

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan bentuk atau wujud nyata dari suatu perusahaan untuk tidak hanya menjalankan bisnisnya semata untuk mengejar keuntungan, tetapi sudah sewajarnya juga ikut berkontribusi pada suatu gerakan perubahan. Perusahaan yang sadar akan pentingnya *social responsibility* akan mendapatkan dampak positif karena dengan menjalankan program *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan secara tidak langsung akan mendapatkan citra positif dari masyarakat sehingga reputasi baik perusahaan akan terus terjaga.

Berdasarkan survei dari sumber *economist Intelligence unit* pada oktober tahun 2007 menyimpulkan manfaat CSR bagi perusahaan dalam konteks reputasi dan *public relations* sekitar 42 persen berdampak pada peningkatan *brand* dan *reputation* yang lebih baik, lalu 43 persen menyebutkan baik untuk meningkatkan *revenues* perusahaan, dsb. Dewasa ini penerapan program *corporate social responsibility* memang menjadi hal yang penting tidak hanya sebagai bentuk sukarela perusahaan, tetapi berdasarkan pada manfaat atau dampak yang mungkin dihasilkan dari penerapan program *corporate social responsibility* perusahaan dapat memperoleh manfaat yang baik. Berdasarkan hal tersebut tidak mengherankan banyak perusahaan-perusahaan yang sudah sadar akan pentingnya *corporate social responsibility*, sehingga pembuatan kebijakan dan pengelolaannya juga tidak bisa sembarangan.

Budiarti dan Triraharjo (2014) dalam Jurnal yang berjudul “*Corporate social responsibility* dalam sudut pandang perusahaan” Vol 4 Social Network Journal menjelaskan tanggung jawab sosial merupakan bagian dari *corporate responsibility* sebagai *agent of development* di suatu wilayah sudah pasti setiap perusahaan melakukan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) meskipun pada kenyataannya kegiatan-kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) cenderung dijadikan alat untuk meredam konflik atau peselisihan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar.

Dalam konteks keislaman praktisi *public relations* memegang tanggung jawab moral dalam upaya atau proses pembangunan masyarakat ke arah yang lebih baik dan maju. Dikenal *Biahsanil ahmal (tadbir)* secara terminologi dakwah dalam ajaran Islam. Seorang praktisi *public relations* terlebih apabila ia merupakan seorang muslim haruslah memegang teguh prinsip mendakwahkan kebaikan pada masyarakat. Iskandar (2019:1) Dakwah adalah segala usaha atau *ikhtiar* yang diupayakan untuk mentransformasikan ajaran Islam ke dalam realitas kehidupan sosial di masyarakat, sebagaimana dakwah sebagai agen dari perubahan sosial haruslah memberikan warna atau perubahan pada setiap realitas sosial.

Berdasarkan pijakan dakwah sebagai agen dari perubahan tersebut, lebih jauh apabila kita berbicara terkait dakwah dalam konteks proses atau peran di dalam organisasi atau perusahaan kita mengenal istilah dakwah *tadbir* atau dakwah dalam pembangunan masyarakat. Iskandar (2019:16) dakwah *biahsanil ahmal* adalah dakwah dalam bentuk manajemen organisasi yang dimaksudkan

untuk memberdayakan masyarakat menuju kehidupan yang lebih baik, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta perekonomian. Dalam praktek di dalam kehidupan bermasyarakat dimungkinkan untuk membentuk atau mewujudkan suatu program yang bertujuan untuk pembangunan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan.

PT Permata Bank merupakan perusahaan yang sudah sejak dahulu aktif dalam menjalankan program-program *social responsibility*. Berdasarkan data pra penelitian yang diperoleh peneliti dari situs web resmi Permata Bank, Permata Bank memiliki program *corporate social responsibility* (CSR) Permata Hati. Permata Bank dalam program Permata Hati berfokus pada literasi keuangan, peningkatan kualitas kehidupan, serta pemberdayaan yang berkelanjutan. Program Permata Hati merupakan usaha atau aksi nyata yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka komitmen untuk berkontribusi pada perbaikan kualitas hidup anak bangsa Indonesia termasuk bagi para penyandang disabilitas.

Berdasarkan data pra penelitian yang diperoleh peneliti dari dokumen laporan keberlanjutan perusahaan PT Permata Bank tahun 2020, Konsep *corporate social responsibility* Permata hati diejawantahkan dalam program-program yang telah dirancang dan diimplementasikan seperti Permata Youtpreneur, BRAVE (*because everyone able and creative*), Permata Bankir Cilik, CERITA (Cinta dan empati dari kita), *Banking for Student*, Beasiswa poin senyum.

Salah satu program BRAVE "*because everyone able and creative*", merupakan program yang berlandaskan pada tiga pilar utama Permata Hati yaitu:

*education, enhancement, dan empowerment.* BRAVE merupakan program pelatihan untuk para penyandang disabilitas berupa pemberian pelatihan dan pembinaan di bidang literasi keuangan, perbankan, pengembangan diri, dan kewirausahaan.

Program BRAVE merupakan wujud dari kontribusi Permata Bank dalam kaitannya dengan komitmen dunia internasional melalui *Sustainability development goals* (SDGs). Komitmen dunia untuk menghadapi berbagai tantangan dan ujian berat terkait kehidupan yang berkelanjutan. *Sustainability development goals* (SDGs) merupakan komitmen dunia internasional terhadap 17 poin utama terkait upaya menuju kehidupan yang berkelanjutan, diantaranya poin tujuan kualitas pendidikan (*quality education*) dan pengurangan ketimpangan (*reduced inequalities*).

kedepan kita akan menghadapi berbagai tantangan dan ujian berat apabila kita tidak memperhatikan aspek-aspek terkait kehidupan yang berkelanjutan. Seperti kita ketahui bersama pada tahun 2020 ini dunia telah diguncang oleh bencana besar non alam yaitu pandemi Covid19, sudah sepatutnya kita belajar dari kejadian sekarang. Kita harus sadar bahwa bencana terjadi sudah pasti memiliki penyebab, dan tentunya kita tidak ingin menghadapi bencana yang mengerikan atau bahkan lebih mengerikan dari pandemi saat ini.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti himpun dari berita yang dimuat oleh katadata.co.id berjudul “Tidak ada yang tertinggal dalam andil pembangunan berkelanjutan” Plt Deputi bidang Ekonomi Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, Amalia Adninggar mengatakan “Bangsa

Indonesia kedepan harus menekankan pada ekonomi inklusif dengan menyeimbangkan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi sesuai dengan prinsip-prinsip agenda tujuan SDGs. Semua itu akan berjalan baik jika ada sinergitas yang kuat antara seluruh pihak termasuk pemerintah dan swasta”. Katanya dikutip dari berita Katadata.co.id. Kamis, 17 Desember 2020. Berangkat dari semangat pemerintah yang menekankan pentingnya sinergitas untuk mewujudkan tujuan dunia internasional melalui SDGs peneliti tertarik untuk meneliti program perusahaan yang mengedepankan semangat yang sama tersebut, oleh sebab itu peneliti tertarik pada program *corporate social responsibility* Permata Bank yang telah menjalankan prinsip pembagunan berkelanjutan (*sustainability development*) pada program *corporate social responsibility* perusahaan.

Selain itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengelolaan program *corporate social responsibility* (CSR) dari Permata Bank karena program CSR Permata Bank baru saja mendapatkan penghargaan. Berdasarkan data pra penelitian yang dihimpun oleh peneliti dari situs berita Antara News.com Permata Bank mendapatkan penghargaan pada ajang Padmamitra Award 2020, dalam ajang yang diselenggarakan oleh Kementerian Sosial Republik Indonesia tersebut Permata Bank mendapatkan penghargaan melalui kontribusinya pada katagori disabilitas. Permata Bank dalam program *corporate social responsibility* perusahaan telah memberikan pelatihan keterampilan serta pemberdayaan ekonomi bagi penyandang disabilitas.

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti diatas, maka rumusan masalah yang peneliti ajukan adalah “Bagaimana Pengelolaan program *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT Permata Bank?”.

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka peneliti membuat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses perumusan masalah Program CSR Permata BRAVE PT Permata Bank?
- 2) Bagaimana proses perencanaan Program CSR Permata BRAVE PT Permata Bank?
- 3) Bagaimana proses bertindak dan berkomunikasi Program CSR Permata BRAVE?
- 4) Bagaimana proses evaluasi program CSR Permata BRAVE PT Permata Bank?

## C. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui proses perumusan masalah program CSR Permata BRAVE PT Permata Bank
- 2) Untuk mengetahui proses perencanaan program CSR Permata BRAVE PT Permata Bank
- 3) Untuk mengetahui proses bertindak dan berkomunikasi program CSR Permata BRAVE PT Permata Bank

- 4) Untuk mengetahui proses evaluasi program CSR Permata BRAVE PT Permata Bank

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **D.1 Kegunaan Akademis**

Kegunaan Akademis dari penelitian ini tentunya peneliti mengharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi dunia akademisi terkait penelitian yang dilakukan peneliti tentang pengelolaan program CSR yang dilakukan oleh PT Permata Bank.

### **D.2 Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis yang peneliti harapkan dari penelitian ini adalah dapat bermanfaat untuk:

- 1) Pembaca, yaitu memberikan gambaran tentang bagaimana pengelolaan program CSR oleh Divisi CSR PT Permata Bank
- 2) Pengusaha dan pebisnis, yaitu memberikan pengetahuan lain tentang pengelolaan Program CSR yang baik dan efektif, sehingga diharapkan bisa dicontoh di perusahaan-perusahaan lain
- 3) Praktisi humas, yaitu dapat menjadi refrensi lain dalam upaya melakukan Pengelolaan program CSR di suatu perusahaan.

## **E. Landasan pemikiran**

### E.1 Penelitian Terdahulu

Dalam upaya mendapatkan hasil penelitian yang lengkap dan komprehensif peneliti terlebih dahulu mencari dan mempelajari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan dan dipublikasi. Sebagai sarana membandingkan dengan hasil-hasil empiris penelitian terdahulu peneliti mengambil lima penelitian terdahulu terdiri dari skripsi dan jurnal.

Pertama yaitu penelitian kualitatif dari Gerry Diansyah pada tahun 2019 berjudul “Strategi Humas dalam menjalankan *corporate social responsibility* (CSR) pada PT Pertamina EP ASSET 2 Prabumulih Field (Studi Pada Mitra Binaan Tanaman Organik Buah Melon Kelompok Tani Agro Makmur)”. Penelitian menghasilkan temuan bahwa langkah-langkah yang dilakukan yaitu pertama pemetaan masyarakat lokal di wilayah sekitar beroperasinya perusahaan, lalu dengan proses perencanaan dan pembuatan program CSR, pelaksanaan program, dan terakhir evaluasi program CSR yang telah dilakukan untuk mengetahui kekurangan dari program CSR.

Berdasarkan penelitian ini memiliki kesesuaian dengan penelitian peneliti yaitu terdapat penekanan bahwa posisi *public relations* dalam perusahaan memegang peranan penting dalam kaitannya dengan fungsi manajemen. Tahapan dalam manajemen *public relations* memungkinkan seorang praktisi *public relations* mengetahui kekurangan dari programnya, agar dapat melakukan perbaikan di masa yang akan datang. penelitian ini lebih memfokuskan peran perusahaan dalam lingkungan sekitar tempat beroperasinya perusahaan. Oleh karena itu, pada penelitian kali ini peneliti lebih memfokuskan penelitian pada



manfaat perusahaan yang tidak terbatas pada lingkungan sekitar tapi lebih menyeluruh.

Kedua yaitu penelitian kualitatif dari Devi Saputri pada tahun 2018 yang berjudul “Peran Humas dalam Mengelola Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (Studi Mengenai Sponsorship di Departemen Humas PT Pupuk Sriwijaya)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa karyawan PT Pupuk Sriwidjaja dalam menjalankan perannya memberikan bantuan dana berdampak pada hubungan yang baik dan peningkatan citra dan *value* perusahaan yang tercipta dari pogram tersebut dengan masyarakat.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu menunjukkan peran serta atau pelibatan aktif karyawan perusahaan dalam pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti, peneliti akan lebih memfokuskan pada bagaimana pelibatan karyawan internal perusahaan dapat berjalan harmonis dan efektif melalui konsep empat langkah humas.

Ketiga yaitu penelitian kualitatif dari Syifa Saatu Amalia pada tahun 2019 yang berjudul “Pengelolaan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT PLN Pada Program Bina Lingkungan Bank Sampah Di Kota Bandung”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan CSR PT PLN menggunakan empat langkah yaitu: analisis situasi, perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Pada akhir penelitian menghasilkan temuan adanya manfaat yang didapat oleh masyarakat dari adanya program CSR PT PLN, berupa peningkatan

kesejahteraan, penambahan jumlah bank sampah di Kota Bandung, dan peningkatan literasi masyarakat terkait pengelolaan sampah yang baik dan benar.

Berdasarkan penelitian tersebut konsep yang digunakan yaitu dengan konsep atau tahapan proses empat langkah humas, secara konsep memiliki relevansi dengan penelitian dari peneliti yang membedakan yaitu pada tahap pertama proses yang dijelaskan yaitu pada proses analisis situasi. Pada penelitian kali ini peneliti lebih menekankan pada analisis yang luas dan tidak terbatas, atau lebih kepada perumusan masalah yang akan menjadi dasar dalam pembuatan program.

Keempat, penelitian kualitatif dari jurnal yang dibuat oleh Raesita Rakhmawati R dan Anwar Sani pada tahun 2016 berjudul “Implementasi Kegiatan Corporate Communication Oleh Divisi Corporate Secretary PT. Bio Farma (PERSERO)”. Penelitian menunjukkan bahwa PT Bio Farma telah secara optimal menjalankan setiap proses rangkaian kegiatan CSR, meskipun pada tahap evaluasi yang dilakukan belum maksimal dilakukan.

Berdasarkan penelitian tersebut terlihat bahwa tahap proses kerja *public relations* yang seharusnya ditempuh diakhir yaitu proses evaluasi tidak dijalankan dengan optimal. Secara fungsi manajemen yang menekankan pada siklus yang mengharuskan adanya proses evaluasi, pada penelitian kali ini peneliti akan menggambarkan secara lebih komprehensif penerapan evaluasi pada proses kerja *public relations* yang benar atau optimal.

Kelima, penelitian kualitatif dari jurnal yang dibuat oleh Iwan Sukoco pada tahun 2013 berjudul “Fungsi Public Relations Dalam Menjalankan Aktivitas

Corporate Social Responsibility”. Penelitian menghasilkan temuan bahwa PR dapat bersinergi secara efektif dalam konteks penerapan kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan dengan tujuan akhir pencapaian tujuan yang menguntungkan perusahaan berupa terciptanya *image* positif atau baik serta terbinanya hubungan saling menguntungkan (*mutual understanding*) antara perusahaan dengan publiknya.

Berdasarkan penelitian tersebut terdapat relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu bahwa pentingnya peran *public relations* dalam proses menjalankan program *corporate social responsibility*. Pada penelitian tersebut lebih menekankan pada fungsi *public relations* dalam program *corporate social responsibility*, sedangkan pada penelitian kali ini peneliti akan lebih menggambarkan proses tahapan kerja *public relations* dalam penerapan tanggung jawab sosial perusahaan

## **E.2 Landasan Teoritis**

### **E.2.1 Manajemen Public Relations**

Dalam melakukan penelitian terhadap pengelolaan program *corporate social responsibility* (CSR) kali ini peneliti menggunakan konsep manajemen *public relations*. Setiap proses kerja di dalam suatu perusahaan mustahil berjalan dengan baik tanpa adanya proses manajemen yang baik. Terlebih apabila kita bicara pada ranah *public relations* tidak mungkin tidak berbicara soal manajemen, karena *public relations* sendiri merupakan suatu fungsi manajemen dalam suatu perusahaan atau organisasi. Hal tersebutlah yang menjadi dasar peneliti

menggunakan konsep manajemen *public relations* dalam penelitian Pengelolaan *corporate social responsibility* (CSR) kali ini.

Dalam konsep manajemen *public relations* dikenal model yang sudah sangat lazim digunakan yaitu model empat langkah *public relations* yang pertama kali diperkenalkan oleh Cutlip, Center dan Broom. Model tersebut merupakan model yang menjadi acuan bagi seorang praktisi *public relations* dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam suatu perusahaan atau organisasi. Terlebih dalam mengelola program *corporate social responsibility* perusahaan.

### **E.2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)**

Permasalahan sosial yang ada dalam masyarakat sudah tentu menjadi tanggung jawab sosial (*social responsibility*) perusahaan bukan hanya pemerintah. Peran aktif perusahaan untuk ikut berpartisipasi menyelesaikannya sangatlah berarti. Terlebih apabila bicara konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) sudah jelas bagaimana pentingnya sinergi semua *stakeholder* termasuk industri (swasta) dalam upaya menciptakan lingkungan yang lebih baik. Menurut Katamba, Zipfel, Haag, dan Kazooba, (2012) *Corporate social responsibility* merupakan konsep dimana perusahaan mengintegrasikan masalah sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan secara sukarela.

Menurut Rakhmawati dan Sani, (2016) *Corporate social responsibility* dalam praktiknya di perusahaan terdapat beberapa alternatif atau opsi yang dapat dipilih untuk dibuat antara lain: *Cause promotions, cause relate marketing,*

*corporate social marketing, corporate philanthropy, community volunteering, dan socially responsible business practice.*

Menurut Rakhmawati dan Sani,( 2016) *Socially Responsible business practice* (SRBP) merupakan bagian wujud nyata dari usaha bisnis dimana perusahaan melibatkan diri atau ikut serta dalam upaya pemecahan masalah yang ada di lingkungan masyarakat baik itu terkait keselamatan lingkungan atau peningkatan atau pemberdayaan masyarakat.

### **E.3 Landasan konseptual**

#### **E.3.1 Model empat langkah *public relations* dari Cutlip, Center, dan Broom**

Menurut Morrison, (2008:108) Humas dalam praktiknya atau dalam menjalankan suatu kerja di Organisasi atau Perusahaan terikat pada konsep yang disebut empat langkah kerja, atau tahapan-tahapan kerja yang harus dilalui seorang humas dalam menjalankan perannya. Empat langkah tersebut yaitu: Menentukan Masalah, Perencanaan Program, Implementasi dan Komunikasi, dan Evaluasi.

##### **E.3.1.1 Menentukan Masalah (Defining Problem).**

Pada tahapan ini seorang humas harus mampu menjadi seorang pemikir dan pendengar, maksudnya pada tahap ini seorang humas perlu untuk meneliti dan mengawasi hal tersebut dimaksudkan agar hal-hal yang terkait pendapat, sikap, dan tingkah laku khalayak yang berkaitan langsung ataupun tidak langsung kepada perusahaan bisa ditangkap oleh perusahaan dalam hal ini melalui humas.

Hal tersebut berguna untuk menentukan program atau kegiatan apa saja yang perlu untuk dilakukan.

#### **E.3.1.2 Perencanaan dan Penyusunan Program (*Planning and programming*).**

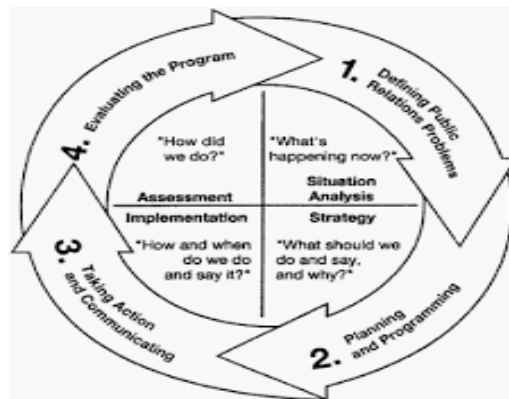
Hal-hal apa saja berhasil dirumuskan di tahap pertama harus disusun program, tujuan, aksi, dan strateginya. Langkah selanjutnya harus dilakukan tidak lanjut yaitu direncanakan dan dirancang suatu program yang tepat untuk Perusahaan atau organisasikah kedua ini bisa dibidang merupakan Langkah untuk menjawab permasalahan atau temuan yang berhasil diidentifikasi di tahap pertama.

#### **E.3.1.3 Melakukan tindakan dan berkomunikasi (*Taking Action and communicating*).**

Langkah ketiga ini merupakan kegiatan inti dari seluruh tahapan kerja humas, yaitu mencakup kegiatan mengimplementasi atau tindakan dan mengkomunikasikan apa saja yang dirancang untuk pencapaian suatu tujuan program.

#### **E.3.1.4 Evaluasi program (*Evaluating*).**

Langkah terakhir yang tidak kalah pentingnya yaitu proses evaluasi atau penilaian terhadap persiapan suatu program, lalu untuk mengetahui seberapa efektif proses suatu program dijalankan dan bagaimana hasil dari program. Apabila suatu program berjalan baik tentunya harus dilanjutkan. Selain itu, apabila tidak berjalan baik tentunya apa saja perbaikan yang bisa dilakukan.



Gambar 1. 1 Proses Kerja Public Relations  
Sumber Cutlip, Center, and Broom

## F. Langkah-langkah Penelitian

### F.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian bertempat di PT Permata Bank Tbk| WTC II, 30<sup>th</sup> floor,  
JL.Jend. Sudirman Kav 29-31 Jakarta pusat, Provinsi Daerah Khusus Ibukota  
Jakarta 12920.

### F.2 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme mengasumsikan bahwa individu-individu selalu berusaha memahami dunia dimana mereka hidup dan bekerja. Mereka mengembangkan makna-makna yang diarahkan kepada objek-objek atau benda-benda tertentu. Peneliti yang menggunakan paradigma konstruktivisme dituntut untuk lebih mencari kompleksitas pandangan atau perspektif ketimbang mempersempit makna-makna menjadi sejumlah katagori.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin memperoleh pemahaman yang mendalam dalam kaitannya dengan penelitian ini yaitu menggambarkan pengelolaan program CSR oleh divisi *corporate social responsibility* PT Permata Bank.

### **F.3 Metode Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode atau pendekatan kualitatif deskriptif yaitu suatu pendekatan yang berupaya menggambarkan suatu fenomena yang menjadi objek penelitian dengan mendeskripsikan secara mendetail atau mendalam. Pada penelitian ini peneliti bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam dalam terkait pengelolaan program *corporate social responsibility* di PT Permata Bank.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode atau pendekatan kualitatif deskriptif yaitu suatu pendekatan yang berupaya menggambarkan suatu fenomena yang menjadi objek penelitian dengan mendeskripsikan secara mendetail atau mendalam. Menurut Pawito, (2007:35) metode penelitian kualitatif merupakan metode yang dimaksudkan untuk mengemukakan gambaran dan/atau pemahaman (*understanding*) mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas terjadi.

Metode kualitatif deskriptif. Menurut Noor, (2011:34) Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian yang memiliki perhatian atau ketertarikan pada fenomena yang terjadi pada manusia. Dalam hal ini peneliti tertarik pada pengelolaan program *corporate social responsibility* PT Permata Bank.



## **G. Jenis Data dan Sumber Data**

### **G.1 Jenis Data**

Penelitian kali ini peneliti menggunakan data penelitian kualitatif atau data yang bentuknya kata-kata atau deskriptif, bukan menggunakan data kuantitatif atau data yang berupa angka-angka. Hal tersebut karena peneliti berusaha mendeskripsikan terkait apa-apa saja yang menjadi kunci dari pengelolaan *corporate social responsibility* (CSR) PT Permata Bank berdasarkan pada pertanyaan-pertanyaan yang nanti akan peneliti ajukan pada informan, sekalipun ada data pendukung yang berupa angka-angka, tetapi fokus utama atau inti penelitian ini berupa data deskriptif atau kata-kata.

### **G.2 Sumber Data**

#### **G.2.1 Sumber Data Primer**

Merupakan data yang yang peneliti gali atau dapatkan dari sumber informan secara langsung, dalam hal ini kepada informan dari divisi *corporate social responsibility* PT Permata Bank baik yang didapat melalui proses wawancara, observasi atau dokumentasi. Menurut Sugiyono, (2017:225) Sumber data primer adalah sumber data yang peneliti peroleh langsung dari informan atau narasumber atau sumber data yang langsung diberikan oleh sumber data kepada peneliti. Dalam hal ini peneliti memperoleh sumber data primer dari divisi CSR PT Permata Bank

## G.2.2 Sumber Data Sekunder

Data Sekunder merupakan jenis data yang menjadi sumber referensi pendukung untuk menyempurnakan atau bahan acuan bagi peneliti yang didapat melalui sumber-sumber bacaan buku, jurnal, dan dari situs web perusahaan yang relevan dengan topik penelitian yaitu pengelolaan *corporate social responsibility* (CSR).

## H. Penentuan Informan

### H.1 Informan

Berdasarkan dari fokus penelitian pada penelitian ini peneliti memilih beberapa informan yang dianggap mampu dan paham terkait fokus penelitian yang ingin diteliti, dengan begitu peneliti dapat memperoleh data yang sesuai dan berguna untuk penelitian. Dalam hal ini peneliti menentukan informan yang dipilih adalah pihak divisi *corporate social responsibility* (CSR) PT Permata Bank, Hal tersebut karena pihak dari divisi *corporate social responsibility* (CSR) merupakan pihak yang mengelola dan menjalankan program *corporate social responsibility* (CSR) di PT Permata Bank.

### H.2 Teknik Penentuan Informan

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik penentuan informan dengan teknik *convenience sampling*. Teknik tersebut merupakan teknik

sederhana yang menurut peneliti sudah cukup efektif, karena topik yang diteliti oleh peneliti sudah sangat terfokus pada pengelolaan *corporate social responsibility* (CSR) di PT Permata Bank sehingga peneliti hanya perlu mengambil informan di divisi CSR atau dari divisi lain PT Permata Bank yang terlibat secara langsung dalam proses pengelolaan *corporate social responsibility* (CSR) PT Permata Bank.

Menurut Pawito, (2007:90) *convenience sampling* merupakan cara pengambilan yang sederhana yaitu peneliti menarik atau mengambil informan orang-orang yang terkait untuk dijadikan wakil dari subyek penelitian untuk diamati atau diwawancarai. Dalam hal ini peneliti memilih orang-orang yang berada atau bekerja di Divisi CSR PT Permata Bank yang terlibat secara langsung dalam program *corporate social responsibility* (CSR).

## **I. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian kualitatif mengenal tiga jenis teknik pengumpulan data yaitu: wawancara, observasi, dan data yang berupa dokumen. Peneliti pada penelitian kali ini berusaha mendalami topik penelitian yaitu pengelolaan *corporate social responsibility* PT Permata Bank secara holistik dengan menggunakan ketiga teknik pengumpulan data yang telah disebutkan diatas.

### **I.1 Observasi Partisipatif Pasif**

Penelitian kali ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipasi pasif yaitu dengan hanya mengamati proses kerja dari pengelolaan *corporate social*

*responsibility* (CSR) PT Permata Bank. Menurut Sugiyono, (2017:227) menyatakan observasi pasif merupakan proses dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam proses kerja dari kegiatan suatu objek kajian sedang dilakukan oleh subyek penelitian.

## **I.2 Wawancara Mendalam**

Peneliti akan mendalami topik yang menjadi fokus pada penelitian kali ini dengan salah satu dari teknik pengumpulan data yaitu wawancara. Dikarenakan peneliti tidak terlibat secara aktif pada proses kegiatan pengelolaan *corporate social responsibility* (CSR) PT Permata Bank secara langsung, karena hanya sebatas melakukan observasi partisipatif pasif membuat sesi wawancara menjadi sangat penting dalam penelitian kali ini. Menurut Sugiyono, (2017:231) Wawancara merupakan proses pertukaran informasi atau pemikiran antara dua orang melalui proses tanya jawab, sehingga dari hasil tanya jawab antara dua orang itu dapat ditarik makna dari suatu topik tertentu, Dalam hal ini jenis wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur.

Menurut Sugiyono, (2017:233) wawancara terstruktur merupakan teknik wawancara yang sudah dipersiapkan secara matang oleh peneliti berupa pertanyaan-pertanyaan sebelum melakukan proses wawancara.

## **I.3 Studi Dokumentasi**

Teknik pengumpulan data yang terakhir yang digunakan oleh peneliti selain wawancara dan observasi juga dengan teknik dokumentasi. Dokumentasi

perlu dilakukan guna mengumpulkan bukti-bukti fisik dari hasil temuan saat proses penelitian berupa foto, dokumen resmi, artikel, dsb.

Menurut Yusuf (2014) Dokumentasi merupakan cara penghimpunan data hasil penelitian berupa pegumpulan data-data yang sudah ada atau *real* yang berguna untuk menelusuri bukti empiris dari suatu objek kajian, yang berkaitan dengan penelitian atau relevan pada penelitian



## **J. Teknik Analisis Data**

Setelah melalui serangkaian penelitian melalui berbagai teknik pengumpulan data, tentunya data yang diperoleh masih berupa data yang mentah, sehingga proses penelitian belum selesai hanya sebatas pengambilan data lapangan. Data mentah dari lapangan harus diolah sehingga menghasilkan suatu data yang bisa menjawab topik penelitian yang dimaksud oleh peneliti, dalam hal ini terkait pengelolaan *corporate social responsibility* (CSR) PT Permata Bank. Menurut Sugiyono, (2017:246) analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data penelitian meliputi yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### **J.1 Reduksi Data**

Mereduksi data merupakan proses dimana data yang diperoleh dari lapangan terkait pengelolaan *corporate social responsibility* (CSR) PT Permata Bank yang disampaikan oleh informan dirangkum, diseleksi, difokuskan, dicari tema dan polanya. Sehingga, data mentah yang telah direduksi akan diperoleh gambaran yang lebih jelas.

### **J.2 Penyajian Data**

Proses selanjutnya setelah mereduksi data yaitu penyajian data yaitu merupakan proses pengorganisasian atau penyusunan dalam pola hubungan, dengan penyajian data dapat memudahkan peneliti untuk semakin mengerti data yang diperoleh sebelum di tahap akhir ditarik kesimpulan.

### **J.3 Penarikan Kesimpulan**

Penarikan kesimpulan di tahap ini merupakan kesimpulan sementara atau hipotesis yang suatu saat seiring perkembangan penelitian dapat berubah. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan didukung oleh bukti-bukti atau temuan lapangan yang relevan dan valid, maka kesimpulan yang dikemukakan bisa dikatakan kredibel.

