BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Corporate social responsibility adalah bentuk pertanggung jawaban perusahaan kepada lingkungan sekitarnya. *Corporate social responsibility* pada masa modern ini sangat gencar dilakukan oleh perusahaan dari berbagai negara termasuk Indonesia. *Corporate social responsibility* dianggap mampu mengangkat reputasi positif perusahaan di mata masyarakat. Dengan melakukan kegiatan *corporate social responsibility*, perusahaan dianggap perduli terhadap lingkungan sekitarnya ataupun isu-isu sosial yang terjadi di masyarakat.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh LSPR Jakarta dengan Malindo Nusantara Research dan Universiti Sains Malaysia mengenai pandangan pemimpin perusahaan di Indonesia terhadap konsep pelaksanaan *corporate social responsibility* pada tahun 2016, menunjukkan bahwa pandangan pimpinan perusahaan terhadap tujuh dimensi *corporate social responsibility* (pemahaman dan aturan, lingkungan, kebijakan pemerintah, akademisi/LSM/konsultan, karyawan, pasar, kebijakan perusahaan dan hambatan) berada pada kategori yang tinggi atau positif. Pemimpin perusahaan menganggap kegiatan *corporate social responsibility* merupakan kegiatan yang berdampak positif bagi perusahaan, sehingga pemimpin akan menyambut baik adanya inisiatif kegiatan *corporate social responsibility*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Aprianthiny (2015:23) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa seiring perkembangan dunia bisnis, pandangan mengenai pentingnya lingkungan sosial bagi perusahaan mulai bermunculan. Kegiatan produksi sebuah perusahaan tanpa disadari akan menyebabkan hal negatif seperti merusak lingkungan baik fisik maupun sosial, hal itu yang membuat perusahaan merasa perlu untuk bertanggung jawab dengan mengadakan kegiatan sosial atau bahkan dapat dikatakan wajib untuk dilakukan.

Kewajiban pelaksanaan program *corporate social responsibility* ini juga ada di Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 yang mengatur tentang adanya CSR demi membangun ekonomi yang mampu meningkatkan kualitas lingkungan hidup dan bermanfaat bagi PT tersebut. Dalam UU PT tersebut juga dijelaskan bahwa kewajiban sosial tersebut dianggarkan dan menjadi biaya resmi perusahaan. Salah satu perusahaan yang mengimplementasikan UU PT No. 40 Tahun 2007 ini adalah PT. Unilever Indonesia.

Berdasarkan data pra penelitian peneliti yang didapat melalui situs resmi www.unilever.co.id, PT. Unilever Indonesia menginginkan bisnisnya tidak berdampak negatif ke orang lain ataupun lingkungan, karena hal itu PT. Unilever Indonesia menggunakan pertumbuhan berkelanjutan sebagai satu-satunya model bisnis yang diterapkan. PT. Unilever Indonesia mempunyai program Keberlanjutan atau *Sustainability* yang dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip yang terdapat pada *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP).

USLP adalah program yang pertama kali diluncurkan pada 2010, program ini bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan berkelanjutan serta mengurangi dampak

lingkungan dan meningkatkan manfaat sosial yang positif melalui berbagai macam hal, seperti beberapa *brand* dengan tujuan mulia, mengurangi biaya bisnis, memperkecil kerusakan lingkungan dan membangun *trust stakeholder* terhadap PT. Unilever Indonesia. USLP juga dinilai sangat penting dalam melindungi serta meningkatkan reputasi PT. Unilever Indonesia. USLP memiliki tiga tujuan atau sasaran besar, yaitu pada tahun 2020, PT. Unilever Indonesia dapat membantu satu miliar masyarakat atau bahkan lebih untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan serta mendapatkan pasokan bahan baku dengan cara berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan di seluruh rantai bisnis PT. Unilever Indonesia, serta pada tahun 2030 PT. Unilever Indonesia dapat mengurangi separuh jejak lingkungan dari produk PT. Unilever Indonesia dengan tetap menjalankan bisnisnya.

PT. Unilever Indonesia dalam menjalankan bisnisnya, memiliki beberapa prinsip yang salah satunya adalah prinsip perusahaan terhadap lingkungan dimana PT. Unilever Indonesia berkomitmen untuk bekerja sama dengan berbagai pihak untuk menyuarakan betapa pentingnya menjaga lingkungan, menanamkan paham tentang permasalahan lingkungan yang terjadi dan mengkampanyekan contoh perilaku bisnis yang positif. Prinsip tersebut yang kemudian direalisasikan dalam bentuk program, salah satunya adalah program Bank Sampah.

Bermula pada tahun 2001, PT. Unilever Indonesia mengadakan program Brantas Bersih di Jambangan, Surabaya. Program tersebut berupa kegiatan pemberdayaan masyarakat untuk mengolah sampah, melakukan pembibitan tanaman hingga penghijauan pekarangan. Sampah organik kemudian diolah menjadi pupuk, dan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

sampah anorganik diolah menjadi berbagai macam kerajinan. Program tersebut kemudian membuahkan hasil pada tahun 2006 dengan terjadinya bebas sampah di Jambangan dan Surabaya berhasil mendapatkan penghargaan Adipura.

Tercapainya keberhasilan pada Jambangan, membuat PT. Unilever Indonesia kemudian mulai memperluas cakupan program lingkungannya ke wilayah lain di Indonesia, yang salah satunya melalui program Bank Sampah. Program ini berbentuk kegiatan pembinaan pengelolaan bank sampah berbasis komunitas. Pada akhir 2018, program ini dengan bangga telah berhasil mendirikan 2.816 bank sampah dengan total 429.519 nasabah yang berada di 12 wilayah. Dari jumlah tersebut, 36 bank sampah diantaranya telah melakukan proses untuk menjadi Usaha Kecil Menengah (UKM) sampah dan sebanyak 138 bank sampah diantarnya telah terdaftar dalam platform digital. Manfaat yang dihasilkan program Bank Sampah dalam segi ekonomi adalah sebesar Rp. 10,49 miliar di tahun 2018.

Melalui situs resminya, PT. Unilever Indonesia membagikan beberapa penghargaan yang telah didapat melalui program pengelolaan sampah, yaitu pada tahun 2013 mendapat 4 gelar dalam 4 penghargaan berbeda, yaitu mendapat gelar "*CSR Programme of the Year*" dalam kegiatan The International Business Awards, mendapat gelar "Sosial Ekonomi dan Inovasi Lingkungan Melalui Bank Sampah" dalam kegiatan Stevie Awards Gold Winner, mendapat gelar "Penghargaan Kepemimpinan Hijau Asia Tenggara dalam Program Bank Sampah" dalam kegiatan Asia Responsible Entrepreneurship Awards dan mendapat gelar "Mengurangi Dampak Lingkungan dari

Efek Gas Rumah Kaca, Air dan Limbah (Program Bank Sampah Berbasis Komunitas)" dalam kegiatan Intel AIM-Asian Forum on Corporate Social Responsibility.

Selain pada tahun 2013, PT. Unilever Indonesia juga mendapatkan 3 gelar pada tahun 2014, yaitu gelar "Manajemen Bank Sampah yang Independen dan Terintegrasi Untuk Menciptakan Lingkungan yang Sehat dan Pemberdayaan Ekonomi Bagi Masyarakat" dalam kegiatan MDG's Awards, mendapatkan gelar "*CSR Programme of The Year*" dalam kegiatan Stevie Awards dan yang terakhir mendapatkan gelar "*Best Corporate Social Responsibility* (CSR)" dalam kegiatan Asia Money.

Berdasarkan data pra penelitian di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti bagaimana PT. Unilever Indonesia mengimplementasikan *corporate social responsibility* melalui program Bank Sampah tersebut, dimana sebagai perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) yang besar di Indonesia, perputaran produk sangat cepat, dan omset yang tinggi, yang artinya PT. Unilever Indonesia juga memiliki tanggung jawab sosial yang sama besarnya pula untuk mengurangi dampak lingkungan yang dihasilkan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Penelitian ini menggunakan paradigma kontruktivisme yang menjelaskan bahwa pengetahuan manusia terhadap suatu hal adalah hasil pemaknaan dan konstruksi dirinya sendiri dan tidak dapat digeneralisasi dengan pandangan orang lain, dalam konteks ini peneliti menjabarkan dan menjelaskan secara komprehensif tentang kondisi sebenarnya atas objek yang diteliti. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih agar fenomena yang ditemukan secara alami dapat dideskripsikan dalam bentuk kata-kata oleh peneliti.

Penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya dalam segi konsep dan teori yang digunakan. Penelitian ini menggunakan konsep tahapan implementasi *corporate social responsibility* pada buku Nor Hadi (2018) yang berjudul "*Corporate Social Responsibility* Edisi 2" dan Teori Kontrak Sosial oleh Thomas Hobbes dan John Locke. Penelitian ini juga adalah satu-satunya penelitian yang meneliti Program Bank Sampah PT. Unilever Indonesia secara luas wilayahnya, yaitu se-Indonesia.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan data pra penelitian yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini berfokus kepada "Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Unilever Indonesia Melalui Program Bank Sampah?". Untuk menguraikan fokus penelitian tersebut, maka peneliti memiliki pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses penentuan visi dan misi program Bank Sampah yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia?
2. Bagaimana standarisasi pemetaan wilayah Bank Sampah yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia?
3. Bagaimana sistem pelaksanaan program Bank Sampah yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia?
4. Bagaimana monitoring dan evaluasi program Bank Sampah yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Unilever Indonesia melalui program Bank Sampah, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses penentuan visi dan misi program Bank Sampah yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia.
2. Untuk mengetahui bagaimana standarisasi pemetaan wilayah Bank Sampah yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia.
3. Untuk mengetahui bagaimana sistem pelaksanaan program Bank Sampah yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia.
4. Untuk mengetahui bagaimana monitoring dan evaluasi program Bank Sampah yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan kontribusi ilmiah bagi perkembangan Ilmu Kehumasan (*public relations*) khususnya pada kajian implementasi *corporate Social Responsibility*, dengan berdasarkan pada metode deskriptif yang dapat menggambarkan mengenai implementasi *corporate social responsibility*. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi atau sumber rujukan penelitian sejenis maupun studi pembanding bagi peneliti-peneliti yang akan meneliti hal yang sama.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi penjelasan jelas bagi praktisi dan akademisi dalam bidang Kehumasan terutama tentang implementasi program tanggung jawab perusahaan kepada sosial sehingga dapat dijadikan rujukan untuk kegiatan selanjutnya.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1

Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan
1	Agung Parlindo (2018). Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat Vol. 3, No. 2. UIN Sunan	Pengelolaan CSR Pertamina EP Asset 1 Lirik Melalui Kawasan CSR Terpadu Pertamina	Studi Kasus	Penelitian ini menggunakan teori manajemen hubungan	Pelaksanaan CSR dilakukan dengan menggunakan tahap *social mapping*, sosialisasi, implementa	Perbedaannya terdapat pada teori, objek, metode dan lokasi penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

	Gunung Djati.				si dan evaluasi.	
2	Fauziyah Nur Afifah (2019). Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat Vol. 2 No. 4 UIN Sunan Gunung Djati.	Pengelolaan *Corporate Social Responsibility* Beasiswa Bank Indonesia.	Studi Kasus	Penelitian ini menggunakan konsep *four steps pr*	Tahapan pelaksanaan dilakukan dengan mendefinisikan masalah, merencanakan sasaran, menentukan penerima dan struktur organisasi, dan yang terakhir evaluasi.	Perbedaannya terdapat pada teori, objek, metode dan lokasi penelitian.
3	Syifa Saatu Amelia (2019)	Pengelolaan Kegiatan *Corporate*	Studi kasus kualitatif	Penelitian ini menggunak	Penelitian ini menjelaskan	Perbedaannya terdapat pada teori,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

	Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Konst. Humas. UIN Sunan Gunung Djati.	*Social Responsibility* (CSR) PT. PLN Pada Program Bina Lingkungan Bank Sampah di Kota Bandung.		an teori *four steps public relations*.	bahwa program Bina Lingkungan Bank Sampah oleh PT. PLN dilakukan dengan empat tahap, yaitu analisis lingkungan (survey dan *sharing* dengan masyarakat), menetapkan perencanaan	objek dan lokasi penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

					, melakukan sosialisasi sekaligus pemberian sarana dan prasarana, dan yang terakhir melakukan audit pelaporan.	
4	Ghina Dwi Novia (2019). Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat Vol.2 No.2. UIN Sunan Gunung Djati.	Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Len Industri (Persero) Melalui Program	Deskriptif kualitatif	Penelitian ini menggunakan konsep pengertian CSR, konsep pengertian implementasi dan teori	Penelitian ini menjelaskan bahwa implementasi program Bantuan *Solar Tree Light* dilakukan	Perbedaannya terdapat pada teori, objek dan lokasi penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

		Bantuan *Solar Tree Light.*		3P *triple bottom line*.	dengan tiga langkah, yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.	
5	Kadek Desy Aprianthiny (2015), Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE) Vol. 5 No. 1	Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali	Deskriptif kualitatif	Penelitian ini menggunakan tiga teori CSR, yaitu teori legitimasi, teori *stakeholder* dan teori kontrak sosial.	Penelitian ini menjelaskan PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi mendapat respon baik dari masyarakat melalui program CSR yang	Perbedaannya terdapat pada teori, objek dan lokasi penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

					dilakukan. Kegiatan CSR menjadi modal sosial sebagai bentuk keberlanjutan usaha demi meningkatkan kepercayaan masyarakat.	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.5.2 Landasan Teoritis

1.5.2.1 Tahapan Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Hadi (2018:233-261) dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility* Edisi 2 menjelaskan bahwa terdapat tiga tahap dalam mengimplementasikan program *corporate social responsibility*, diantaranya sebagai berikut:

1) *Planning*/Perencanaan

Planning/perencanaan dilakukan sebagai bentuk langkah awal dalam mengimplementasikan program *corporate social responsibility.* Pada perusahaan yang mengaplikasikan *corporate social responsibility* sesuai dengan *core value* atau nilai-nilai yang terdapat pada perusahaan, perlu adanya penetapan visi, misi, tujuan, target serta strategi dengan mempertimbangkan kebijakan yang ada pada perusahaan. Setelah itu, masuk kepada perencanaan praktik dimana perusahaan menentukan struktur organisasi, menempatkan SDM-nya ke dalam struktur tersebut, kemudian merancang program yang akan dilakukan. Setelah rancangan program serta struktur telah sempurna, perusahaan kemudian masuk ke dalam pemetaan wilayah pelaksanaan serta menentukan sumber dana. Setelah semua perencanaan telah dilakukan, perusahaan baru dapat masuk ke dalam tahap selanjutnya, yaitu pelaksanaan program.

2) Implementasi

Tahap ini adalah tahap dimana perencanaan yang sebelumnya telah dilakukan kemudian diaplikasikan. Dalam pengaplikasiannya, terdapat beberapa strategi, diantaranya:

a. Program sentralisasi, artinya program direncanakan, ditentukan serta dilaksanakan oleh perusahaan itu sendiri. Namun, dalam pelaksanaannya dapat bekerjasama dengan pihak lain seperti pemerintah, LSM, atau EO selama visi misinya masih sama dengan yang direncanakan oleh perusahaan.
b. Program desentralisasi, artinya perusahaan hanya sebagai pendukung program. Perusahaan hanya sebagai penyedia dana, material maupun sponsorship.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

c. *Mixed type*, artinya perusahaan dengan pihak lain berada dalam segala proses yang dilakukan. Program ini dilakukan secara partisipatoris.

3) Evaluasi

Tahap terakhir adalah evaluasi. Sebagai sebuah program, perlu dilakukannya sebuah evaluasi agar mendapatkan pembaruan atau perbaikan untuk program-program selanjutnya serta menjadi taraf penilaian kesuksesan program, terutama untuk program yang dilaksanakan secara rutin. Perusahaan perlu merumuskan indikator untuk mengukur pencapaian program *corporate social responsibility* yang telah dilaksanakan, indikator tersebut berasal dari publik internal maupun eksternal perusahaan.

Tahap-tahap dalam melakukan implementasi *corporate social responsibility* yang dijelaskan oleh Nor Hadi (2018) dalam bukunya tersebut, dapat menjadi acuan sebuah perusahaan dalam melaksanakan kegiatan atau program tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Melalui tahapan tersebut, perusahaan dapat dengan tepat menentukan hal-hal yang harus dilakukan terlebih dahulu. Konsep yang dipaparkan tersebut sesuai dengan tema yang akan diambil oleh peneliti, yaitu mengenai implementasi *corporate social responsibility*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

1.5.2.2 Teori Kontrak Sosial

Menurut Rawl (1999) dalam Hadi (2011:97) menjelaskan bahwa teori kontrak sosial merupakan hak kebebasan individu dan kelompok termasuk *society*, yang saling menguntungkan bagi anggotanya. *Social Contract* dibangun dan dikembangkan, salah

satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat (*society*). Di sini, perusahaan atau organisasi memiliki kewajiban pada masyarakat untuk memberi manfaat bagi masyarakat. Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang *legitimate*. Teori ini pertama kali dicetuskan oleh Thomas Hobbes dan John Locke (Deegan,dalam Nor Hadi 2018:148).

1.5.3 Kerangka Konseptual

1.5.3.1 Implementasi

Impelementasi adalah aktivitas, tindakan atau aksi. Implementasi adalah aktivitas yang sebelumnya sudah direncanakan terlebih dahulu sehingga dipengaruhi oleh objek berikutnya untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan (Usman, 2002:70).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Implementasi juga dapat dikatakan sebagai sebuah proses dimana melibatkan beberapa hal, yaitu manusia, dana dan kemampuan organisasional. Implementasi bisa disebut sebagai proses untuk meraih sebuah hasil dari apa yang telah diatur sebelumnya (Widodo, 2012:88).

1.5.3.2 *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility adalah bentuk pertanggung jawaban perusahaan kepada masyarakat dalam mensejahterakan masyarakat, melestarikan

lingkungan, maupun pengembangan ekonomi berkelanjutan. *Corporate social responsibility* juga dinilai sebagai komitmen maupun kontribusi perusahaan terhadap lingkungan sekitar. *Corporate social responsibility* dapat dilakukan dalam lingkup internal ataupun eksternal (Untung, 2008:1).

Corporate social responsibility adalah salah satu upaya yang dilakukan perusahaan dalam membangun operasi bisnis yang dapat diterima secara sosial oleh masyarakat dengan mengurangi dampak lingkungan tanpa mengurangi kesuksesan finansial. Terdapat tiga prinsip tanggung jawab sosial yang dijelaskan oleh Crowther David dalam Hadi (2018:79), yaitu:

1) *Sustainability*, dimana perusahaan memperhatikan atau memperhitungkan faktor keberlanjutan agar sumber daya yang digunakan dapat digunakan atau tetap tersedia dimasa depan.
2) *Accountability*, dimana perusahaan memiliki kewajiban dalam melaporkan segala aktivitas yang telah dilakukan. Tanpa disadari, aktivitas yang terjadi di perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan eskternal. Karena hal itu, laporan perusahaan yang dapat diakses secara mudah oleh masyarakat mempengaruhi reputasi perusahaan. Laporan tersebut dapat membangun reputasi yang baik maupun yang buruk.
3) *Transparency*, dimana perusahaan terbuka atas segala informasi. Hal ini berguna untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman. Hal ini penting terutama mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap efek negatif yang ditimbulkan dari proses produksi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

John Eklington (1997) dalam salah satu karyanya yang berjudul C*anibalts with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business* mengemukakan konsep *The Triple Bottom Line* atau *3P Bottom Line*. Konsep ini menjelaskan tentang bagaimana perusahaan tidak bisa hanya berorientasi pada keuntungan (*profit*), tetapi juga harus mementingkan faktor pengaruh positif terhadap masyarakat (*people*) dan faktor pengaruh positif terhadap lingkungan sekitar (*planet*). Dengan 3P tersebut, bisnis yang dilakukan oleh perusahaan akan berjalan dengan lancar dan keberlanjutan (Hadi, 2018:77).

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan PT. Unilever yang ada di Indonesia yang beralamat di Jl. BSD Grand Boulevard, Sampora, Kec. Cisauk, Tangerang, Banten. Lokasi penelitian ini dipilih untuk mengetahui lebih dalam bagaimana PT. Unilever Indonesia mengimplementasi *corporate social responsibility* melalui program Bank Sampah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini menganggap bahwa pengetahuan tidak hanya hasil dari pengamatan terhadap sebuah fakta, tetapi juga hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti. Paradigma ini melihat sebuah fenomena yang dialami atau dirasakan oleh satu orang tidak dapat disamakan dengan apa yang dirasakan orang lain.

Peneliti menggunakan paradigma ini karena ingin memperoleh pemahaman dari informan yang akan membantu proses interpretasi pada suatu yang terjadi, yang pada kasus ini adalah pengimplementasian program bank sampah. Upaya dalam mendapatkan data-data, peneliti menggunakan wawancara mendalam yang dianggap relevan dengan fokus dan tujuan pada penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang nantinya peneliti menjelaskan hasil penelitian menggunakan kata-kata bukan angka dengan tujuan menjelaskan fenomena dari objek yang sedang diteliti oleh peneliti. Penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan bagaimana PT. Unilever Indonesia mengimplementasikan *corporate social responsibility* melalui program Bank Sampah berdasarkan data yang diterima melalui wawancara mendalam.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Metode ini digunakan untuk mengeksplor sebuah fenomena yang terjadi yang tidak dapat dikuantifikasikan (Satori, 2011:23). Metode ini menggambarkan atau menginterpretasikan fenomena yang diteliti dengan apa adanya, sesuai yang terjadi di lapangan.

Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti akan meringkas dan menggambarkan berbagai macam situasi dan berbagai kondisi yang terjadi di lapangan yang menjadi suatu masalah, lalu menarik ke dalam permukaan sebagai gambaran mengenai kondisi tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif. Data ini dapat dikumpulkan melalui wawancara, observasi, menganalisis dokumen, pengambilan gambar atau foto, dll. Data yang diidentifikasi pada penelitian ini diantaranya:

a. Data dari PT. Unilever Indonesia terkait penentuan visi dan misi program Bank Sampah
b. Data dari PT. Unilever Indonesia terkait standarisasi pemetaan wilayah program Bank Sampah
c. Data dari PT. Unilever Indonesia terkait pelaksanaan program Bank Sampah
d. Data dari PT. Unilever Indonesia terkait monitoring dan evaluasi Bank Sampah

1.6.4.2 Sumber Data

Terdapat data primer dan sekunder yang digunakan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

a. Sumber data primer adalah data yang didapat dari pihak PT. Unilever Indonesia beserta jajarannya yang bertugas dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* Bank Sampah.
b. Sumber data sekunder adalah data yang didapat dari pihak lain yang terkait dalam proses pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* Bank Sampah, beberapa dokumen resmi dan literature seperti buku-buku tentang kehumasan, kliping, buletin, majalah dan arsip lainnya yang mendukung.

1.6.5 Teknik Penentuan Informan

Peneliti menentukan beberapa informan pada penelitian ini dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini merujuk pada bagaimana kriteria informan, misalnya informan dianggap paling tahu, informan yang turun langsung sebagai pelaku pelaksana. Syarat informan dalam penelitian ini adalah Staff Environment Program Yayasan Unilever Indonesia yang mengelola dan paham tentang program Bank Sampah dan Staff Yayasan Rumah Pelangi yang bekerjasama dengan PT. Unilever Indonesia.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan bagian dari metode kualitatif. Wawancara mendalam dilakukan karena ada beberapa bagian yang tidak dapat dipenuhi pada tahap observasi. Wawancara merupakan sebuah alat untuk melakukan pengecekan ulang terhadap suatu informasi yang telah diperoleh sebelumnya. Tujuan dari wawancara mendalam sendiri adalah untuk mendapatkan data yang konkret dan terperinci (Sugiyono, 2012:138).

Wawancara akan dilakukan oleh peneliti dengan Staff Environment Program Yayasan Unilever Indonesia yang mengelola program CSR Bank Sampah dan beberapa pihak terkait yang juga akan menjadi informan. Informan akan diberikan pertanyaan-pertanyaan terkait pelaksanaan program Bank Sampah. Tujuan dari wawancara mendalam agar mendapatkan data yang konkret dan penjelasan yang lebih

terperinci. Untuk itu, peneliti akan menyiapkan pertanyaan wawancara terlebih dahulu, namun peneliti tidak hanya terpaku pada pertanyaan yang telah disiapkan.

1.6.6.2 Observasi

Observasi merupakan proses penelitian mengamati situasi dan kondisi. Observasi sebagai salah satu teknik untuk mengumpulkan data memiliki ciri yang berkenaan dengan proses kerja, gejala-gejala alam, perilaku manusia dan responden yang tidak terlalu besar (Sugiyono, 2012:145).

Observasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana implementasi program Bank Sampah. Dalam observasi ini, peneliti mendatangi PT. Unilever Indonesia dan beberapa pihak terkait yang dijadikan informan dalam penelitian yang turut serta dalam pelaksanaan program Bank Sampah, kemudian mengamati hal yang dilakukan oleh informan. Observasi dilakukan agar peneliti dapat melihat langsung fenomena yang terjadi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6.7 Teknik Analisis Data

Model dari Miles dan Huberman peneliti anggap tepat sebagai teknik dalam menganalisis data, dimana dalam model ini dijelaskan terhadap 3 alur menganalisis, yaitu

1. Reduksi data, penyederhanaan data yang telah didapat dari proses penelitian di lapangan. Proses ini dilakukan agar data yang didapat lebih jelas dalam menggambarkan tujuan dari penelitian.

2. Penyajian data, pengolahan data menjadi sebuah data yang terstruktur dalam bentuk kata-kata sehingga dapat mudah untuk ditarik kesimpulan.
3. Penarikan kesimpulan, langkah ini dapat dilakukan jika kedua langkah sebelumnya telah terpenuhi. Kesimpulan yang disampaikan pada penelitian ini bersifat sementara sampai terdapat penelitian baru yang lebih kuat mengenai hasil penelitian ini. (Miles dan Huberman, 2009:16-21).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG