

## ABSTRAK

**Miftahul Ilmi.** Strategi Membangun Reputasi Melalui Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bina Lingkungan Pelestarian Alam. Analisis Deskriptif Di PT Petrokimia Gresik (Persero).

PT Petrokimia Gresik (Persero) merupakan perusahaan pupuk terlengkap di Indonesia dibawah naungan BUMN, proses bisnis yang dilaksanakan perusahaan mengakibatkan munculnya permasalahan lingkungan dan sosial yang terdampak proses produksi baik secara langsung ataupun tidak langsung, program CSR yang dilaksanakan perusahaan secara berkelanjutan menjadi jalan keluar dari permasalahan yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi membangun reputasi melalui program CSR Bina Lingkungan Pelestarian Alam mulai dari kegiatan menghimpun data dan fakta sampai pada kegiatan evaluasi program. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Reputation Theory*, teori ini dipilih karena mampu menjelaskan langkah-langkah untuk membangun identitas korporat dan citra yang menjadi bagian dalam pembentukan reputasi perusahaan.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme yang bertujuan untuk memaknai makna-makna yang diungkapkan informan yang tidak dapat digeneralisir. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara utuh dan menyeluruh dalam bentuk kata-kata terhadap suatu fenomena. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, karena penulis ingin mengeksplorasi dan mendeskripsikan bagaimana strategi membangun reputasi perusahaan melalui program CSR. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam.

Hasil penelitian bahwa strategi membangun reputasi melalui program CSR tersebut dimulai dengan melakukan *social mapping* menghimpun data dan fakta di lapangan, kemudian data dan fakta dirumuskan program CSR serta tujuannya di dalam Rencana Strategis dan dibahas program dibahas *detail* di dalam Rencana Kerja, selanjutnya program dilaksanakan yang melibatkan perusahaan dan masyarakat, terakhir *monitoring* dan evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan program dan untuk memberi rekomendasi terhadap keberlanjutan program ditahun selanjutnya. Berdasarkan hasil penelitian dapat dipahami pula bahwa program CSR bina lingkungan pelestarian alam termasuk ke dalam *Community Development*.

**Kata Kunci:** Strategi, Reputasi, CSR

## **ABSTRACT**

**Miftahul Ilmi.** *Strategies to Build a Reputation through the Corporate Social Responsibility (CSR) Program for Environmental Conservation. Descriptive Analysis at PT Petrokimia Gresik (Persero).*

*PT Petrokimia Gresik (Persero) is the most complete fertilizer company in Indonesia under the auspices of BUMN, the business processes carried out by the company result in environmental and social problems that are directly or indirectly affected by the production process, CSR programs implemented by the company in a sustainable way are a way out of the problem which exists. This study aims to determine the strategy to build a reputation through the CSR program of Community Conservation of Nature Conservation starting from collecting data and facts to program evaluation activities. The theory used in this study is Reputation Theory, this theory was chosen because it is able to explain the steps to build a corporate identity and image that is part of forming a company's reputation.*

*The paradigm used in this research is constructivism which aims to make sense of the meanings expressed by informants that cannot be generalized. The approach used is qualitative aimed at understanding the phenomena experienced by the research subjects as a whole and in the form of words to a phenomenon. The method used in this research is descriptive analysis, because the writer wants to explore and describe how the strategy to build a company's reputation through CSR programs. Data collection techniques used were in-depth interviews.*

*The results of the study that the strategy to build a reputation through CSR programs the first step taken is to do a social mapping to collect data and facts in the field, then the data and facts are formulated by the CSR program and its objectives in the Strategic Plan and the program discussed in detail in the Work Plan, then the program is implemented involving companies and the community, finally monitoring and evaluation to find out the level of success of the program and to provide recommendations on the sustainability of the program the following year. Based on the results of the study it can also be understood that the CSR program fostering environmental conservation is included in Community Development.*

**Keywords:** *Strategy, Reputation, CSR*