

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tindakan perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya kepada sosial dan lingkungan sekitar tempat berdirinya perusahaan tersebut. CSR kini dianggap sebagai kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan, bukan hanya sekadar tanggung jawab sukarela saja karena kini masyarakat semakin peduli dengan sesama manusia dan juga lingkungan sekitarnya.

Berbicara mengenai CSR, Wulandari (2012) membuat penelitian dalam Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen dengan judul Peranan *Corporate Social Responsibility* sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat untuk Mengurangi Kemiskinan yang menjelaskan bahwa program CSR merupakan upaya yang perlu dilaksanakan perusahaan sebagai bentuk rasa tanggung jawab dari perusahaan dalam memberdayakan serta meningkatkan lingkungan sosial perusahaan tersebut.

Program CSR kini telah banyak dilakukan oleh berbagai perusahaan. PT Len Industri (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki tanggung jawab dalam hal mengembangkan produk-produk dan bisnis dalam bidang elektronika untuk kebutuhan industri dan prasarana. Teknologi yang dikembangkan oleh PT Len Industri (Persero) mempunyai peran strategis, salah satunya adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui produk-produk

energi terbarukan dan hal tersebut dapat dicapai melalui program CSR yang dijelankannya.

PT Len Industri (Persero) memiliki program CSR unggulan, di mana salah satunya termasuk ke dalam bidang *renewable energy* atau energi terbarukan. PT Len Industri (Persero) melakukan *Creating Shared Value* (CSV) yang memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai-nilai kompetitif perusahaan dan di saat yang sama dapat memajukan kondisi sosial ekonomi dari masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, pada tahun 2016 lalu PT Len Industri (Persero) membuat program Pembangunan *Solarpump* yang merupakan salah satu turunan dari Program Tenaga Surya untuk Bangsa. Program ini adalah program pembangunan pompa air tenaga surya sebagai salah satu produk tenaga surya yang dikembangkan dan diproduksi langsung oleh PT Len Industri (Persero). Produk tersebut kemudian disumbangkan ke beberapa daerah terpencil atau pedalaman di Indonesia untuk membantu masyarakat mendapatkan air bersih secara gratis dan merata.

Program ini selain dibuat untuk membantu masyarakat mendapatkan air bersih secara gratis dan merata, dijadikan juga sebagai media bagi PT Len Industri (Persero) dalam mempromosikan perusahaan karena menggunakan perangkat *Solarpump* yang dikembangkan serta diproduksi langsung, dan merupakan salah satu produk unggulan dari PT Len Industri (Persero). Hal ini merupakan suatu kebanggaan bagi perusahaan dan semakin memicu semangat PT Len Industri (Persero) dalam memberikan produk terbaik untuk dimanfaatkan oleh masyarakat penerima CSR yang membutuhkan.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari *topbusiness.id*, pada tahun pertama pelaksanaan program Pembangunan *Solarpump* oleh PT Len Industri (Persero) ini telah memberikan manfaat untuk Desa Rimboto Gorontalo, Sulawesi berupa tiga unit pompa air dengan kapasitas kecil yang dapat digunakan bagi masyarakat pada sektor pertanian.

Suksesnya pelaksanaan program CSR Pembangunan *Solarpump* di tahun 2016 membuat PT Len Industri (Persero) kembali melaksanakan program tersebut di beberapa daerah lain yang membutuhkan akses air bersih. Data pra penelitian lain yang dikutip dari *beritasatu.com* menyebutkan bahwa program Pembangunan *Solarpump* terakhir di tahun 2020 merupakan program CSR yang sukses dilaksanakan karena pompa air tenaga surya tersebut berfungsi dengan baik untuk menghasilkan air bersih yang digunakan oleh warga desa di Kabupaten Kupang, setelah sebelumnya masyarakat di sana setiap hari harus menggotong kiloan meter dari sumber air atau membeli air bersih dengan harga Rp 5.000 per liter.

Berdasarkan data pra penelitian yang didapatkan oleh peneliti mengenai program CSR Pembangunan *Solarpump* milik PT Len Industri (Persero) dari *website len.co.id*, *topbusiness.id*, *beritasatu.com*, dan beberapa portal berita *online* lainnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait program Pembangunan *Solarpump* ini karena program CSR tersebut telah sukses menghasilkan air bersih yang dibutuhkan oleh masyarakat di berbagai daerah krisis air dan program CSR milik PT Len Industri (Persero) telah memenangkan banyak penghargaan yang mana di antaranya adalah dua penghargaan dari ajang bergensi yang diselenggarakan oleh majalah *Top Business*, yaitu *Top CSR Award 2020* untuk

kategori *Renewable Energy* serta *Top CSR Award 2020* untuk kategori *Top Leader on CSR Commitment 2020*.

Penelitian ini dianggap penting untuk dilakukan karena peneliti ingin mengungkapkan bagaimana implementasi CSR PT Len Industri (Persero) melalui program Pembangunan *Solarpump* yang mana program ini adalah program CSR unggulan. Program ini dapat dikatakan unggulan karena dari data pra penelitian yang didapatkan, program ini merupakan program yang menjadi kebanggaan bagi masyarakat dan PT Len Industri (Persero) sendiri.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus pada penelitian ini yaitu “Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT Len Industri (Persero) Melalui Program Pembangunan *Solarpump*?”. Fokus penelitian yang ada perlu didukung, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* PT Len Industri (Persero) melalui Program Pembangunan *Solarpump*?
- 2) Bagaimana hambatan *Corporate Social Responsibility* PT Len Industri (Persero) melalui Program Pembangunan *Solarpump*?
- 3) Bagaimana evaluasi *Corporate Social Responsibility* PT Len Industri (Persero) melalui Program Pembangunan *Solarpump*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* PT Len Industri (Persero) melalui Program Pembangunan *Solarpump*.
- 2) Mengetahui bagaimana hambatan *Corporate Social Responsibility* PT Len Industri (Persero) melalui Program Pembangunan *Solarpump*.
- 3) Mengetahui bagaimana evaluasi *Corporate Social Responsibility* PT Len Industri (Persero) melalui Program Pembangunan *Solarpump*.

D. Kegunaan Penelitian

D.1 Kegunaan Akademis

Penelitian yang akan dilakukan ini secara akademis dapat berguna sebagai sumbangsih pemikiran dalam kajian ilmu kehumasan secara umum, khususnya dalam ilmu mengenai CSR.

D.2 Kegunaan Praktis

Penelitian yang akan dilakukan ini secara praktis dapat berguna bagi beberapa pihak, di antaranya:

- 1) Perusahaan

Penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan sebagai pertimbangan penerapan program CSR.

2) Institusi Pendidikan

Penelitian ini dapat berguna untuk memberikan pengetahuan positif kepada ilmu komunikasi dan utamanya pada bidang kehumasan dengan mengetahui implementasi CSR yang memiliki tujuan menjaga hubungan baik perusahaan dan masyarakat.

E. Landasan Pemikiran

E.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu di bawah ini merupakan penelitian yang temanya berkaitan dengan yang digunakan peneliti.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Elsa Nurlatifa, Kokom Komariah, dan Aat Ruchiat Nugraha (Jurnal 2020) dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dilakukan menggunakan penetapan tujuan CSR, *social mapping*, membentuk tim khusus, implementasi, dan evaluasi. Perbedaan terdapat pada perusahaan dan program yang diteliti.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Siti Qonaah (Jurnal 2018) dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR ini mengenai pemberdayaan masyarakat sekitar dengan cara merenovasi rumah penduduk, memberikan mesin penggiling, perlengkapan perahu karet, dan bantuan pemberdayaan masyarakat lainnya. Perbedaan terdapat pada perusahaan dan program yang diteliti.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Winda Dwi Astuti Zebua (Jurnal 2019) dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dilakukan dalam bentuk pemberian donasi dan *philanthropy*. Perbedaan terdapat pada perusahaan dan program yang diteliti.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Yustisia Ditya Sari (Jurnal 2013) dengan metode studi kausalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk CSR ini *sustainability*, *accountability*, dan *transparency* memiliki pengaruh terhadap sikap komunitas. Perbedaan terdapat pada perusahaan dan program yang diteliti.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Rezky Aditya Suryani (Jurnal 2018) dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dilakukan melalui pelaksanaan berbagai kegiatan dengan adanya target capaian jangka pendek dan panjang. Perbedaan terdapat pada perusahaan dan program yang diteliti.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan
Elsa Nurlatifa, Kokom Komariah, Aat Ruchiat Nugraha (2020).	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Pt. Astra Internasional Melalui	Deskriptif	-	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dilakukan menggunakan	Perbedaan terdapat pada perusahaan dan program yang diteliti.

Jurnal Signal Vol. 8, No. 2. Universitas Swadaya Gunung Jati.	Program Lingkungan Kampung Berseri			penetapan tujuan CSR, <i>social</i> <i>mapping</i> , membentuk tim khusus, implementasi , dan evaluasi.	
Siti Qonaah (2018). Jurnal Komunikasi Vol. 9, No. 1. Akademi Komunikasi BSI Jakarta.	Implementasi <i>Corporate</i> <i>Social</i> <i>Responsibility</i> PT PLN Distribusi Jawa Tengah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Lingkungan	Studi Kasus	<i>Triple</i> <i>Botton</i> <i>Line</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR ini mengenai pemberdayaa n masyarakat sekitar dengan cara merenovasi rumah penduduk, memberikan mesin	Perbedaan terdapat pada perusahaan dan program yang diteliti.

	Melalui Program “PLN Peduli”			penggiling, perlengkapan perahu karet, dan bantuan pemberdayaan masyarakat lainnya.	
Winda Dwi Astuti Zebua (2019). Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis Vol. 3, No. 1. Universitas Muhammad iyah Jakarta.	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Program <i>Pinkvoice</i> Oleh <i>Starbucks</i> Indonesia Dalam Membangun Citra	Deskriptif	-	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dilakukan dalam bentuk pemberian donasi dan <i>philanthropy</i> .	Perbedaan terdapat pada perusahaan dan program yang diteliti.
Yustisia Ditya Sari	Implementasi <i>Corporate</i>	Studi Kausalitas	-	Hasil penelitian	Perbedaan terdapat

(2013). Jurnal Ilmu Komunikasi (JIK) Vol. 3, No. 2. Universitas Kristen Petra.	<i>Social Responsibility (CSR) Terhadap Sikap Komunitas Pada Program Perusahaan (Studi Kuantitatif Implementasi CSR Terhadap Sikap Komunitas Pada Program “Street children Sponsorship” Migas Hess Indonesia)</i>			menunjukkan bahwa untuk CSR ini <i>sustainability</i> , <i>accountabilit</i> y, dan <i>transparency</i> memiliki pengaruh terhadap sikap komunitas.	pada perusahaan dan program yang diteliti.
Rezky Aditya Suryani	Implementasi <i>Corporate Social</i>	Deskriptif	Harold Lasswe ll	Hasil penelitian menunjukkan	Perbedaan terdapat

(2018).	<i>Responsibility</i>			bahwa CSR	pada
Jurnal Ilmu	PT. Pertamina			dilakukan	perusahaan
Komunikasi	(Persero)			melalui	dan
Vol. 2, No.	<i>Refinery Unit</i>			pelaksanaan	program
1.	II Dumai			berbagai	yang diteliti.
Universitas	Untuk			kegiatan	
Muhammad	Peningkatan			dengan	
iyah	Taraf Hidup			adanya target	
Sumatera	Masyarakat			capaian	
Utara.				jangka	
				pendek dan	
				panjang.	

Penelitian terdahulu telah banyak yang pembahasannya berkaitan dengan implementasi program CSR di Indonesia. Penelitian terdahulu tersebut menjadi referensi dalam melakukan penelitian untuk peneliti, sehingga dapat memperbanyak teori guna pengkajian penelitian.

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada program CSR yang diangkat. Program CSR Pembangunan *Solarpump* merupakan program khas PT Len Industri (Persero) di mana *Solarpump* itu sendiri adalah produk yang diproduksi oleh PT Len Industri (Persero), sehingga program yang akan diteliti ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena perusahaan lain tidak memproduksi produk ini.

E.2 Landasan Teoritis

The Four - Step Public Relations Process

Cutlip, Center, dan Broom dalam bukunya yang berjudul *Effective Public Relations* membagi tahapan kegiatan humas menjadi poin-poin yang berisi empat bagian, yaitu meliputi mendefinisikan masalah (peluang), perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, serta mengevaluasi program.

Pertama, mendefinisikan masalah (peluang). Tahapan ini berisi kegiatan mengumpulkan data dan fakta sebelum melakukan tindakan komunikasi. Data dan fakta perlu dicari jika seorang Humas ingin berbicara di depan masyarakat di mana komponen yang dicari tersebut mengenai masyarakat terkait, apa saja keinginannya, komposisinya, dan lain-lain. Seorang Humas dapat dipastikan selalu bertemu dengan beragam sikap, opini, dan watak yang terjadi dari luar perusahaan. Humas yang ada di perusahaan selalu melaksanakan penelitian dengan cara survei langsung ke lapangan, wawancara kepada masyarakat sekitar, dan membuat kuesioner dengan tujuan mencari berbagai fakta yang sesungguhnya.

Kedua, perencanaan dan pemrograman. Berdasarkan data dan fakta yang telah didapatkan, dibuat rencana mengenai apa saja yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya. Pada masyarakat agraris, dalam mengemukakan komunikasi perlu menggunakan cara yang sesuai dengan ciri-ciri agraris. Setelah mencari fakta yang sesuai dengan permasalahan dan telah mendapatkan data-data sesungguhnya, maka proses selanjutnya adalah merencanakan strategi dalam mengatasi permasalahan yang ada. Seorang Humas secepatnya akan membuat

strategi dan perencanaan dalam mengatasi masalah tanpa menimbulkan masalah baru. Aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat karena seorang Humas memang perlu membuat keputusan serta menyusun keputusan yang ada dengan cepat dan tepat. Strategi tersebut perlu dipikirkan secara matang karena dapat memengaruhi kerja Humas di dalam perusahaan. Bagaimana strategi yang dibuat tersebut tujuannya adalah memecahkan masalah dan bukan menambah masalah yang baru.

Ketiga, tahapan mengambil tindakan dan berkomunikasi. Berdasarkan data yang telah dihimpun dan rencana strategi yang disusun atas pemikiran mengenai apa saja yang akan dilakukan, Humas mengadakan komunikasi berupa aksi atas perencanaan dengan berkoordinasi bersama anggota lain. Humas perlu melaksanakan hal tersebut agar perencanaan yang telah dibuat dapat berjalan sesuai rencana. Humas perlu berkomunikasi yang baik agar program yang dilaksanakan dapat mendorong simpati dari publik.

Keempat, tahapan mengevaluasi program. Setelah melakukan pelaksanaan program, perlu diadakannya evaluasi program agar dapat menilai apakah tujuan program berhasil dicapai, apakah perlu menggunakan cara-cara lain sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik, dan lain sebagainya. Hal tersebut perlu dilakukan agar dapat mengetahui kesalahan yang diperbuat dan di kemudian hari tidak melakukan kesalahan yang sama. Humas dalam melakukan evaluasi program dituntut untuk teliti agar cermat dalam melihat fakta dan data yang ada. Humas sesungguhnya akan selalu berkaitan dengan permasalahan di mana perusahaannya

tersebut berdiri walaupun telah melakukan evaluasi dan tidak menutup kemungkinan akan bertemu dengan permasalahan yang baru.

Tahapan kegiatan humas dalam *The Four - Step Public Relations Process* ini dibagi menjadi 4 tahap, namun karena mendefinisikan masalah (peluang) serta perencanaan dan pemrograman termasuk ke dalam ranah strategi, sehingga di dalam penelitian ini peneliti hanya akan membahas tahapan mengambil tindakan dan berkomunikasi serta mengevaluasi program.

E.3 Kerangka Konseptual

E.3.1 Implementasi

Implementasi merupakan tahapan di mana terjadinya pelaksanaan kegiatan dari berbagai gagasan yang sebelumnya telah disusun secara matang dengan berbagai pertimbangan. Iriantara (2013:123) menjelaskan bahwa implementasi pada dasarnya merupakan gabungan dari kegiatan dan sebuah pilihan saat menjalankan suatu rencana.

Implementasi dapat dilakukan apabila rencana telah selesai disusun. Implementasi merupakan satu kesatuan atas kegiatan yang telah dipilih dari pertimbangan implementator. Keberhasilan implementasi atas suatu kegiatan akan ditentukan dari banyak faktor yang saling berhubungan satu sama lain.

E.3.2 Corporate Social Responsibility

Hadi (2011:61) membagi tanggung jawab perusahaan ke dalam tiga dimensi dan salah satunya merupakan dimensi CSR di mana hal tersebut adalah bentuk tanggung jawab perusahaan dengan fokus perhatiannya *stakeholders* dan lingkungan. CSR

menjadi keharusan jika aktivitas yang dilakukan perusahaan mempengaruhi dan melibatkan pihak eksternal.

Program CSR dirancang sesuai dengan hal yang sedang dibutuhkan publiknya sebagai antisipasi perusahaan terhadap kemungkinan adanya perubahan kepada kemerosotan nilai. Iriantara (2013:7) menjelaskan bahwa hubungan yang saling memengaruhi antara perusahaan dengan publiknya memicu perubahan untuk satu pihak dan menyebabkan perubahan bagi pihak lainnya juga. Hubungan tersebut menjelaskan mengenai hubungan kausalitas.

Mardikanto (2018:133) menjelaskan bahwa perusahaan dapat berpartisipasi dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menunjukkan perhatian kepada masyarakat sekitar. Aspek yang dapat diperhatikan adalah kualitas hidup, kesejahteraan, dan kompetensi masyarakat dalam berbagai bidang yang bisa dikembangkan dengan aktivitas dan kebijakan perusahaan. Mardikanto meyakini bahwa CSR merupakan langkah dalam mencegah kemerosotan nilai dan juga langkah progresif dalam hal perkembangan masyarakat.

1) Definisi *Corporate Social Responsibility*

Hadi (2011:46) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* atau biasa disingkat dengan CSR merupakan keadaan perusahaan mengelola keberlangsungan bisnisnya dalam menghasilkan dampak positif kepada masyarakat secara keseluruhan. Hadi pula menjelaskan bahwa CSR mempunyai tujuan untuk meningkatkan ekonomi yang nantinya berpengaruh pada peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar, serta masyarakat yang lebih luas lagi berdasarkan pertimbangan perusahaan.

Perusahaan yang saat ini melaksanakan program CSR bukan tergolong hal yang aneh lagi. Untung (2009:1) menjelaskan bahwa perusahaan mempunyai komitmen untuk ikut andil dalam hal pengembangan ekonomi berkelanjutan melalui CSR dengan fokus perhatiannya dari aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi.

2) Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Hadi (2011:59) menjelaskan prinsip-prinsip CSR populer yang dirumuskan oleh Crowther David. Prinsip-prinsip CSR tersebut dibagi menjadi tiga prinsip, yaitu *transparency* (transparansi), *accountability* (dapat dipertanggung jawabkan), dan *sustainability* (keberlanjutan).

Transparency (transparansi) harus dilakukan oleh perusahaan jika tidak ingin dicurigai oleh publik eksternal karena keterbukaan informasi dari perusahaan tersebut dapat meminimalisir isu negatif yang mungkin berkembang di masyarakat. *Accountability* (dapat dipertanggung jawabkan) merupakan usaha perusahaan dalam mempertanggungjawabkan aktivitas yang dilakukannya dan hal tersebut dibutuhkan apabila aktivitas perusahaan memengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan eksternal. *Sustainability* (keberlanjutan) berkaitan dengan seperti apa perusahaan melakukan aktivitas karena memperhitungkan keberlanjutan sumber daya untuk masa yang akan datang. Crowther David menjelaskan bahwa setiap perusahaan perlu memperhatikan dan memprediksi ketersediaan bahan baku yang ada di alam dan kondisi alam, baik secara fisik ataupun sosial jika adanya eksploitasi berlebihan. Ketiga prinsip itu dibutuhkan dan mempunyai urgensinya masing-masing pada pelaksanaan program CSR.

F. Langkah-langkah Penelitian

F.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Len Industri (Persero). Lokasi untuk melaksanakan penelitian ini adalah di Jl. Soekarno Hatta 442 Bandung, Jawa Barat, Indonesia.

F.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah konstruktivisme. Paradigma ini digunakan karena peneliti ingin memiliki pemahaman lebih lanjut dari informan yang terlibat dalam program CSR Pembangunan *Solarpump* mengenai implementasi program tersebut. Mudjiman (2009:23) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivistik dilandasi dengan penggunaan pengetahuan untuk mengolah informasi yang masuk, sehingga terbentuk sebuah pengetahuan baru untuk pembentukan kompetensi yang dikehendaki.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin menjelaskan hasil dari penelitian yang dilakukan menggunakan kata-kata berupa penjelasan dari implementasi program CSR Pembangunan *Solarpump* yang diteliti. Hikmat (2011:37) menjelaskan bahwa kelebihan dari metode kualitatif adalah dalam menentukan langkah penelitian, peneliti mempunyai tingkat fleksibilitas tinggi.

F.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode penelitian ini digunakan karena peneliti ingin mendapatkan hasil penelitian yang subjektif dan

apa adanya mengenai implementasi Program CSR Pembangunan *Solarpump*. Hikmat (2011:44) menjelaskan bahwa metode deskriptif merupakan metode yang memberi gambaran atas kejadian atau situasi yang menghasilkan akumulasi data-data dasar.

G. Jenis Data dan Sumber Data

G.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka jenis data yang digunakan oleh peneliti merupakan data deskriptif hasil wawancara kepada informan. Jenis data yang digunakan adalah jawaban atas pertanyaan penelitian, yaitu:

- 1) Data mengenai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* PT Len Industri (Persero) melalui Program Pembangunan *Solarpump*.
- 2) Data mengenai hambatan *Corporate Social Responsibility* PT Len Industri (Persero) melalui Program Pembangunan *Solarpump*.
- 3) Data mengenai evaluasi *Corporate Social Responsibility* PT Len Industri (Persero) melalui Program Pembangunan *Solarpump*.

G.2 Sumber Data

Pertimbangan seseorang dalam melakukan penelitian salah satunya adalah ketersediaan sumber data karena ketepatan dalam menentukan jenis sumber data akan berpengaruh pada kedalaman informasi dan ketepatan data yang didapatkan. Sumber data dikategorikan ke dalam dua jenis, yaitu:

G.2.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer didapatkan dari sumber asli. Umar (2003:103) menjelaskan bahwa data primer merupakan data yang peneliti peroleh langsung sebagai objek penulisan dari lapangan. Data primer dikumpulkan guna menjawab permasalahan penelitian. Data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah data berupa informasi dari informan yang mengetahui dengan jelas program CSR yang diteliti. Sumber data primer penelitian ini yang utama adalah pihak Bagian Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) PT Len Industri (Persero) yang melaksanakan maupun memiliki pemahaman mengenai CSR Pembangunan *Solarpump*.

G.2.2 Sumber Data Sekunder

Bungin (2001:147) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data kedua setelah data primer. Data ini diharapkan dapat berperan sebagai data pelengkap atau bahan pembandingan dari data primer. Data sekunder diperoleh dari hal lain yang berkaitan pula dengan implementasi program CSR Pembangunan *Solarpump*. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi program, berita, buku rujukan mengenai materi CSR, penelitian lain yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, dan arsip lain yang mendukung.

H. Penentuan Informan atau Unit Penelitian

Teknik pemilihan informan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2010:218) menjelaskan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Peneliti memikirkan keterkaitan individu dengan penelitian yang dilakukan. Informan pada penelitian ini berjumlah tiga orang yang ikut andil dalam program CSR Pembangunan *Solarpump* yang dilaksanakan oleh PT Len Industri (Persero) dengan kriteria:

- 1) Informan adalah Bagian Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) PT Len Industri (Persero) yang terlibat dari proses awal hingga akhir program CSR Pembangunan *Solarpump*.
- 2) Informan adalah Bagian Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) PT Len Industri (Persero) yang memiliki pemahaman mengenai program CSR Pembangunan *Solarpump*.

I. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian. Teknik yang digunakan pada penelitian ini untuk menghimpun data yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1) Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan komunikasi bersifat dua arah yang biasanya dilakukan oleh dua orang dengan tatap muka yang kemudian secara langsung mendapatkan informasi dari informan dengan cara bertanya langsung.

Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara mendalam. Sutopo (2006:72) menjelaskan bahwa wawancara mendalam merupakan kegiatan dalam memperoleh informasi dalam penelitian dengan

melakukan tanya jawab secara tatap muka antar pewawancara dengan informan, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara di mana pewawancara dan informan relatif lama berkontribusi pada kehidupan sosial.

Ciri khusus wawancara mendalam adalah informan terlibat dalam kegiatan yang berkaitan dengan objek penelitian. Wawancara mendalam berisi penggalian informasi atas satu topik yang dilakukan mendalam menggunakan pertanyaan terbuka. Penggalian ini untuk mengetahui pendapat informan dalam memandang suatu permasalahan.

Wawancara mendalam digunakan dalam penelitian ini karena peneliti ingin tanya jawab dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan data mengenai pelaksanaan, hambatan, dan evaluasi program CSR Pembangunan *Solarpump* dapat diperoleh secara mendalam dari informan.

2) Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari dokumen demi mendapatkan informasi tentang masalah yang diteliti. Arikunto (2006:134) menjelaskan bahwa teknik dokumentasi merupakan kegiatan pencarian data tentang hal-hal berupa transkrip, catatan, surat kabar, buku, prasasti, majalah, agenda, notulen rapat, dan lainnya.

Informasi mengenai program CSR diperoleh pula melalui dokumen sebagai sumber data. Dokumen pada penelitian ini meliputi dokumentasi kegiatan, laporan program CSR Pembangunan *Solarpump* dari media sosial PT Len Industri (Persero), meminta data maupun berkas program CSR dari PT Len Industri (Persero), dan sebagainya. Studi dokumentasi digunakan dalam penelitian ini

karena peneliti ingin data yang dihimpun dapat membantu dalam penelitian mengenai implementasi CSR.

J. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Metode triangulasi sumber digunakan peneliti untuk teknik penentuan keabsahan data. Sugiyono (2010:274) menjelaskan bahwa triangulasi sumber digunakan untuk mengetes kebenaran data dengan mengecek data yang didapatkan dari beberapa sumber.

Kriyantono (2007:71) menjelaskan bahwa jawaban dari informan disamakan dengan dokumen yang tersedia. Peneliti mengajukan berbagai pertanyaan kepada tiga orang Bagian Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) PT Len Industri (Persero) yang melaksanakan maupun memiliki pemahaman mengenai program CSR Pembangunan *Solarpump*, kemudian hasil wawancara ketiga informan tersebut diuji kebenarannya dengan sumber data sekunder berupa dokumen untuk melihat apakah jawaban dari informan penelitian sesuai dengan dokumen tersebut.

K. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan aktivitas mencari serta menyusun data dari berbagai teknik pengumpulan data yang disusun dengan terpadu sehingga mempermudah pembaca untuk memahami isi dari sebuah penelitian. Sugiyono (2010:246) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif membutuhkan analisis data dalam tiga

waktu, di antaranya saat pengumpulan data dan setelah pengumpulan data pada suatu periode. Sugiyono menjelaskan jika analisis data model Miles dan Huberman melalui tiga langkah, yaitu reduksi data, penyajian data, serta kesimpulan dan verifikasi. Tiga langkah analisis data model Miles dan Huberman dijelaskan sebagai berikut:

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan awal pada analisis data. Peneliti akan menyaring data yang ada secara mentah dari informan. Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan menghimpun data dari wawancara, kemudian mengambil inti dari data tersebut dan fokus kepada hal yang penting saja, lalu menemukan bagaimana tema serta polanya hingga akhirnya memberi gambaran dan peneliti dipemudah untuk mencari serta mengumpulkan data lanjutan.

Reduksi data yang dilakukan peneliti adalah merangkum data penelitian yang diperoleh dari informan dan data pendukung lain untuk dikelompokkan menurut fokus penelitiannya guna dipahami.

2) Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahapan analisis berikutnya. Penyajian data pada penelitian ini dilakukan dengan menggambarkan data yang sudah direduksi. Data hasil rangkuman dan telah dikelompokkan menurut fokus penelitiannya dibuat pola tertentu seperti tabel, bagan, dan sejenisnya untuk melihat hubungan dari tiap-tiap data yang didapatkan. Data tersebut diberikan penjelasan agar hasil penelitian yang dilakukan dapat dipahami.

3) Kesimpulan dan Verifikasi

Tahapan ini mengambil intisari selama melakukan penelitian dan diharapkan mencakup semua penelitian agar mudah dipahami.

