dimaknai sama oleh pihak-pihak yang bekerja sama dengan Bank Rakyat Indonesia tersebut,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

yakni sebagai kegiatan sosial yang diharapkan mampu meningkatkan daya saing pasar tradisional, serta model manajemen strategis perusahaan yang meliputi analisis lingkungan, formulasi strategi, serta adanya evaluasi terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* melalui program 'BRI Pesat. Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian dan pada fokus penelitian, pada penelitian ini Sdri. Afda memfokuskan penelitiannya pada kegiatan *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (Persero) Melalui Program 'BRI Pesat'. Sedangkan fokus penelitian penulis adalah implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Sichril Sidik (2015) Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul "Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina EP *Asset* 3 Subang *Field* Pada Program Budidaya Jamur Merang Studi Deskriptif Pada Program CSR Budidaya Jamur Merang" Metode yang digunakan adalah studi deskriptif dengan paradigma kontruktivisme. Fokus penelitian mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina EP *Asset* 3 Subang *Field* Pada Program Budidaya Jamur Merang. Hasil Penelitian menunjukan bahwa Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina EP *Asset* 3 Subang *Field* Pada Program Budidaya Jamur Merang pertama, *social mapping* digunakan sebagai awal perencanaan CSR kemudian dilanjutkan dengan tahap-tahap yang menjadi prosedur perusahaan, kedua Implementasi dilakukan dengan membagi peran antara perusahaan, pihak ketiga dan masyarakat, ketiga Implikasinya adalah memberikan manfaat dan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

pengaruh besar pada masyarakat dan perusahaan. Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian dan pada fokus penelitian, dimana pada penelitian ini Sdra. Sichril memfokuskan penelitiannya pada Implementasi dan Implikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Program Budidaya Jamur Merang. Sedangkan fokus penelitian penulis adalah pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	**Judul Penelitian**	**Metode Penelitian**	**Hasil Penelitian**	**Relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan**	**Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan**
Fiqih Fauzi, 2015	Implementasi *Corporate Social Responsibility* Pada Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan Perum Percetakan Uang Republik Indonesia	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Program Kemitraan Perum Peruri dengan usaha kecil dan koperasi adalah program guna meningkatkan kemampuan kegiatan usaha kecil untuk menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba. Rencana kerja dan realisasi kegiatan PKBL dirancang untuk meningkatkan masyarakat	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian dan pada fokus penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

			supaya berdaya, berkembang, dan mandiri.		
Ochi Jayanti, 2013	Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Melalui Sosial Media. Studi Kasus pada Program LG *Nutri Fridge* sebagai kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT LG Electronics Indonesia	Studi Kasus Kualitatif	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa latar belakang lahirnya ide mengenai program LG *Nutri Fridge* didasari pada tujuan LG untuk membentuk perilaku sadar gizi bagi masyarakat. Pemilihan Facebook sebagai media aplikasi karena insan media sosial adalah golongan menengah keatas yang lebih mudah menerima edukasi Pemahaman *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut PR (*Public Relations)* PT LG Electronics Indonesia ialah kontribusi dan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat untuk membuat masyarakat menjadi lebih baik sesuai dengan visi perusahaan,	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran positif mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR)	Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian dan pada fokus penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

			Implementasi program LG *Nutri Fridge* diaplikasikan kedalam sebuah *game* di fanfage facebook dan pendonasi kulkas dan *supply* makanan bernutrisi		
Syifa Balqis Sonia Putri, (2017)	Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT. Bio Farma (Persero) Pada Program Pelestarian dan Pengembangan Kawasan *Geopark* Ciletuh	Studi Kasus Kualitatif	Hasil Penelitian menunjukan bahwa pengelolaan kegiatan CSR tersebut melalu empat tahap yakni dimulai dengan melakukan *social mapping* untuk menghimpun data dan fakta di lapangan, merumuskan program-program beserta tujuannya di dalam Renstra (Rencana Strategis) dan dibahas *detail* program tersebut di dalam (Rencana Kerja), melaksanakan kegiatan dan melakukan monitoring dan evaluasi.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran yang positif tentang bgaimana pengelolaan suatu kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam sebuah perusahaan	Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada fokus penelitain dan objek penelitian.
Afda Maulih azmi, 2014	Kegiatan *Corporate Social Responsibility*	Studi Kasus Kualitatif	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa latar belakang dan	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih	Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Melalui Program 'BRI Pesat'		tujuan diadakannya kegiatan *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (Persero) Melalui Program 'BRI Pesat' oleh Bank Rakyat Indonesia cabang Naripan adalah untuk meyadarkan seluruh elemen pasar tradisional agar mau dan mampu meningkatkan daya saingnya terhadap pasar modern, mengenai pemaknaan *Corporate Social Responsibility* melalui program tersebut ternyata dimaknai sama oleh pihak-pihak yang bekerja sama dengan Bank Rakyat Indonesia tersebut, yakni sebagai kegiatan sosial yang diharapkan mampu meningkatkan daya saing pasar tradisional, serta model manajemen	pemikiran yang positif tentang bgaimana pengelolaan suatu kegiatan *Corporate Social Responsibility*	lakukan adalah terletak pada fokus penelitian dan objek penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

			strategis perusahaan yang meliputi analisis lingkungan, formulasi strategi, serta adanya evaluasi terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* melalui program 'BRI Pesat'.		
Sichril Sidik, (2015)	Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina EP *Asset* 3 Subang *Field* Pada Program Budidaya Jamur Merang	Studi Deskriptif Kualitatif	Hasil Penelitian menunjukan bahwa Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina EP *Asset* 3 Subang *Field* Pada Program Budidaya Jamur Merang pertama, *social mapping* digunakan sebagai awal perencanaan CSR kemudian dilanjutkan dengan tahap-tahap yang menjadi prosedur perusahaan, kedua Implementasi dilakukan dengan membagi peran antara perusahaan, pihak ketiga dan masyarakat,ketiga Implikasinya	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran yang positif untuk penelitian mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR	Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah terletak pada objek penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

			memberikan manfaat dan pengaruh besar pada masyarakat dan perusahaan.		

Sumber:

Hasil Olahan Peneliti

1.5.2 Landasan Konseptual

1.5.2.1 Implementasi

Menurut Usman (2002:70), implementasi atau pelaksanaan adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan. Dari pengertian implementasi tersebut, dapat dikatakan bahwa implementasi adalah bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan. Oleh karena itu implementasi tidak berdiri sendiri tetapi dipengaruhi oleh objek berikutnya.

Setiawan (2004:39) mengungkapkan bahwa "Implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif". Pengertian implementasi yang dikemukakan di atas, dapat dikatakan bahwa implementasi yaitu harapan orang lain dapat menerima dan melakukan penyesuaian dalam tubuh birokrasi demi terciptanya suatu tujuan yang bisa tercapai dengan jaringan pelaksana yang bisa dipercaya.

1.5.2.2 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat umum. Sebagai respon perusahaan untuk menciptakan hubungan yang baik antara industri dan masyarakat, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkaitan dengan tanggung jawab sosial, kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan tidak semata memprioritaskan tujuannya pada memperoleh laba setinggi-tingginya, melainkan meliputi aspek keuangan, sosial, dan aspek lingkungan lainnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu mencakup isu-isu seperti lingkungan kerja, hubungan dengan masyarakat sekitar, dan perlindungan terhadap lingkungan. Karena *Corporate Social Responsibility* (CSR), pada umumnya dapat dipahami sebagai upaya perusahaan untuk dapat menyeimbangkan dan menselaraskan antara kebutuhan atau sasaran ekonomi, lingkungan, dan sosial dan pada saat yang bersamaan dapat memenuhi keinginan para *stakeholders*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga disebutkan pada Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007, dalam pasal satu butir tiga yang berisi:

> "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 Peseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya."

The Commision for European Communities dalam (Kartini, 2009:3) merumuskan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam dokumen *The Green Paper* sebagai : "*essentially a concept whreby companies decide voluntarily to contribute to a better society and a cleaner environment"*. Organisasi ini menilai bahwa perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, bukanlah perusahaan yang semata-mata memenuhi kewajiban yang dibebankan kepadanya menurut aturan hukum melainkan perusahaan yang melaksanakan kepatuhan melampaui ketetntuan hukum serta melakukan investasi lebih di bidang *human capital*, lingkungan hidup dan hubungan dengan para *stakeholders.*

Dari definisi-definisi tersebut, disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah salah satu kegiatan yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Umumnya *Corporate Social Responsibility* (CSR), dilakukan sebagai upaya perusahaan untuk dapat menyeimbangkan dan menselaraskan antara kebutuhan atau sasaran ekonomi, lingkungan, dan sosial dan pada saat yang bersamaan dapat memenuhi keinginan para *stakeholders.* Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri idealnya bukan semata-mata memenuhi kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan menurut aturan hukum, melainkan perusahaan tersebut melaksanakan kepatuhan melampaui ketetntuan hukum.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1. **Sejarah Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai salah satu tonggak penting dalam perjalanan manajemen korporat akan diuraikan mulai sejak lahir sampai dengan konteks kekinian. Lahirnya gagasan *Corporate*

Social Responsibility (CSR) muncul karena adanya desakan dari organisasi masyarakat sipil dan jaringannya di tingkat global, desakan ini muncul sebagai akibat dari sikap korporasi yang kala itu melakukan segala cara demi tingginya laba yang diperoleh dengan semaunya dan tidak etis. "*Social Responsibility* salah satunya muncul dari tuntutan stakeholders, sebagai akibat bagian dari hak yang dimiliki terganggu oleh eksistensi perusahaan" (Hadi, 2014:48).

Pada awal kemunculannya, tanggungjawab sosial dipahami sebagai konsep yang sangat sederhana yaitu hanya berupa program atu kegiatan derma (*charity*) sebagai wujud kecintaan manusia terhadap sesama manusia (*philantrophy*). Kegiatan tersebut dilakukan oleh instansi kepada masyarakat di lingkungan sekitar operasional instansi tersebut saja, hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Hadi bahwa :

> "*Social Responsibility* pada perkembangan awal tahun 1950 dipahami sebagai derma perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Gema tanggungjawab sosial (*social responsibility*) dimulai sejak tahun 1960-an saat dimana secara global, masyarakat dunia baru pulih dari *excess* perang dunia I dan II, serta mulai menapaki jalan menuju kesejahteraan" (Hadi, 2014:49).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Lebih lanjut, Hadi menggambarkan sejarah *Corporate Social Responsibility* (CSR) di awal kemunculannya sebagai berikut :

> Pada tahun 1960-an praktik tanggungjawab sosial perusahaan belum didasarkan kepada *community based* dan *tampak negative externalities* yang ditimbulkan. Tanggungjawab sosial (*social responsibility*) lebih didudukan sebagai amal sholeh pemodal, yang muatan dan esensinya lebih karena itikad baik pemodal berkala. Pemikiran tentang korporasi yang lebih manusiawi muncul dalam "*The future capitalism"* yang ditulis oleh Lester Thurow pada 1996. Tulisan tersebut sesungguhnya merupakan babak awal pergeseran

> tanggungjawab perusahaan secara lebih maju. Hal itu, ditunjukan dengan orientasi perusahaan ke arah *stakeholders perspective* dan dimasuki pemikiran ke depan tentang pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Para pelaku bisnis (*businessman*) telah secara sadar dan terencana berpikir bagaimana seharusnya melakukan eksploitasi sumberdaya alam dilakukan dengan tetap mempertimbangkan kaidah keselarasan, keserasian dan keseimbangan. Meskipun, hal itu masih dilihat dari perspektif kepentingan pemodal (perusahaan). (Hadi, 2014:52).

Torms (dalam Hadi, 2014: 53-54) menjelaskan bahwa seiring dengan berjalannya waktu, *social responsibility* semakin dipahami dan diimplementasikan tetapi masih dalam konsep *philantrophy* dan juga *community development* (CD), pada tahun 1970an , terjadi pergeseran penekanan tanggungjawab sosial dari sektor-sektor produktif ke arah sektor-sektor sosial. Oleh karena itu, pada kurun dekade terakhir ini, tanggungjawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi bagian penting dan perlu mendapatkan perhatian yang khsusus.

Lambat laun kesadaran akan implementasi konsep *social responsibility* yang jauh lebih baik kian meningkat, ini dibuktikan karena pada tahun 1980-an makin banyak perusahaan yang menggeser konsep tanggungjawab sosial (*social responsibility*) dari yang sifatnya hanya *philantrophy* yaitu pemberian bantuan semata menuju *social responsibility* yang bersifat *community development* (CD) dan memiliki fokus terhadap pemberdayaan masyarakat. "Perkembangan *social responsibility* era tahun 1990-an hingga sekarang pada praktiknya diwarnai dengan beragam pendekatan, seperti : pendekatan integral, pendekatan *stakeholder* maupun pendekatan *civil society*" (Hadi, 2014:55).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Menurut Hadi (2014:56) satu terobosan besar perkembangan gema tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah dikemukakannya konsep "*The Triple Bottom Line* " oleh Jhon Elkington (1997) yang dimuat dalam buku "*Canibalts with Forks, the Triple Button Line of Twentieth Century Business*" Konsep tersebut mengakui bahwa jika suatu perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P yaitu *Profit, Peole* dan *Planet.*

2. Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Crowther David menjelaskan bahwa prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility)* menjadi tiga, yaitu : "(1) *sustainability,* (2) *accountability,* dan (3) *transparancy"* (Hadi, 2014:59).

Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas *(action)* tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Makna yang terkandung dalam penjelasan yang dikemukakan oleh Crowther David ini adalah bahwa setiap korporasi tetap harus memperhatikan dan memprediksi jumlah ketersediaan bahan baku di alam dan juga kondisi alam baik fisik maupun sosial apabila dilakukan eksploitasi berlebihan. Hal ini dikarenakan bahaya yang ditimbulkan dari eksploitasi yang dilakukan berlebihan bukan hanya merugikan masyarakat saja tetapi juga terhadap korporasi. Pada dasarnya *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana society memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa depan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Accountability, merupakan upaya perusahaan terbukan dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat digunakan sebagai media bagi perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat digunakan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

Kasali menunjukkan bahwa keterbukaan perusahaan atas aktivitas tanggungjawab sosial menentukan respon masyarakat bagi perusahaan. Crowther David (2008) menyatakan akuntabilitas dan keterbukaan *(disclosure)* memiliki kemanfaatan secara sosial dan ekonomi. Lebih lanjut dinyatakan bahwa informasi yang disampaikan perusahaan bermanfaat bagi para pemangku kepentingan dalam mendukung pengambilan keputusan. Agar informasi dan laporan perusahaan sebagai wujud dari akuntabilitas memenuhi kualifikasi, maka akuntabilitas seharusnya mencermikan karakteristik, antara lain : (1) *understand ability to all paries concerned*; (2) *relevance to the users of the information provided*; (3) *reliability and therm of accuracy of measurement, representation of imfact and freedom from bias*; *and* (4) *comparability, which implies consistency, both over time and between different organisations*. (Hadi, 2014:60).

Transparancy hukumnya adalah wajib untuk dilakukan apabila korporasi tidak ingin dicurigai oleh publik eksternal, dengan keterbukaan informasi yang difasilitasi oleh korporasi maka akan meminimalisir isu-isu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

negatif yang mungkin akan berkembang di masyarakat. "*Transparancy* merupakan suatu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan" (Hadi, 2014:60).

3. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi Perusahaan

Keberadaan perusahaan idealnya bermanfaat untuk masyarakat sekitar. Prinsip dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pemberdayaan masyarakat setempat. Selain memberdayakan masyarakat setempat, dari sisi perusahaan jelas agar operasional berjalan lancar tanpa gangguan. Jika hubungan antara perusahaan dan masyarakat tidak mesra, bisa dipastikan akan ada masalah. Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum sepenuhnya diterima oleh masayarakat, itu disebabkan oleh minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). (Untung, 2009:6).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

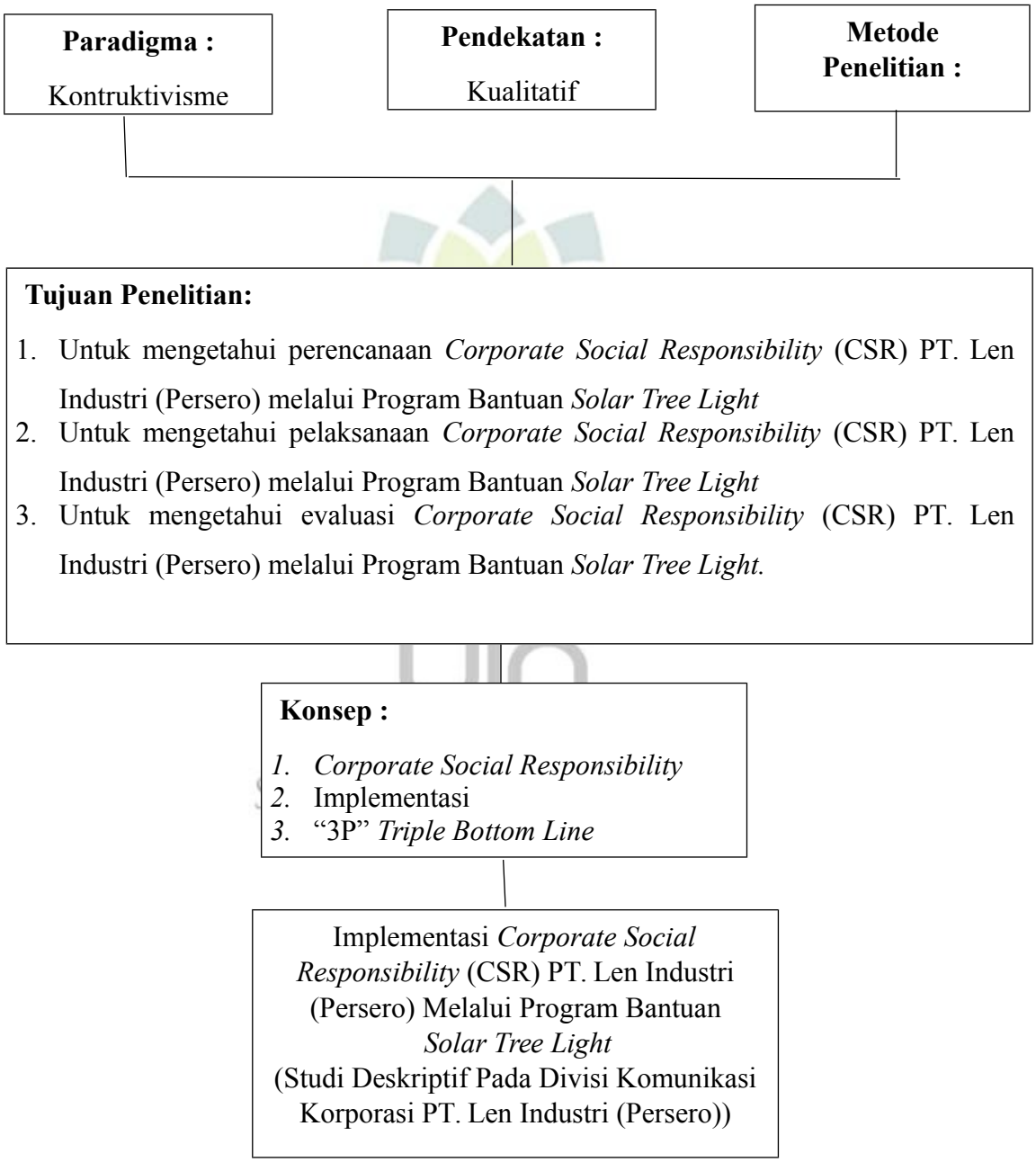
Suhandari (dalam Untung, 2009:6) mengemukakan bahwa manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan antara lain :

a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan
b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial,
c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
e. Membuka peluang pasar yang lebih luas
f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*
h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
j. Peluang mendapatkan penghargaan

1.5.3 Skema Penelitian

Bagan 1.1

Skema Penelitian



Sumber :

Hasil Olahan Peneliti

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Len Industri (Persero), sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki usaha dalam bidang industri elektronik. Berlokasi di Jalan Soekarno Hatta No.442, Kelurahan Pasirluyu, Kecamatan Regol, Kota Bandung, 40254.

Lokasi penelitian ini dipilih karena di lokasi ini data-data yang dibutuhkan dalam penelitian baik data primer maupun data sekunder dapat peneliti peroleh guna mendukung serta menjawab fokus penelitian mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) Melalui Program *Solar Tree Light*

1.6.2 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma kontruktivisme. Paradigma sendiri secara sederhana dapat didefinisikan sebagai sudut pandang penelitian yang digunakan untuk memahami kenyataan yang sifatnya rumit dan menjadi pokok persoalan yang semestinya dipelajari. Sedangkan kontruktivisme menurut Ardianto (2007:154) adalah salah satu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita adalah kontruksi (bentukan) kita sendiri.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Paradigma kontruktivisme mempunyai pandangan bahwa realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua pemikiran manusia. Max weber menilai perilaku manusia pada paradigma ini secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia merupakan agen yang mengkontruksi realitas sosialnya baik melalui pemberian makna, stimulus yang didapatkan ataupun pemahaman perilaku di lingkungan mereka sendiri.

Kajian utama dari Paradigma Kontruktivisme menurut Weber ialah menerangkan bahwa substansi benruk kehidupan pada masyarakat tidak dapat dipandang secara objektif saja, namun dilihat juga dari tindakan-tindakan individu dan hal yang melatarbelakanginya secara subjektif. Setiap individu dipandang dapat mempengaruhi masyarakatnya apabila tindakan sosial yang dilakukan berhubungan dengan rasionalitas. Tindakan sosial tersebut dikaji dan dipelajari melalui penafsiran serta pemahaman.

Kajian paradigma kontuktivisme ini membebaskan peneliti mengambil posisi setara atau dapat terjun langsung berbaur dengan subjeknya untuk berusaha memahami dan mengkontruksikan hal-hal yang menjadi pemahaman subjek yang diteliti. Itulah sebabnya kontruktivisme berangkat dari subjek yang bermakna dan memberikan makna dalam realitas tersebut.

1.6.3 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah, disebut juga sebagai metode etnografi. Penelitian kualitatif dilakukan pada objek alamiah yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak begitu mempengaruhi dinamika pada objek tersebut. Hal ini seperti yang dikemukan oleh Danial bahwa :

> Pendekatan kualitatif berdasarkan penomenologis menuntut pendekatan yang holistik, artinya menyeluruh, mendudukkan suatu kajian dalam suatu kontruksi ganda. Melihat suatu objek dalam suatu konteks ‘natural’ alamiah apa adanya bukan parsial. (Danial, 2009: 60)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Pendekatan kualitatif mengharuskan peneliti memiliki kemampuan analisa yang tajam dan mendalam, tujuannya agar penelitian yang dilakukan menghasilkan data yang bersifat holistik dan komprehensif. Kemampuan analisa yang tajam dan mendalam tersebut diperlukan karena dalam pendekatan kualitatif mausia diposisikan sebagai alat penelitian. Hal ini seperti apa yang dikemukakan oleh Sugiyono bahwa :

> Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Penelitian kualitatif bertumpu pada latar belakang alamiah secara holistik, memposisikan manusia sebagai alat penelitian, melakukan analisis data secara induktif, serta hasil penelitian yang dilakukan disepakati oleh peneliti dan subjek penelitian. (Sugiyono, 15:2013)

Peneliti memerlukan analisa yang tajam dan mendalam agar peneliti dapat menggambarkan secara menyeluruh mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) Melalui Program Bantuan *Solar Tree Light.*

1.6.4 Metode Penelitian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Metode adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban. Dengan kata lain, metode adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian (Mulyana, 2008:145). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, sebuah metode yang efektif untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa yang ada.

Sugiyono (2012:29) mengemukakan bahwa metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Lebih lanjut, Nazir (2009:54) mengungkapkan bahwa metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenonemena yang diselidiki.

1.6.5 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka jenis data yang digunakan ialah data deskriptif dari hasil wawancara dan observasi dengan informan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian yaitu :

1. Data mengenai perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) Melalui Program Bantuan *Solar Tree Light*
2. Data mengenai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) Melalui Program Bantuan *Solar Tree Light*
3. Data mengenai evaluasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) Melalui Program Bantuan *Solar Tree Light*

1.6.6 Sumber Data

Salah satu pertimbangan dalam sebuah penelitian adalah ketersediaan sumber data. Sumber data merupakan bagian yang sangat penting bagi peneliti karena ketepatan memilih dan menentukan jenis sumber data akan menentukan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

ketepatan dan kekayaan data atau kedalaman informasi yang diperoleh. Menurut Moleong (2007:11), sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan dari individu-individu yang akan diamati. Sedangkan data-data tambahan lainnya berupa dokumen baik itu berupa data tertulis, foto, maupun data statistik. Dalam penelitian ini, ada dua jenis sumber data yang digunakan, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subjek dan hasil observasi. Data primer menurut Umar (2003: 103), merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Sumber data primer dalam penelitian ini yang utama adalah staff Komunikasi Korporasi PT. Len Industri (Persero) yang melaksanakan fungsi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Data sekunder menurut (Bungin, 2001: 147) ialah data kedua setelah data primer. Data yang dihasilkan dari sumber data ini adalah data sekunder. Data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkapkan data yang diharapkan, sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan atau data pelengkap selagi bahan pembanding.

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada, sehingga dalam penelitian "Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Melalui Program *Solar Tree Light*", peneliti dapat mencari sumber data sekunder seperti *Annual Report,*buku-buku, jurnal, berita, dan penelitian terkait yang relevan dan memiliki keterkaitan dengan penelitian ini

1.6.7 Teknik Pemilihan Informan

Teknik pemilihan informan dalam penelitian "Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) Melalui Pemberian Bantuan Sarana Penerangan (*Solar Tree*)" ini adalah teknik *purposive sample.* Menurut Sugiyono (2009:85), "*Purposive sample"* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Pertimbangan disini maksudnya ialah peneliti mempertimbangkan kemampuan dan keterkaitan individu dengan fokus penelitian yang dimiliki. Informan yang dijadikan subjek dalam penelitian ini merupakan orang-orang yang memiliki kontribusi dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Program Bantuan *Solar Tree Light* yang dilaksanakan oleh PT. Len Industri (Persero) dengan kriteria :

1. Informan adalah staff komunikasi korporasi dan manajer komunikasi korporasi PT. Len Industri (Persero) yang terlibat secara langsung mulai dari proses awal hingga proses akhir kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Program Bantuan *Solar Tree Light*
2. Informan adalah staff komunikasi korporasi dan manajer komunikasi korporasi PT. Len Industri (Persero) yang memiliki pemahaman mengenai kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Program Bantuan *Solar Tree Light*

1.6.8 Teknik Pengumpulan Data

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Pada penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data dengan metode observasi dan wawancara mendalam (in depth interview), dan dokumentasi (Sugiyono, 2009:39).

Sesuai dengan bentuk pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi serta studi dokumentasi. Tujuannya tak lain ialah untuk memperoleh data yang dapat memberikan pemahaman tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) Melalui Program *Solar Tree Light*. Berikut adalah pemaparan teknik pengumpulan data yang akan digunakan

1. Wawancara

Menurut Moleong (2007:186), Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pihak pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaaan itu.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Lincoln dan Guba dalam Sanipah Faisal, mengemukakan 7 langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, yaitu :

1. Menetapkan kepada siapa wawancara itu dilakukan
2. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan
3. Mengawali atau membuka alur wawancara

4. Melangsungkan alur wawancara
5. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya
6. Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan
7. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh (Sugiyono, 2009:235)

2. Observasi

Secara harfiah observasi diturunkan dari bahas latin yang berarti "melihat" dan "memperhatikan". Istilah observasi dapat didefinisikan sebagai "perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala". Menurut Arikunto (2006:124), Observasi adalah mengumpulkan data atau keterangan yang harus dijalankan dengan melakukan usaha-usaha pengamatan secara langsung ke tempat yang akan diselidiki.

Observasi (pengamatan) secara langsung di lapangan diterapkan oleh peneliti dalam rangka memperoleh data dan fakta yang ada di lapangan. Peneliti mengamati Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Melalui Program Bantuan *Solar Tree Light* yang dilakukan oleh staff dan manajer komunikasi korporasi PT. Len Industri (Persero).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Arikunto (2006: 134), menjelaskan bahwa "teknik dokumentasi adalah mencari data mengenai hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya."

Dokumen yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah *annual report*, dokumentasi kegiatan, foto-foto kegiatan, serta dengan meminta data atau berkas mengenai *Corporate Sosial Responsibilty* (CSR) dari PT. Len Industri (Persero). Hal ini dilakukan agar data yang peneliti himpun dapat membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian mengenai Implementasi *Corporate Sosial Responsibilty* (CSR).

1.6.9 Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data umumnya dilakukan sejak awal proses pengumpulan data, saat pelaksanaan pengumpulan data hingga akhir pengumpulan data. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2009:244)

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis data model Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman (Emzir, 2010:129) analisis data dilakukan menjadi tiga cara, yaitu : reduksi data *(data reduction)*, penyajian data *(data display)*, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan *(conclusion drawing)*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1. Reduksi Data *(Data Reduction)*

Reduksi merupakan bagian dari analisis. Reduksi data ialah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Sebagaimana

pengumpulan data berproses, terdapat beberapa bagian selanjutnya dari reduksi data (membuat rangkuman, membuat tema-tema, membuat gugus-gugus, membuat pemisahan-pemisahan, dan menulis memo-memo).

Reduksi data yang peneliti lakukan adalah dengan cara merangkum data yang telah peneliti himpun yang bersumber dari informan maupun data pendukung lainnya seperti berita, arsip, *annual report*, dan lain sebagainya. Data yang telah dirangkum tersebut kemudian dikelompokkan sesuai dengan fokus penelitian, yaitu Implementasi *Corporate Social Responsibility* Melalui Program *Solar Tree Light*.

Setelah dikelompokkan sesuai dengan fokus penelitian, data tersebut kemudian dipahami dan ditelaah, apabila masih terdapat kekurangan, maka peneliti harus menghimpun atau mengumpulkan data tambahan yang dapat melengkapi kekurangan data sebelumnya. Tetapi apabila data yang telah dikelompokkan tersebut dirasa telah memenuhi kebutuhan, maka peneliti beralih untuk mencari data selanjutnya yang berkaitan dengan fokus penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

2. Penyajian Data *(Data Display)*

Penyajian data atau model data, model sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pada tahap ini, data dilihat ulang untuk kemudian dianalisis untuk menemukan jawaban dari setiap pertanyaan dan rumusan masalah. Bentuk

penyajian data pada penelitian kualitatif, dapat berupa teks naratif maupun matrik, grafik, jaringan dan bagan.

Data yang sebelumnya telah peneliti rangkum dan kelompokkan sesuai dengan fokus penelitian, selanjutnya dibuat pola-pola tertentu dalam bentuk tabel, bagan, dan sejenisnya agar dapat terlihat hubungan dari tiap data yang telah didapat. Selanjutnya, data yang telah disajikan dalam bentuk tabel, bagan dan sejenisnya kemudian diberikan penjelasan yang bersifat naratif. Hal tersebut penting dilakukan adar dapat dipahami hasil dari penelitian yang dilakukan.

3. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan *(Conclusion Drawing)*

Upaya penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, penelitian kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-

proposisi. Maka tahap akhir yaitu mengambil suatu kesimpulan dengan melakukan interpretasi sesuai dengan maksud yang terkandung dalam penelitian tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG