

**STRATEGI DAN IMPLEMENTASI KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* MELALUI PROGRAM KEMITRAAN DAN
BINA LINGKUNGAN**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada PT Madubaru PG-PS Madukismo Yogyakarta)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Menenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Endah Widowati

NIM. 09730058

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
YOGYAKARTA**

2013



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Endah Widowati
Nomor Induk : 09730058
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya / penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya / penelitian orang lain.

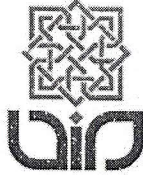
Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 8 Oktober 2013

Yang menyatakan



Endah Widowati
NIM. 09730058



NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp : -

Kepada :

Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Endah Widowati
NIM : 09730058
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi dan Implementasi Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada PT Madubaru PG-PS Madukismo Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu ilmu komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 8 Oktober 2013

Pembimbing

Fatma Dian Pratiwi, Sos.,M.Si

NIP. 19750307 200604 2 001



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/11146/2013

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI DAN IMPLEMENTASI KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MELALUI PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN (Studi Deskriptif Kualitatif Pada PT. Madubaru PG-PS Madukismo Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Endah Widowati
NIM : 09730058

Telah dimunaqosyahkan pada : Kamis, tanggal: 17 Oktober 2013
dengan nilai : A/B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Fatma Dian Pratiwi, S.Sos., M.Si
NIP. 19750307 200604 2 001

Penguji I

Drs. Bono Setyo, M.Si
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji II

Mokl. Mahfud, S.Sos.I., M.Si
NIP. 19770713 200604 1 002

Yogyakarta, 7-11-2013
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



Dr. Dudung Abdurahman, M.Hum
NIP. 19630306 198903 1 010

Motto:

Jangan lihat masa lampau

dengan penyesalan,

Jangan pula lihat masa depan

dengan ketakutan,

Tapi lihatlah sekitar dengan penuh kesadaran.

(James Thurber)



Halaman Persembahan



Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Keluarga & Para Sahabat



KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang STRATEGI DAN IMPLEMENTASI KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* MELALUI PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN (Studi Deskriptif Kualitatif Pada PT. Madubaru PG-PS Madukismo Yogyakarta). Penyusunan menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Dudung Abdurrahman, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak H. Drs. Bono Setyo, M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Fatma Dian Pratiwi, S.Sos.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Papa dan Mama yang telah memberikan doa, semangat, perhatian serta bantuan secara moril maupun materiil.
5. Seluruh Dosen Progam Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, serta staff Tata Usaha dan Kemahasiswaan.
6. Seluruh jajaran PT. Madubaru PG-PS Madukismo, khususnya Divisi PKBL.
7. Keluarga Colorfull Management, (April, Ocha, Arien, Chaky, Dihan, Ipul, Mahmud, Fahrul, Arif, Aulia, Ipin, Adit, Didi, Mufid, Wahyu, Erlin, Cyntia, Dossi, Anggi, Amah, Rhara, Fajar, Imron, Alif, Sahid, Andra, Rendra, Fia, Mery, Ryryn, Tiwi, Reny, Chaca, Bram, Jundan, Ilham, Yogi).
8. Keluarga mulur mungkret (mas kelik, koko, pindi, rindi, sandra, dkk).

Akhirnya peneliti sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang baik secara langsung ataupun tidak langsung telah memberikan bantuan kepada peneliti, hingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Yogyakarta, 6 Oktober 2013

Peneliti

Endah Widowati

NIM. 09730058

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Telaah Pustaka.....	6
F. Landasan Teori.....	8
1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	8
2. Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
a. Jenis – Jenis <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
b. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.....	13
c. Strategi dalam Implementasi CSR.....	14
d. Kinerja Kunci dalam CSR.....	18
G. Kerangka Pemikiran.....	22
H. Metodologi Penelitian.....	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Unit Analisis.....	24
3. Objek dan Subjek Penelitian.....	26
4. Jenis Data.....	26

5. Metode Pengumpulan Data.....	27
6. Metode Analisis Data	29
7. Teknik Keabsahan Data.....	30
BAB II. GAMBARAN UMUM	33
A. PT. Madubaru PG-PS Madukismo	33
1. Sejarah dan Visi,Misi PT. Madubaru PG-PS Madukismo.....	33
2. Nilai Budaya Perusahaan	36
3. Kedudukan dan Fungsi Struktur Organisasi	37
4. Produksi dan Pemasaran	44
B. PKBL PT. Madubaru PG-PS Madukismo	49
1. Profil dan Visi, Misi PKBL	49
2. Struktur Organisasi PKBL	50
3. Program – Program PKBL.....	51
BAB III. PEMBAHASAN.....	52
A. <i>Corporate Social Responsibility</i> Melalui PKBL	52
B. Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Melalui PKBL.....	57
1. Bentuk Kegiatan PKBL	57
2. Strategi dan Implementasi PKBL	66
BAB IV. PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Kerangka Pemikiran	22
Bagan 2 : Struktur Organisasi PKBL	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Logo PT. Madubaru	33
Gambar 2 : Bantuan bidang pendidikan.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Unit Analisi Implementasi	25
Tabel 2 : Data informan	26
Tabel 3 : Daftar Mitra Binaan 2013	59
Tabel 4 : Penyaluran Dana Kemitraan	60
Tabel 5 : Realisasi Program Bina Lingkungan 2013	62
Tabel 6 : Penyaluran Dana Program Bina Lingkungan	63
Tabel 7 : Dana PKBL 2013	73
Tabel 8 : Penerima Tali Asih Peduli Anak Negeri.....	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Interview Guide.....	
Lampiran 2 : Foto-foto KegiatanPKBL	
Lampiran 3 : Surat Ijin Penelitian	
Lampiran 4 : Sertifikat-sertifikat.....	
Lampiran 5 : Riwayat Hidup Peneliti.....	



Abstract

The title of this research is “the implementation of Corporate Social Responsibility activities through the Partnership and Community Development (Qualitative descriptive study on PT. Madubaru PG-PS Madukismo Yogyakarta)”. the background of the problem in this research is the partnership and community development of PT. Madubaru PG-PS Madukismo with its partners who able to penetrate the internasional market. One of the partner is Gujahe, in which has exported its products abroad. Can the success of established partners PT. Madubaru PG-PS Madukismo it is be said, the implementation of CSR activity through the partnership and community development program appropriate to the implementation of CSR modern era which consist of strategy CSR implementation, performance unit analysis, and CSR report.

This research uses descriptive qualitative research method, that describes the implementation of Corporate Social Responsibility through the partnership and community develepment at PT. Madubaru PG-PS Madukismo. The subjects of the research division officer PKBL and existing of documentation PT. Madubaru PG-PS Madukismo. The methods of data collection in this study is using gradually interviews, observation, and literature. While the validity of the data using the technique of triangulation of data or resources.

The implementation of CSR through the CSR activities at PT. Madubaru PG-PS Madukismo measured by the modern era of CSR implementation, which is implementation strategy, the unit of analysis in the implementation of CSR and report which in accordance with the implementation of the modern era. However, in the implementation of CSR activities, documentation of results showing the reduced morbidity and mortality (in health), or reduced rate of illiteracy and increasing human resources ability (in education) or other parameters accoeters to the chosen field of the CSR by companies is not supplied by the auditor independent to the company. So companies have know yet to the out come of the partnership that has been going on.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Implementation and strategy.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Kenyataan bahwa keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat hampir pasti membawa dampak negatif, meskipun memiliki kemanfaatan untuk kesejahteraan dan pembangunan. Mengamati sisi negatif industrialisasi tersebut, tidak adil manakala masyarakat harus menanggung beban sosial. Padahal masyarakat merupakan pihak yang tidak memperoleh kontra prestasi langsung dari industrialisasi, sementara justru mereka yang harus menanggung dampak sosial dan lingkungan.

Kemunculan *corporate social responsibility* selanjutnya ditulis CSR nampaknya dapat dijadikan alternatif yang patut dikembangkan untuk membagi arah tanggung jawab perusahaan terhadap berbagai persoalan *issue* sosial dan lingkungan. CSR dapat dijadikan strategi keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta wujud kegiatan untuk menjaga dan melakukan upaya – upaya terhadap kemungkinan munculnya eksese negatif industrialisasi.

Sesuai dengan UU No 23/2009 pasal 68 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (PPLH) setiap orang yang melakukan usaha dan atau berkegiatan memiliki sejumlah kewajiban. Termasuk menjaga keselarasan hidup lingkungan sekitar, sehingga sekarang ini setiap perusahaan wajib untuk melakukan tanggung jawab sosial (CSR). Sehingga sebuah perusahaan wajib untuk melakukan tanggung jawab

sosial, yaitu peduli terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Apalagi perusahaan yang memiliki tingkat resiko tinggi terhadap perubahan lingkungan alam dan sosial (Harian Jogja,7 Desember 2012).

Tanggung jawab sosial dan lingkungan akan semakin besar disandang jenis perusahaan pengelola sumber daya alam (*ekstraktif*), perkebunan dan jenis perusahaan yang memiliki resiko tinggi terhadap perubahan lingkungan alam dan sosial. Salah satu perusahaan tersebut adalah PT. Madubaru Pabrik Gula-Pabrik Spiritus Madukismo Yogyakarta yang memiliki resiko tinggi dalam pencemaran lingkungan. Limbah yang dihasilkan sangat beresiko bagi lingkungan, misalnya air sumur warga disekitar pabrik berwarna kuning, bau limbah yang mengalir ke sungai dan asap yang dikeluarkan mengakibatkan pencemaran udara.

PT. Madubaru Pabrik Gula (PG)- Pabrik Spiritus (PS) Madukismo terletak di desa Tirtonirmolo Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul. Sebagaimana layaknya sebuah pabrik, PG-PS Madukismo memiliki dampak positif maupun negatif terhadap masyarakat sekitar. Keberadaan PG-PS Madukismo ini memberi efek ganda yang berupa kegiatan ekonomi, lapangan kerja baik langsung dalam pabrik maupun diluar pabrik, sehingga mampu menekan jumlah pengangguran, memberi bantuan untuk proyek RPK3 (Rencana Proyek Kebersihan, Ketertiban, Keindahan) serta program kemitraan dan program bina lingkungan (PKBL). Semua kegiatan ini merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar lokasi.

Dalam hal ini peneliti akan mengangkat penelitian diatas dengan salah satu ayat Al-Qur'an yaitu sebagai berikut:

Q.S. Al Baqarah ayat: 11

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ

Artinya:

Dan apabila dikatakan pada mereka, 'Janganlah kalian berbuat kerusakan dimuka bumi' Mereka menjawab, "Sesungguhnya kami orang-orang yang mengadakan perbaikan." (Q.S Al-Baqarah:11)

Kaitannya dengan penelitian ini berdasarkan ayat diatas yaitu terdapat pada kandungan tentang tanggung jawab manusia untuk memelihara lingkungan hidup dan erat kaitanya dengan implementasi kegiatan CSR melalui program kemitraan dan bina lingkungan. Dimana sebuah perusahaan peduli terhadap lingkungan sekitar dan memberikan dampak positif terhadap lingkungan disekitar perusahaan.

PKBL adalah Program Kemitraaan dan Bina Lingkungan, dimana PKBL adalah istilah CSR untuk BUMN di seluruh Indonesia. Dasar hukum PKBL adalah Peraturan MENTERI BUMI No.4 Tahun 2007, bahwa setiap BUMN wajib membentuk unit kerja khusus yang menangani langsung masalah pembinaan dan pemberdayaan masyarakat di mana besaran alokasi PKBL tersebut bernilai 2% dari laba bersih (Kartini,Dwi 2009:78).

Bentuk kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh PT. Madubaru PG-PS Madukismo yaitu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Bentuk kegiatan program kemitraan yaitu: pinjaman jangka panjang, pinjaman jangka pendek, hibah (pameran, study banding, pelatihan/diklat mitra binaan) yang ditujukan untuk mitra binaan dari PT. Madubaru. Sedangkan bentuk bina lingkungan yaitu: sarana pendidikan, peningkatan kesehatan, pengembangan sarana dan prasarana umum, sosial dan pelestarian alam (<http://madubaru.com/yn.com/PKBL/pkbl.html>/ 21 Mei 2013 08.48).

Dampak negatif yang disebabkan dari pembuangan limbah masih dikeluhkan oleh masyarakat sekitar perusahaan namun disisi lain kegiatan CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT. Madubaru PG-PS Madukismo memiliki mitra binaan yang mampu menembus pasar internasional. Salah satu mitra tersebut adalah Gujahe, yang telah mengekspor produknya ke luar negeri. Keberhasilan dari mitra binaan PT. Madubaru PG-PS Madukismo apa sudah bisa dikatakan, bahwa strategi dan implementasi CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT. Madubaru PG-PS Madukismo berhasil. Strategi dan Implementasi kegiatan CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT. Madubaru PG-PS Madukismo apakah telah sesuai dengan implementasi CSR Era modern, yakni strategi dalam implementasi CSR, unit analisis kinerja, dan pelaporan CSR. Sedangkan ada 8 unit analisis yang digunakan dalam pengukuran agar strategi implementasi CSR tercapai, yakni *leadership*, proporsi bantuan, transparansi dan akuntabilitas, cakupan wilayah, perencanaan dan mekanisme monitoring

dan evaluasi, pelibatan *stakeholder*, keberlanjutan, dan hasil nyata (*outcome*).

Atas dasar latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan di atas maka dalam penelitian ini akan mendeskripsikan tentang bagaimana strategi dan implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Sehingga penelitian ini mengambil judul: Strategi dan Implementasi Kegiatan *Corporate Social Responsibility* melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Madubaru Pabrik Gula-Pabrik Spiritus Madukismo Yogyakarta).

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana strategi dan implementasi kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di PT. Madubaru Pabrik Gula-Pabrik Spiritus Madukismo?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi dan implementasi kegiatan *corporate sosial responsibility* (CSR) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di PT. Madubaru Pabrik Gula-Pabrik Spiritus Madukismo.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut bagi para penelitian lain maupun masyarakat umum, serta diharapkan dapat memberikan manfaat guna menambah khasanah keilmuan yang berkaitan dengan studi *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai masukan dan saran bagi Pabrik Gula Madukismo dalam strategi dan implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
- b. Sebagai bahan kajian bagi para peneliti selanjutnya.

E. TELAAH PUSTAKA

Beberapa penelitian yang terdahulu yang terkait dengan penelitian implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, antar lain: “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Melalui *Community Development* PT. Semen Tonasa (PERSERO)”, ditulis oleh Nurul Islam, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (Nurul. 2009). Dalam penelitian ini Nurul Islam menemukan sebuah mekanisme pelaksanaan yang digunakan oleh PT Semen Tonasa (PERSERO) dalam melaksanakan tanggung jawab

sosialnya, yakni *bottom up process*, *top down process* dan *participative process*, namun yang sering digunakan dalam pertanggung jawaban sosial adalah *participative proses*, alasannya adalah perusahaan dan masyarakat dapat saling berkomunikasi untuk mengetahui apa yang sebenarnya menjadi permasalahan. Penelitian ini lebih mendalami program CSR melalui komitmen *Community Development* sebagai pesan komunikasi dalam pemenuhan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) sekaligus menjaga mitra antara perusahaan dengan masyarakat secara partisipatif yakni melalui *bottom up*. Dalam penelitian ini sama-sama Penelitian tersebut meneliti implementasi program kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan perbedaan penelitian ini, pada penelitian yang dilakukan Nurul Islam mendeskripsikan implementasi CSR melalui *Community Development* PT. Semen Tonasa (PERSERO). Sedangkan pada penelitian ini, peneliti lebih mempersempit bidang penelitian yaitu mendeskripsikan strategi dan implementasi CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Pabrik Gula Madukismo.

Penelitian selanjutnya yaitu dalam skripsi yang berjudul “Implementasi Konsep *Triple Bottom Line* pada PT. Pertamina (persero) (Studi Deskriptif Kualitatif Program *Corporate Social Responsibility* Periode 2007-2009)” oleh Nurfajriyah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta mengungkapkan bahwa objek dalam penelitian tersebut adalah Implementasi Konsep *Triple Bottom Line* PT. Pertamina (Persero).

Persamaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti implementasi program kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan perbedaannya adalah obyek penelitiannya, pada penelitian yang dilakukan oleh Nurfajriyah tersebut mendeskripsikan bagaimana implementasi konsep *Triple Bottom Line* dalam program CSR PT. Pertamina (Persero). Sedangkan pada penelitian ini, peneliti mendeskripsikan strategi dan implementasi kegiatan CSR Pabrik Gula Madukismo Yogyakarta melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.

F. LANDASAN TEORI

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) menurut *World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD) adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*). Komitmen lainnya adalah meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat luas. Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila terdapat komitmen penuh dari *top management* perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas publik (Muh arief effendi, 2009:107).

Menurut World Bank (Fox, Ward dan Howard 2002: 1), CSR merupakan komitmen sektor swasta untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*). Dukungan sektor swasta dalam hal ini perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial, dimulai ketika tahun 2000, Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) membentuk UN Global Compact sebagai salah satu lembaga yang memakai konsep dan kegiatan CSR. Lembaga ini merupakan representasi kerangka kerja sektor swasta untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dan terciptanya *Good Corporate Citizenship* (UN Global Compact: 10). Tujuan utama yang ingin dicapai adalah memberantas kemiskinan, menyelesaikan masalah buta huruf, memperbaiki layanan kesehatan, mengurangi angka kematian bayi, memberantas AIDS, menciptakan keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan, dan merangsang terciptanya kemitraan dalam proses pembangunan (Muh arief effendi, 2009:107).

Manfaat yang diperoleh perusahaan jika mengimplementasikan CSR adalah sebagai berikut:

- a. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas.
- b. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal).

- c. Perusahaan dapat mempertahankan sumberdaya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
- d. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

Pada saat ini CSR dapat dianggap sebagai investasi masa depan bagi perusahaan. Minat para pemilik modal dalam menanamkan modal di perusahaan yang telah menerapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan yang tidak menerapkan CSR. Melalui program CSR dapat dibangun komunikasi yang efektif dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitar (Muh. arief effendi, 2009:113).

2. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Jenis – Jenis Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kolter dan Lee (2005) menyebutkan enam kategori aktivitas CSR, yaitu: *cause promotions, cause related marketing, corporate societal marketing, corporate philanthropy, community volunteering, dan socially responsible business practice* (Kartini, Dwi, 2009: 63-78).

1) Promosi Kegiatan Sosial (*Cause Promotions*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu

kegiatan sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu. Komunikasi persuasif dengan tujuan menciptakan kesadaran (*awareness*) serta perhatian terhadap suatu masalah sosial, merupakan fokus utama dari kategori CSR ini.

2) Pemasaran Terkait Kegiatan Sosial (*Cause Related Marketing*)

Dalam kegiatan CSR ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu serta untuk aktivitas derma tertentu.

Meskipun kampanye *cause related marketing* mendukung berbagai jenis kegiatan sosial, namun terdapat beberapa masalah sosial yang sangat menonjol sehingga mendorong banyak perusahaan untuk berpartisipasi dalam bidang ini. Untuk konteks Indonesia, pelaksanaan *cause-related marketing* terutama ditujukan untuk kegiatan beasiswa, penyediaan air bersih, pemberian pelayanan kesehatan, pengembangan usaha kecil dan menengah.

3) Pemasaran Kemasyarakatan Perusahaan (*Corporate Societal Marketing*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4) Kegiatan Filantropi Perusahaan (*Corporate Philanthropy*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, bingkisan/paket bantuan atau pelayan secara Cuma-Cuma.

5) Pekerjaan Sosial Kemasyarakatan Secara Sukarela (*Community Volunteering*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan pedagang eceran, atau para pemegang *franchise* agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6) Praktik Bisnis yang Memiliki Tanggung Jawab Sosial
(*Socially Responsible Practice*)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup. Yang dimaksud komunitas dalam hal ini mencakup karyawan, perusahaan, pemasok, distributor, organisasi-organisasi nirlaba yang menjadi mitra perusahaan serta masyarakat secara umum. Sedangkan yang dimaksud kesejahteraan mencakup didalamnya aspek-aspek kesehatan, keselamatan, kebutuhan pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional.

b. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (Jenis Program CSR Badan Usaha Milik Negara-BUMN Indonesia)

PKBL adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, dimana PKBL adalah istilah CSR untuk BUMN di seluruh Indonesia. Dasar hukum PKBL adalah Peraturan MENTERI BUMI No.4 Tahun 2007, bahwa setiap BUMN wajib membentuk unit kerja khusus yang menangani langsung masalah pembinaan dan pemberdayaan masyarakat di mana besaran alokasi PKBL tersebut bernilai 2% dari laba bersih. Pada umumnya isu-isu PKBL meliputi (Kartini,Dwi, 2009: 78).

1) Program Kemitraan yang mayoritas dengan UMKM

2) Program Bina Lingkungan terbagi:

- a) Bantuan bencana alam
- b) Kesehatan masyarakat
- c) Pendidikan dan pelatihan masyarakat
- d) Keagamaan
- e) Pengembangan sarana umum
- f) Pelestarian alam

c. Strategi dalam Implementasi CSR

Agar implementasi CSR sanggup bahkan berjalan sesuai dengan ide dan konsep dasarnya membutuhkan ide dan strategi ekstra. Strategi ekstra tersebut meliputi empat agenda utama, yakni: pedoman (*guidelines*) dan tata etika (*codes of conduct*), sistem dan kebijakan manajemen korporat, strategi kepemimpinan korporat dalam CSR, serta komitmen dan kemitraan di antara *stakeholders* (Kartini, Dwi, 2009:47-53).

1) Pedoman (*guidelines*) dan Tata Etika (*Codes of Conduct*)

Guidelines atau pedoman sangat diperlukan dalam pelaksanaan strategi CSR oleh perusahaan. Beberapa negara telah menjadikan *UN Global Compact* menjadi suatu kebijakan yang disesuaikan dengan kebijakan negara masing. Sehingga dengan adanya

pedoman ini, korporasi, pemerintah dan masyarakat paham mengenai ruang lingkup serta apa yang menjadi sustan CSR itu sendiri.

Dalam skala mikro sebenarnya setiap korporasi mempunyai suatu tata etika sendiri yang disebut 'tata etika' atau '*codes of conduct*'. Tata etika mengatur perusahaan dalam memproduksi, berhubungan antarsesama pekerja atau antar level perusahaan, etika proses bisnis, etika menghadap pesaing, cara menghadapi pelanggan.

2) Sistem dan Kebijakan Korporat

CSR merupakan bagian dari sistem manajemen suatu perusahaan. Korporat yang sadar dampak jelas akan menjadikan CSR sebagai bagian dari strategi perusahaan yang profitabel di masa depan dan berdurasi jangka menengah sampai panjang. Korporasi yang semacam ini akan menempatkan CSR *value* di dalam skema visi dan nilai-nilai perusahaan.

3) Strategi Kepemimpinan Korporat dalam CSR

a) Integrasi

Kepemimpinan yang visioner harus mengintegrasikan tanggung jawab perusahaannya kestruktur dan strategi bisnis dan harus dinyatakan

secara jelas didalam nilai-nilai dan prinsip-prinsip. Para pemimpin yang tergabung disuatu dewan juga harus memonitor pelaksanaan CSR perusahaan dan melalui strategi dan komitmen yang tinggi terhadap para *stakeholders-nya* diharapkan bisa dicapai kinerja tanggung jawab perusahaan yang memuaskan dan diakui oleh para *stakeholders-nya*.

b) Inovasi

Kepemimpinan yang strategik tidak hanya melihat pelaksanaan tanggung jawab perusahaanya dilihat dari sisi kepatuhan dan legal serta manajemen risiko, tetapi bagaimana menciptakan peluang baru dan nilai lebih dari CSR itu sendiri. R&D akan sangat berperan guna mewujudkan peluang baru dan nilai lebih sehingga menghasilkan proses, produk baru, pelayanan baru dan pasar baru dengan tetap mengedepankan wawasan CSR di dalam setiap tindakan inovasinya.

c) *Accountability*

Kepemimpinan didalam CSR wajib dan sadar membuat suatu skema komitmen terhadap publik yang relevansikan dengan tujuan, prinsip, dan kinerja perusahaan. Artinya perusahaan mempunyai

suatu *setting-an* target dan jangka waktu yang ditujukan untuk mengeksekusi isu-isu strategik yang berasal dari para *stakeholders* mereka sendiri dan mengekspektasi apa yang kira-kira diinginkan oleh *stakeholders*. Dengan demikian diperlukan suatu laporan yang transparan, bertanggung jawab dan konsisten terhadap semua tindakan praktikal CSR yang telah dilakukan perusahaan. Oleh karena laporan yang akuntabel merupakan suatu bentuk komitmen yang utuh terhadap para *stakeholders*.

d) Pelibatan yang sistemik, Bersifat Konsultasi dan Kolaborasi

Wujud konkret dalam kepemimpinan CSR adalah melibatkan perusahaannya secara penuh dan berdedikasi dengan para *stakeholders*. Kepemimpinan tipe proaktif membentuk forum-forum yang kredibel bersama *stakeholders*-nya dalam konteks komunikasi, konsultasi dan kolaborasi yang berhubungan dengan isu-isu strategis dan spesifik tentang CSR kekinian.

4) Komitmen dan Kemitraan di antara *Stakeholder*

Stakeholder merupakan bagian strategis dalam pelaksanaan CSR. Perusahaan yang mampu

bekerjasama dan memuaskan matriks *stakeholder* dengan skala-skala yang telah ditentukan akan menciptakan sistem kerja CSR yang efektif serta menguntungkan bagi setiap pihak. Pengidentifikasian *stakeholder* sangat penting sekali, oleh karena apabila *stakeholder* telah divaliditas sesuai dengan strategi perusahaan tentang CSR maka dari sana muncul program kerja. Dari program kerja muncul lagi kemitraan atau *partnership* yang berdayaguna dalam mengeksekusi program CSR agar berjalan dengan efektif dan jitu. CSR perusahaan membutuhkan pemerintah dan masyarakat (*civil society*) supaya program tidak berjalan sendiri-sendiri atau supaya tidak timpang.

d. Kinerja Kunci dalam Implementasi CSR

Ada 8 unit analisis yang digunakan dalam pengukuran agar strategi implementasi CSR tercapai, yakni (Kartini, Dwi, 2009: 54-55):

1) *Leadership* (Kepemimpinan)

- a) Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan *top management* perusahaan.
- b) Terdapat kesadaran filantropik dari pimpinan yang menjadi dasar pelaksanaan program.

2) Proporsi Bantuan

CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apabila areanya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi tidak dapat dijadikan tolak ukur, apabila anggaran besar pasti menghasilkan program bagus.

3) Transparansi dan Akuntabilitas

- a) Terdapat laporan tahunan (*annual report*).
- b) Mempunyai mekanisme audit sosial dan finansial di mana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat ditunjukkan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik dari masyarakat secara benar dengan melakukan interview dengan para penerima manfaat.

4) Cakupan Wilayah (*Coverage Area*)

Terdapat identifikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan.

5) Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi

- a) Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan *multistakeholder* pada setiap siklus pelaksanaan proyek.
- b) Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas (*local wisdom*), pada saat perencanaan ada

kontribusi, pemahaman, dan penerimaan terhadap budaya-budaya lokal yang ada.

c) Terdapat *blue-print policy* yang menjadi dasar pelaksanaan program.

6) Pelibatan Stakeholder (*Stakeholders Engagement*)

a) Terdapat mekanisme koordinasi reguler dengan *stakeholders*, utamanya masyarakat.

b) Terdapat mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek.

7) Keberlanjutan (*Sustainability*)

a) Terjadi alih-peran dari korporat ke masyarakat.

b) Tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging*) program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik.

c) Adanya pilihan *partner* program yang bisa menjamin bahwa tanpa keikutsertaan perusahaan, program bisa tetap dijalankan sampai selesai dengan partner tersebut.

8) Hasil Nyata (*Outcome*)

a) Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter

lainnya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan.

- b) Terjadinya perubahan pola pikir masyarakat.
- c) Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis.
- d) Terjadi penguatan komunitas (*community empowerment*).

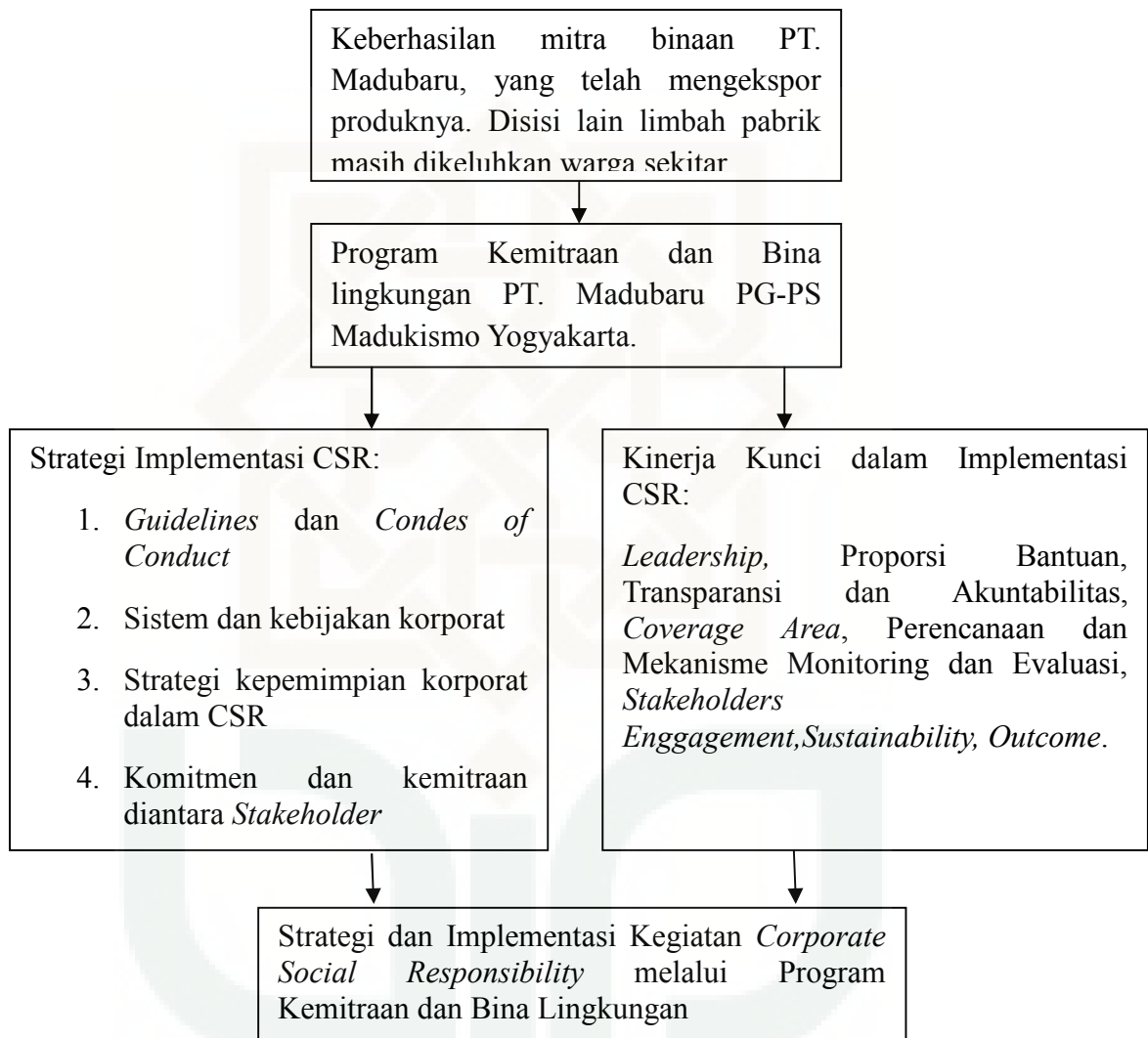
e. Pelaporan CSR

Implementasi CSR membutuhkan pelaporan yang berguna dalam menginformasikan serta mengkomunikasikan bentuk pertanggung jawaban kepada *stakeholders*. Untuk itu pelaporan CSR begitu strategis dalam menginisiasi *stakeholder* agar meningkatkan reputasi perusahaan secara nyata. Alur pelaporan CSR berawal dari suatu perusahaan sadar akan dampak dari operasional yang mereka lakukan kemudian berinisiatif melakukan sesuatu, dalam hal ini berupa perencanaan program CSR, serta dana yang digunakan untuk mengoptimalkan nilai lebih serta meminimalisir dampak buruk, yang seterusnya hasil inisiatif dan aktivitas tersebut harus dibuat suatu pelaporan yang akan disampaikan kepada pemangku kepentingan (Kartini, Dwi, 2009:56).

G. KERANGKA PEMIKIRAN

Bagan 1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

H. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif, yaitu suatu penelitian yang menghasilkan data secara deskriptif yang berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati, serta tidak menggunakan angka-angka kuantitatif (Moleong, 2001:3).

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini mementingkan makna dan tidak ditentukan oleh kuantitasnya. Data yang diperoleh berwujud kata-kata dalam kalimat/gambar yang mempunyai arti dari sekedar angka dan jumlah. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka (Moleong, 2004: 11).

Menurut Jalaludin Rakhmat (2009:25) penelitian deskriptif ditujukan untuk:

- a. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada,
- b. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku,
- c. Membuat perbandingan atau evaluasi,

- d. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Jadi, penelitian deskriptif selain menggambarkan atau menjabarkan objek penelitian, juga menjelaskan proses terjadinya, perkembangan dan perubahan-perubahan keseluruhan interaksi faktor-faktor dalam penelitian tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu dengan menggambarkan fakta dan peristiwa yang terjadi di Pabrik Gula Madukismo, kemudian peneliti mencatat, mendeskripsikan dan menganalisis satu demi satu kejadian yang terjadi di Pabrik Gula Madukismo, untuk menganalisis lebih lanjut sebagai prosedur untuk memecahkan masalah yang diselidiki.

Selain itu peneliti juga mengumpulkan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dan studi pustaka, kemudian data-data yang diperoleh dideskripsikan, dicatat, dianalisis, dan diinterpretasikan. Dengan tidak menggunakan angka-angka kuantitatif, tidak menjelaskan hubungan antar variabel, tidak menguji hipotesis dan tidak melakukan prediksi.

2. Unit Analisis

Unit analisis adalah sesuatu yang berkaitan dengan fokus yang diteliti. Unit analisis suatu penelitian dapat berupa benda, individu,

kelompok, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitian.

Tabel 1

Implementasi Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Melalui Program
Kemitraan dan Bina Lingkungan

Unit Analisis	Aspek
Strategi Implementasi CSR	<i>Guidelines</i> dan <i>Codes of Conduct</i>
	Sistem dan kebijakan Korporat
	Strategi kepemimpinan korporat dalam CSR
	Komitmen dan kemitraan di antara <i>Stakeholder</i>
<i>Leadership</i>	Dukungan <i>Top Management</i>
Proporsi Bantuan	Anggaran
Transparansi dan Akuntabilitas	<i>Annual Report</i>
<i>Coverage Area</i>	Target dan Sasaran
Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi	Pelibatan <i>Multistakeholder</i> pada pelaksanaan
	Memperhatikan <i>Local Wisdom</i>
	Terdapat <i>Blue Print policy</i>
Pelibatan <i>Stakeholders</i>	Partisipan Masyarakat
	Terdapat Koordinasi dengan <i>Stakeholders</i>
<i>Sustainability</i>	<i>Sense of belonging</i> pada masyarakat terhadap program
	Adanya Partner Program
<i>Outcome</i>	<i>Dokumentasi</i>
	Perubahan Pola Pikir Masyarakat
	<i>Dampak ekonomi yang dinamis</i>
	Terjadi penguatan Komunitas

Sumber: Olahan Peneliti

3. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Implementasi kegiatan CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang dilakukan PT. Madubaru PG-PS Madukismo Yogyakarta. Sedangkan subjek penelitian ini adalah Divisi CSR PT. Madubaru PG-PS Madukismo, yang mencakup *officer* CSR serta dokumentasi yang ada.

4. Jenis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer diperoleh dari wawancara dengan bagian CSR PT. Madubaru PG-PS Madukismo dengan menggunakan pedoman wawancara dan observasi. Data diambil sesuai dengan implementasi kegiatan program kemitraan dan bina lingkungan yang dilakukan oleh PT Madubaru PG-PS Madukismo.

Tabel 2

Data Informan

NO	Nama	Jabatan
1	Retna Isharsriyani	Kabag. SDM dan Umum
2	M. Ruslani	Pembina PKBL
3	Hanafi	Assisten/administrasi PKBL

Sumber : Olahan Peneliti

b. Data Sekunder

Data sekunder diambil untuk menunjang data primer yaitu dengan studi pustaka dan dokumentasi. studi pustaka dengan teori-teori yang relevan dengan strategi dan implementasi kegiatan CSR. Sedangkan dokumentasi yang digunakan adalah berupa, foto-foto kegiatan, laporan kegiatan, data-data yang relevan dengan strategi dan implementasi CSR.

5. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data sebagai bahan penelitian skripsi ini dipergunakan data yang dipercaya kebenarannya. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode:

a. Wawancara Bertahap

Wawancara ini adalah dilakukan secara bertahap dan pewawancara tidak harus terlibat dalam kehidupan sosial informan. Kehadiran pewawancara sebagai peneliti yang sedang mempelajari objek penelitian yang dapat dilakukan secara tersembunyi atau terbuka. Sistem “datang dan pergi” dalam wawancara ini mempunyai keandalan dalam mengembangkan objek-objek baru dalam wawancara berikutnya karena pewawancara memperoleh waktu yang panjang diluar informan untuk menganalisis hasil wawancara yang telah dilakukan serta dapat mengoreksinya bersama tim yang lain.

Wawancara tersebut meliputi pertanyaan-pertanyaan mengenai implementasi kegiatan *corporate social reponsibility* melalui program kemitraan dan bina lingkungan PT. Madu Baru PG-PS Madukismo Yogyakarta.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Pengamatan dapat dilakukan secara terlibat (partisipatif) ataupun nonpartisipatif. Maksudnya, pengamatan terlibat merupakan jenis pengamatan yang melibatkan peneliti dalam kegiatan orang yang menjadi sasaran penelitian, tanpa mengakibatkan perubahan pada kegiatan atau aktivitas yang bersangkutan dan tentu saja dalam hal ini peneliti tidak menutupi dirinya selaku peneliti (Idrus, 2009: 101).

c. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan datanya dilakukan dengan cara mengambil bahan dari buku-buku sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Hal tersebut berkaitan dengan teori-teori yang dikemukakan para ahli sebagai konsep dasar yang akan dipaparkan lebih lanjut serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen. Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian yang pada penelititi kali ini adalah PT. Madubaru PG-PSMadukismo Yogyakarta, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, dan data-data yang relevan bagi penelitian.

6. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menyusun secara sistematis catatan hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif yaitu teknik analisis data yang dinyatakan dalam bentuk simbolik, seperti pernyataan, tafsiran, tanggapan, lisan, harfiah, tanggapan nonverbal atau tidak berupa ucapan lisan dan grafik.

Data yang diperoleh dari hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu suatu cara menarik kesimpulan dengan memberikan gambaran atau menjabarkan terhadap data yang terkumpul dalam bentuk uraian kalimat sehingga pada akhirnya dapat mengantarkan pada kesimpulan.

Proses analisis data dilakukan sejak data-data diperoleh dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara yang dilakukan, catatan lapangan, dokumen pribadi, gambar, dan sebagainya setelah dibaca, dipelajari, dan ditelaah, selanjutnya diambil sesuai dengan relevansi atau sesuai kebutuhan penelitian. Langkah selanjutnya adalah mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan membuat abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman inti proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Kemudian disusun dalam satuan-satuan yang dikategorikan dan diadakan pemeriksaan keabsahan data.

7. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi data atau sumber dan triangulasi teori. Triangulasi data atau sumber adalah memanfaatkan jenis sumber data yang berbeda-beda untuk menggali data yang sejenis. Dalam penelitian ini ditekankan pada perbedaan sumber data atau yang lainnya. Peneliti bisa memperoleh narasumber yang berbeda-beda posisinya dengan teknik wawancara bertahap, sehingga informasi dari narasumber yang satu bisa dibandingkan dengan informasi dari narasumber lainnya.

Triangulasi dengan sumber data dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda

dalam metode kualitatif yang dilakukan dengan (Patton, 1987 dalam Bungin, 2007: 257):

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan

Hasil perbandingan yang diharapkan adalah berupa kesamaan atau alasan-alasan terjadinya perbedaan (Moleong, 2006 & Bardiansyah 2006 dalam Bungin, 2007: 257).

Triangulasi teori yaitu, dilakukan dengan menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembanding. Secara induktif dilakukan dengan menyertakan usaha pencarian cara lain untuk mengorganisasikan data yang dilakukan dengan jalan memikirkan kemungkinan logis dan melihat apakah kemungkinan-

kemungkinan ini dapat ditunjang dengan data. (Bardiansyah dalam Bunging, 2007:257).



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*). Komitmen lainnya adalah meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat luas. Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila terdapat komitmen penuh dari *top management* perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas publik.

Bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial (CSR) PT. Madubaru PG-PS Madukismo menggambarkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Madubaru PG-PS Madukismo yaitu melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Termasuk dalam jenis aktifitas CSR *corporate philanthropy* untuk program bina lingkungan dan *community development* untuk program kemitraan. Mekanisme tanggung jawab sosial perusahaan PT. Madubaru PG-PS Madukismo dilakukan dengan dua hal, yaitu *Bottom Up Process* dan *Top Down Process*.

Implementasi kegiatan CSR melalui PKBL di PT. Madubaru PG-PS Madukismo diukur dengan implementasi CSR era modern, yakni strategi, unit analisis dalam pelaksanaan CSR dan pelaporan sudah sesuai

dengan implementasi era modern. Namun dalam pelaksanaan kegiatan PKBL, dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter lainnya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan tidak diberikan oleh auditor *independent* kepada perusahaan. Sehingga perusahaan belum mengetahui *outcome* dari PKBL yang telah berlangsung.

B. Saran

1. Untuk PT. Madubaru PG-PS Madukismo, program CSR melalui PKBL lebih ditingkatkan lagi. Direktur lebih inovatif lagi dalam menyusun program-program CSR melalui PKBL. Alakosi dana juga ditambahkan supaya sesuai dengan dasar hukum PKBL yaitu Peraturan MENTERI BUMI No.4 Tahun 2007.
2. Untuk masyarakat yaitu memanfaatkan sebaik mungkin program-program yang dilaksanakan oleh pihak PT. Madubaru PG-PS Madukismo.
3. Untuk mitra binaan agar lebih memanfaatkan bantuan dari pihak PT. Madubaru PG-PS Madukismo.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemah. 2000. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggaraan Penerjemahan/Penafsiran, Bandung: CV Penerbit Diponegoro.

Buku:

Bungin, Burhan, Prof, Dr, H, M. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Putra Grafika.

Dwi, Kartini, Prof, Dr. 2009. *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Efendi, Arief, Muh. 2009. *The Power of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.

Kurniati, Rahmatullah. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*. Yogyakarta: Samudra Biru.

Moleong, Lexi J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Untung, Budi, Hendrik, Dr, S.H., C.N., M.M. 2007. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Grafika.

Artikel:

Harian Jogja. Desember 2012. "Masyarakat Bergantung CSR. Hal 18.

Skripsi:

Nurfajriyah, 2009. "*Implementasi Konsep Triple Bottom Line pada PT. Pertamina (Persero) (Studi Deskriptif Kualitatif Program Corporate Social Responsibility Periode 2007-2009)*". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora . Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Nurul Islam, 2009. "*Implementasi Corporate Social Responsibility melalui Community Development PT. Semen Tonasa*". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora . Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Internet:

<http://madubaru.comyn.com/PKBL/pkbl.html>. Diakses pada 21 Mei 2013 (08.48).

Program Bina Lingkungan



Gambar 2. Bantuan Bidang Pendidikan



Gambar 3. Bantuan Bencana Alam



Gambar 4. Bantuan Sarana dan Prasarana Umum



Gambar 5. Bantuan Sarana Ibadah



Gambar 6. Pengobatan Gratis

Program Kemitraan



Gambar 7. Mitraa Binaan Gujahe



Gambar 8. Mitra Binaan Jihan Tas



Gambar 9. Mitra Binaan Hesti



Gambar 10. Pameran di Bantu Expo

RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : Endah Widowati
Jenis kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Bantul, 20 Juli 1992
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat lengkap : Balong Timbulharjo Sewon Bantul Yogyakarta
E-mail : EndahRamanda@gmail.com
Twitter : @Endah__W

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

- 1997 - 2003 : SD Negeri Balong
- 2003 - 2006 : SMP Negeri 1 Sewon
- 2006 - 2009 : SMA Negeri 2 Sewon
- 2009 - 2013 : Program Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta