

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kesejahteraan sosial merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan besar. Hal ini dikarenakan dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pada perusahaan yang menjalankan kesejahteraan sosial ini. Kesejahteraan sosial memiliki makna dan maksud yang sangat luas yakni terkait dengan kehidupan sosial manusia yang ditujukan untuk meningkatkan taraf hidup manusia dan sebagai salah satu faktor untuk memecahkan masalah terkait dengan kehidupan manusia ke arah yang lebih baik. Hal ini tentunya akan berkaitan dengan usaha atau memenuhi kegiatan sosial dari berbagai pihak dan hal tersebut guna meningkatkan kesejahteraan sosial yang dimiliki masyarakat.

Kegiatan ini merupakan suatu tanggung jawab sosial yang harus dilakukan oleh perusahaan guna menciptakan pandangan positif bagi masyarakat yang berada disekitar perusahaan. Selain memberikan dampak positif bagi perusahaan, kegiatan dalam hal kesejahteraan sosial ini juga secara tidak langsung membantu kehidupan masyarakat sekitar perusahaan baik itu secara material maupun non material.

Dengan berdirinya perusahaan PT Indonesia Power UBP Suralaya ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar dengan cara mengaplikasikan proses tanggung jawab sosial yang dibuat oleh perusahaan untuk

masyarakat sesuai dengan tujuannya. PT Indonesia Power UBP Suralaya ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kelistrikan dan merupakan perusahaan pembangkit listrik yang terbesar di Asia Tenggara khususnya berada di Banten. Tentunya hal ini merupakan suatu kewajiban mutlak bagi perusahaan untuk memberikan kegiatan-kegiatan yang berbasiskan kesejahteraan sosial.

Tidak hanya sebatas memberikan tanggung jawab sosial saja, namun perusahaan juga wajib membangun hubungan baik dengan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan. Karena secara tidak langsung membangun hubungan masyarakat merupakan salah satu fungsi manajemen yang dapat membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat.

Kegiatan tanggung jawab sosial ini merupakan kewajiban setiap perusahaan untuk mensejahterakan masyarakat sekitar. Tentunya hal ini sudah ditetapkan dan sesuai dengan keputusan Menteri Negara BUMN No. KEP-263/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003, yang didalam berisikan tentang adanya penyisihan dari laba bersih perusahaan BUMN untuk program *Corporate Social Responsibility*. Dengan adanya keputusan mengenai penyisihan dari laba perusahaan oleh Menteri BUMN untuk kegiatan tanggung jawab sosial berarti hal ini harus dijalankan sesuai dengan tujuannya agar tidak salah sasaran target.

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial yang dijalankan perusahaan adalah harus bersifat sukarela tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan hal tersebut dijalankan karena perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat

sekitar perusahaan, dan setidaknya-tidaknya berdasarkan hal tersebut terdapat beberapa alasan yakni tujuan perusahaan mencari keuntungan, CSR merupakan kewajiban moral, pelaksanaan CSR bertentangan dengan hak kepemilikan privat dan tidak sesuai dengan prinsip efisiensi dalam bisnis.¹

Berbagai program atau kegiatan CSR tentunya akan melibatkan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan dan hal ini juga tentunya akan menuai berbagai dampak yang terkena oleh masyarakat itu sendiri baik bersifat dampak positif atau dampak negatif. Pelaksanaan CSR yang paling umum yang biasanya dilakukan oleh berbagai perusahaan yakni memberikan donasi (*charity*) atau bantuan kepada masyarakat yang dikategorikan sebagai masyarakat yang berada menengah kebawah. CSR yang dilakukan biasanya hanya berupa kegiatan korporasi saja dan hal ini dilakukan karena untuk semata-mata berbuat baik (*do good*) dan juga agar terlihat baik (*good image*).

Tujuan perusahaan menjalankan kegiatan sosial dalam bentuk CSR ini tak hanya memberikan pandangan yang positif kepada perusahaan, namun secara tidak langsung hal tersebut juga membantu masyarakat lingkungan perusahaan guna mencapai kondisi sosial ekonomi dan kualitas kehidupan yang lebih baik. Hal tersebut dilihat bahwa perusahaan memiliki kepedulian yang sangat tinggi terhadap stakeholder. Stakeholder dimaknai sebagai individu dan atau kelompok yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh aktivitas suatu korporat. Sebagai sebuah

¹Dr . Mukti Fajar ND, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2010) hal: 43.

korporat yang beretika, tentunya hubungan dengan masyarakat luar dan juga hubungan antar anggota korporat dapat terjadi dengan baik dan menciptakan sebuah modal sosial yang kuat. Korporat dalam rangka menjalin hubungan ini sering disebut dengan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) atau sering disebut juga dengan tanggung jawab sosial memiliki artian suatu tindakan atau konsep sosial yang dilakukan dengan membuat perencanaan berbagai program sosial yang dijalankan oleh perusahaan sesuai dengan ketentuan dan kemampuan perusahaan tersebut guna menciptakan dan meningkatkan taraf kehidupan masyarakat yang lebih baik dan tidak hanya berfokus pada masyarakat juga, namun terhadap lingkungan sekitar perusahaan.

Terkait dengan kegiatan tanggung jawab sosial, perusahaan harus mampu menjalankan seluruh kegiatan sesuai dengan target dan keadaan lingkungan masyarakat sekitar perusahaan. Sebagai perusahaan yang peduli akan kesejahteraan sosial, tentunya harus menciptakan hubungan baik dengan masyarakat agar tercipta keharmonisan antara perusahaan dengan pihak luar yakni masyarakat.

Setiap perusahaan tentunya wajib untuk menjalankan suatu proses tanggung jawab sosial guna menciptakan rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Sebagai kota industri, Cilegon tentunya memiliki banyak perusahaan besar dan masyarakat yang padat. Hal ini tentunya akan terlihat banyak sekali program-program CSR dari seluruh perusahaan yang berada di kota ini. Seluruh kegiatan CSR ini tentunya berada dibawah naungan perusahaan dan juga diawasi

pergerakannya melalui suatu lembaga yang khusus menaungi kegiatan CSR atau tanggung jawab sosial khususnya berada dilingkungan Kota Cilegon, Banten. Lembaga tersebut yakni Cilegon *Corporate Social Responsibility* (CCSR) Kota Cilegon. CCSR merupakan suatu lembaga independen yang bertugas mengurus dan mengawasi seluruh kegiatan CSR yang dilakukan oleh seluruh perusahaan-perusahaan yang ada di Cilegon.

Dijalankannya kegiatan atau program tanggung jawab sosial ini tentunya diawali dengan adanya permasalahan disekitar lingkungan perusahaan yang mewajibkan untuk menjalankan berbagai program. Seperti adanya masalah ekonomi yang terjadi dilingkungan masyarakat. Sebagai perusahaan yang berdiri ditengah-tengah masyarakat, hal tersebut tentunya sudah menjadi suatu kewajiban mutlak untuk menjalankan program tanggung jawab sosial. Dengan dibuatnya kegiatan CSR ini tentunya akan terjalin proses dalam membina hubungan yang erat kepada masyarakat dan menjadikan hal tersebut sebagai kekuatan dalam kontribusi perusahaan kepada masyarakat di sekitar perusahaan.

Begitu juga halnya dengan kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial atau CSR yang dijalankan oleh perusahaan PT Indonesia Power UBP Suralaya berada dalam lingkungan humas. Dan yang bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatan CSR ini yaitu melalui Divisi *Community Development*.

Program *Community Development* yang dilaksanakan oleh Unit Bisnis Pembangkit Suralaya merupakan salah satu peran yang diemban perusahaan sebagai salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial) terhadap

masyarakat disekitarnya yang dituangkan dalam SK. Direksi No.08.K/010/IP/2004 tertanggal 5 Febuari 2004 tentang Pedoman Pelaksanaan kegiatan *Community Development* di lingkungan PT Indonesia Power.

Comdev merupakan program yang dijalankan PT Indonesia Power UBP Suralaya untuk pemberdayaan dan pengembangan masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial ekonomi dan kualitas untuk memperbesar kehidupan yang lebih baik. Program ini merupakan salah satu bentuk kontribusi langsung PT Indonesia Power UBP Suralaya kepada masyarakat dalam hal pelayanan untuk memenuhi kepentingan masyarakat utamanya masyarakat yang berada di sekitar Unit Bisnis Pembangkitan Suralaya.

Program comdev di UBP Suralaya memiliki kategori dalam menjalankan program tanggung jawab sosial. Kategori tersebut yakni *Community Assistance*, *Community Relations* dan *Community Empowerment*. Dari ketiga kategori program CSR tersebut tentunya memiliki peranan dan tujuan masing-masing disetiap program yang dijalankannya. Hal ini meliputi bantuan bencana alam, pelayanan kesehatan, bantuan sarana dan prasarana, pelayanan pendidikan, pengembangan keterampilan usaha.

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa Indonesia Power berfokus pada program pemberdayaan dan pengembangan komunitas. Hal ini dapat dilihat pada program tahunan yakni Program CSR Mitra Binaan. Program tersebut sudah menjadi program tahunan yang dimiliki oleh perusahaan Indonesia Power UBP Suralaya. Dalam

menjalankan kegiatan yang berbasis pada kegiatan tanggung jawab sosial ini perusahaan tidak semena-mena dalam menjalankan kegiatan tersebut. Tentunya hal ini memiliki tujuan tersendiri yakni untuk meningkatkan taraf ekonomi dan kehidupan masyarakat sekitar perusahaan. Selain membentuk pandangan baik terhadap perusahaan, masyarakat juga secara tidak langsung menikmati dampak dari program yang diberikan oleh perusahaan.

Disamping Indonesia Power memberikan program pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada program Mitra Binaan ini, perusahaan juga tentu harus melakukan proses monitoring dan evaluasi. Hal tersebut dilakukan guna untuk mengetahui apa saja hal – hal yang menghambat pada proses Mitra Binaan ini dan juga untuk menjelaskan apakah program yang dilaksanakan sudah dilakukan secara baik ataupun tidak. Proses monev dikatakan sangat penting dikarenakan perusahaan dapat mengetahui dan mengukur keberhasilan yang didapatkan dari program Mitra Binaan agar keberhasilan yang dibuat pada proses perencanaan dapat terealisasi dengan baik.

Berbicara mengenai proses evaluasi, sebagai perusahaan besar di Indonesia harus menggunakan suatu kebijakan atau pedoman yang digunakan perusahaan untuk menjadikan pijakan pada proses evaluasi. Seperti pada pedoman Standard International CSR ISO 26000 yang memiliki beberapa indikator yang digunakan untuk menganalisis proses evaluasi yang dilakukan perusahaan. Sebagai perusahaan besar di Indonesia, Indonesia Power tentunya harus menggunakan pedoman tersebut sebagai pijakan untuk melakukan proses evaluasi.

Standard International CSR ISO 26000 merupakan pelaporan publik yang dilakukan perusahaan yang didalamnya memiliki indikator penting dalam proses pemecahan masalah evaluasi. ISO 26000 ini sebagai induk organisasi internasional yang berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim yang membenahi seluruh rangkaian program pada perusahaan-perusahaan besar di Negara maju maupun berkembang khususnya untuk mengaudit proses evaluasi. Pengaturan untuk kegiatan ISO 26000 dalam tanggung jawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa SR adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu organisasi.

Dengan adanya pijakan mengenai standard evaluasi, diharapkan Indonesia Power mampu melaksanakan proses evaluasi sesuai dengan indikator yang ada dalam ISO 26000 guna memperlihatkan hasil yang tercapai atau belum tercapai pada setiap program secara detail.

B. Rumusan Masalah

Kegiatan sosial kemasyarakatan sejak awal merupakan bagian dari eksistensi Indonesia Power UBP Suralaya sebagai perusahaan yang memiliki tanggung jawab dan peran sosial dalam ikut mensejahterakan kehidupan masyarakat sekitar perusahaan. Wujud kepedulian sosial perusahaan tersebut telah disempurnakan kedalam suatu program pengembangan masyarakat pada Divisi *Community Development* yang selalu komprehensif sebagai bagian dari aktifitas bisnis terutama demi terciptanya iklim usaha yang kondusif yang berupa dukungan aktif komunitas disekitar pembangkit terhadap operasional Unit Bisnis Pembangkit Suralaya. Dan dengan adanya hal tersebut tentunya perlu dilihat tujuan dan manfaatnya melalui proses evaluasi program yang telah dijalankan.

Hal ini membuat peneliti untuk melakukan penelitian yang berupa evaluasi program terhadap program CSR yang telah dijalankan oleh Divisi *Community Development* UBP Suralaya. Oleh karena itu terkait dengan kegiatan penelitian yang akan dilakukan dapat dirumuskan berbagai masalah yang diangkat sebagai berikut :

1. Bagaimana Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* PT Indonesia Power UBP Suralaya Berdasarkan Standard International CSR ISO 26000?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat pada program CSR Mitra Binaan PT Indonesia Power UBP Suralaya?

C. Tujuan Penelitian

Peneliti akan merumuskan tujuan dari penelitian ini terkait dengan judul “Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* Divisi *Community Development* PT Indonesia Power UBP Suralaya, Merak-Banten”. Selain dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dalam penelitian ini mempunyai dua tujuan utama yaitu :

1. Untuk mengkaji Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* PT Indonesia Power UBP Suralaya Berdasarkan Standard International CSR ISO 26000.
2. Untuk mengkaji faktor-faktor pendukung dan penghambat pada Program Mitra Binaan PT Indonesia Power UBP Suralaya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini pada dasarnya memiliki manfaat yang dapat menjadikan suatu hubungan antara manfaat penelitian bagi akademis dan manfaat penelitian praktis. Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Akademis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi kepada mahasiswa lainnya terutama sebagai panduan dalam mengembangkan teori tentang Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* PT Indonesia Power UBP Suralaya berdasarkan Standar International CSR ISO 26000.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat bagi PT Indonesia Power UBP Suralaya yaitu dapat menjadikan pedoman evaluasi Standard International CSR ISO 26000 sebagai panduan penting untuk melakukan proses evaluasi guna pencapaian hasil akhir yang dituju pada seluruh program CSR Indonesia Power dapat dicapai dengan baik dan menjadikan perbaikan pada program selanjutnya.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) pernah dilakukan sebelumnya oleh mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional (UPN), Hindun Yuliana, NIM 153020004, judul penelitian “Evaluasi Program Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*) Humas Perusahaan Mie Sohun PD. Mujur Jaya Cilacap.” Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Rumusan masalah dari penelitian ini ialah bagaimanakah program tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh humas perusahaan mie sohun PD. Mujur Jaya Cilacap.

Hasil dari penelitian ini adalah program-program tanggung jawab sosial perusahaan mie sohun Mujur Jaya terbagi menjadi dua yakni program yang dilakukan untuk hubungan internal dan program untuk hubungan eksternal. Program CSR yang dilakukan untuk hubungan internal meliputi bidang agama, pendidikan, kesehatan dan

kesejahteraan karyawan. Program CSR yang dilakukan hubungan eksternal meliputi bidang ekonomi, pendidikan dan agama. Program CSR tersebut sudah diterima oleh khalayaknya dengan baik dan menghasilkan respon positif. Keseluruhan dari program CSR yang dilakukan oleh PD. Mujur Jaya dikatakan sudah terlaksana dengan baik dan peneliti juga menggunakan kajian Manajemen *Public Relations* dalam penelitian yang sudah dilakukan².

Evaluasi program yang dilakukan oleh penulis terkait dengan objek yang dituju dengan cara mendatangi langsung lokasi yang diberi bantuan. Dengan cara perusahaan mendatangi langsung untuk mengontrol dan melihat terkait kegiatan yang sudah dilaksanakan dapat berjalan dengan baik atau tidak. Selain itu penulis juga memaparkan mengenai analisis SWOT untuk melihat lebih jelas terkait dengan evaluasi yang dilakukan. Dan dengan hasil akhir penelitian ini adalah program CSR yang dilakukan sudah berhasil mencapai standar keberhasilan program pada perusahaan.

Terdapat persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni evaluasi CSR terkait dengan program-program bantuan. Namun adanya perbedaan yang melatar belakangi penelitian ini adalah yang berfokus pada kegiatan kelompok Mitra Binaan dan penelitian yang dilakukan mahasiswa UPN hanya melingkupi keseluruhan CSR pada perusahaan mie sohun dan tidak berfokus.

² Yuliana, Hindun. "Evaluasi Program Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*) Humas Perusahaan Mie Sohun PD. Mujur Jaya Cilacap," (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional, 2013).

Penelitian sebelumnya dan selanjutnya yang menjadi referensi bagi peneliti adalah penelitian mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional (UPN), Yansen Paseru, NIM 153090160, dengan judul “Evaluasi Program *Community Relations* PT. Badak NGL Bontang, Kalimantan Timur dalam Membina Hubungan Baik dengan Komunitas Sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimanakah strategi *Community Relations* PT. Badak NGL Bontang Kalimantan Timur dalam membangun hubungan baik dengan komunitas masyarakat sekitar perusahaan.

Penelitian ini menggunakan konsep Manajemen *Public Relations* dan melakukan analisis sebagai acuan dalam merumuskan kebutuhan masyarakat. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa perencanaan, penentuan strategi serta implementasi *Community Relations* PT. Badak NGL memiliki dedikasi yang tinggi untuk selalu menjaga dan mempertahankan reputasi perusahaan. Kegiatan *Community Relations* PT. Badak NGL yang dijalankan oleh Divisi Eksternal Relations yang bekerjasama dengan Divisi *Community Development* PT. Badak NGL telah direncanakan dan dilaksanakan dengan baik sehingga menimbulkan dampak positif bagi masyarakat sekitar perusahaan. Selain berhasil menciptakan citra positif. PT. Badak NGL juga membangun hubungan yang harmonis dengan komunitas sekitar perusahaan. Proses evaluasi yang dilakukan penulis yakni dengan cara melihat program dari perencanaan dan pelaksanaan suatu program yang sudah dilakukan dan dengan mengamati titik kelemahan dan kekurangannya. Dan melakukan analisis

SWOT, hal ini dilakukan sebagai pegangan untuk melihat tingkat keberhasilan pada program tanggung jawab sosial³.

Terdapat persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni mengenai judul terkait dengan evaluasi program CSR. Namun juga adanya perbedaan yakni terlihat pada objek yang akan diteliti begitu juga dengan konsep kajian yang dijalankan oleh peneliti yakni dengan menggunakan konsep kajian Results Chain. Dan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada kegiatan program tahunan Community Development yakni Mitra Binaan PT. Indonesia Power UBP Suralaya.

2. Kerangka Pemikiran

a. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kegiatan CSR tidak akan pernah lepas dari peranan humas maupun *Public Relations* dalam sebuah perusahaan. Humas adalah suatu fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaa publik.

Humas merupakan salah satu sarana terkait dengan hubungan masyarakat terlebih lagi pada perusahaan-perusahaan yang tentunya memiliki

³ Paseru, Yansen. "Evaluasi Program *Community Relations* PT Badak NGL Bontang, Kalimantan Timur dalam Membina Hubungan Baik dengan Komunitas Sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan", (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional, 2008).

stakeholder. Stakeholder disini merupakan sasaran penting bagi humas terutama pada kegiatan yang berbasis kegiatan sosial yakni *Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR menurut Lord Holme dan Richard Watts di dalam bukunya Nor Hadi *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen berkelanjutan para pelaku bisnis untuk memegang teguh pada etika bisnis dalam beroperasi, memberi kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, serta berusahamendukung peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan bagi para pekerja, termasuk meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar.⁴

Dalam pelaksanaannya, CSR tidak lepas dari adanya *stakeholders* dan *shareholders*. Kedua hal tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam pelaksanaan CSR pada perusahaan. Hal ini dilihat dari berbagai persoalan-persoalan yang terjadi dalam lingkungan dan dalam waktu yang sama dapat memenuhi harapan dari *stakeholders* dan *shareholders*. *Stakeholders* merupakan masyarakat internal atau eksternal perusahaan yang terdiri dari pelanggan, konsumen, karyawan, dan lainnya. Dan *shareholders* merupakan pemangku kepentingan umum yang secara garis besar memiliki peranan penting dalam perusahaan yang terdiri dari pemegang saham, pemerintah dan lainnya.

CSR merupakan tanggung jawab sosial dari perusahaan kepada masyarakat sekitar perusahaan yang pada dasarnya memiliki konsep yakni untuk membangun pembangunan yang berkelanjutan. Konsep ini harus disesuaikan dengan dimensi-

⁴Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal vi

dimensi yang ingin diterapkan oleh perusahaan dan harus sesuai dengan tujuan yang tepat. Karena kegiatan CSR erat kaitannya dengan tujuan sosial yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat. Dan tidak bisa disalah gunakan. Hal ini berkaitan dengan proses-proses yang menjadi tahapan yang harus dilewati oleh perusahaan, misalnya dari segi kegiatan CSR yang berfokus pada proses pemberdayaan masyarakat.

CSR memiliki konsep dasar yakni tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk memiliki ruang lingkungannya. Pada awalnya konsep ini dilatarbelakangi oleh motivasi korporat yang sifatnya karikatif (philantrophy/charity). Dan selanjutnya konsep CSR mulai berkembang pada bentuk-bentuk pemberdayaan masyarakat atau lebih dikenal dengan istilah *Community Development*. *Community Development* dilaksanakan oleh korporasi dengan mengacu pada nilai keadilan dan kesetaraan atas kesempatan, pilihan partisipasi, timbal balik, dan kebersamaan.⁵

Terlepas dari adanya konsep CSR yang sudah dipaparkan sebelumnya, dalam pelaksanaan CSR juga memiliki manajemen implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan dengan pola sebagai berikut⁶:

1. *Charity*, merupakan kegiatan yang berbasiskan pada kegiatan sosial yang diutamakan untuk menjadikan masyarakat atau *stakeholders* sebagai objek yang harus memperoleh bantuan dan hanya bersifat jangka pendek.

⁵ Mukti Fajar ND, *Tanggung Jawab Perusahaan di Indonesia*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal 6-7.

⁶ Nor Hadi, *Op.Cit*, hal 145-146.

2. *Social Activity*, merupakan salah satu pola strategi bagi perusahaan dalam bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dengan memberikan bantuan dalam hal jasa. Seperti pada pelayanan kesehatan dengan memberikan pengobatan gratis kepada masyarakat, memberikan pelatihan, dan sejenisnya.
3. *Community Development*, merupakan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang berbasis prinsip simbiosis mutualisme kepada *stakeholders* yang dimana keduanya harus sama-sama memberikan keuntungan.

Pola strategi diatas dapat dijadikan sebagai pijakan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial pada perusahaan.

b. Manajemen *Public Relations*

Dalam proses manajemen pada bidang *Public Relations* ini merupakan salah satu bentuk alternatif dalam mengatasi permasalahan yang ada terutama dalam ruang lingkup *Public Relations* dan hal ini juga untuk merumuskan berbagai proses yang terbentuk untuk melihat apakah proses manajemen yang dilaksanakan sudah sesuai atau belum.

MPR atau Manajemen *Public Relations* merupakan salah satu bentuk alternatif dalam pencapaian untuk pemecahan masalah dalam bidang ke PR-an yang tentunya difokuskan dalam beberapa proses, yakni :

1. *Fact Finding*

Merumuskan permasalahan yang ada pada hubungan masyarakat.

Langkah pertama ini mencakup penyelidikan dan pemantauan terhadap

permasalahan yang terjadi di lingkungan masyarakat baik berupa opini-opini publik maupun perilaku masyarakat itu sendiri yang terpengaruh oleh tindakan dan kebijakan organisasi terkait.

Dalam menggambarkan permasalahan yang terjadi di lingkungan masyarakat harus dengan menganalisis situasi. Analisis situasi ini merupakan kumpulan yang tidak diringkas dari segala sesuatu yang diketahui tentang situasi dan berisikan semua informasi latar belakang yang diperlukan untuk mengembangkan dan mengilustrasikan arti pernyataan masalah secara rinci.

Atau secara singkat dapat disimpulkan bahwa hal yang perlu dilakukan pertama kali ketika akan melakukan proses manajemen terlebih lagi dalam bidang *Public Relations* yakni harus melakukan proses *Fact Finding* atau mendefinisikan masalah yang terjadi pada masyarakat secara detail.

2. *Planning*

Membuat perencanaan terkait dengan berbagai program yang akan di laksanakan. Dalam langkah ini tentunya berkaitan dengan langkah pertama dalam merumuskan masalah yang terjadi. Perumusan masalah yang sudah diketahui dapat digunakan untuk menyusun berbagai program, tujuan dan tindakan. Langkah kedua ini biasanya merupakan proses untuk menjawab pertanyaan berdasarkan situasi yang ada⁷.

Setelah dilakukan proses mendefinisikan masalah yang timbul pada masyarakat, langkah selanjutnya yakni harus melakukan proses *planning* atau

⁷ Morissan, MA, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), hal 108-109.

merencanakan program yang akan dilaksanakan. Hal ini tentunya berkaitan dengan proses *Fact Finding* yang dimana akan terlihat berbagai permasalahan yang timbul di lingkungan masyarakat.

Dalam perencanaan juga harus dibuat suatu program yang mengarah kepada tujuan sasaran program yang akan dijalankan. Yakni stakeholders. Peranan stakeholders disini sangat penting karena program yang akan dijalankan agar mencapai tujuan program secara keseluruhan. Stakeholders disini dapat dikategorikan seperti karyawan, pemegang saham, konsumen, kelompok komunitas dan pemerintahan setempat.

3. *Action and Communications*

Terciptanya proses komunikasi bagi masyarakat. Komunikasi berfungsi sebagai katalisator untuk menginterpretasikan dan mendukung strategi tindakan. Dalam menyampaikan pesan, seorang komunikator terutama bagi praktisi Humas terlebih dahulu harus mengetahui posisi manajemen dan permasalahan yang terjadi secara mendalam agar komunikasi yang dilakukan dapat tersampaikan dengan baik tanpa adanya timbul permasalahan baru di lingkungan masyarakat dan perusahaan terkait. Selain itu juga harus mengetahui mengenai kebutuhan, ketertarikan, kekhawatiran publik. Maka dari itu praktisi Humas dalam tahap ini harus dapat menempatkan dirinya pada posisi publik sasaran dan berusaha berfikir menurut cara mereka.

Proses manajemen pada point ini merupakan salah satu proses yang paling penting dikarenakan adanya proses interaksi secara langsung yakni dengan

cara aksi dan komunikasi. Aksi disini diartikan sebagai proses pada program atau kegiatan yang sebelumnya sudah direncanakan dan akan secara langsung direalisasikan pada masyarakat dan komunikasi yang dilakukan juga secara persuasif dan tertuju langsung pada masyarakat.

Komunikasi yang diberikan juga harus jelas, sesuai dengan tindakan yang akan diberikan kepada masyarakat, mudah dipahami, tidak rumit dan tidak mengandung jargon.

4. *Evaluations*

Melakukan evaluasi terkait dengan program atau kegiatan yang sudah terlaksana. Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam proses MPR atau Manajemen *Public Relations* yakni melakukan proses evaluasi terkait dengan seluruh proses atau kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui seberapa terealisasinya seluruh program yang telah dilaksanakan oleh suatu instansi. Evaluasi ini dapat berupa data mentah maupun sebaliknya.

Dalam menjalankan implementasi tanggung jawab sosial harus diakhiri dengan adanya evaluasi tanggung jawab sosial. Evaluasi tanggung jawab sosial adalah salah satu langkah untuk pencapaian suatu tujuan perusahaan. Tanggung jawab sosial membutuhkan evaluasi dalam rangka perbaikan dimasa depan dan sekaligus menentukan tingkat pencapaian kinerja aktivitas sosial yang telah dilakukan dan juga sebagai pencapaian tujuan program yang telah dilakukan serta apakah terdapat penyimpangan dan persoalan yang membutuhkan tindakan koreksi.

Secara garis besar, evaluasi program *Public Relations* dikategorikan menjadi dua bagian. Yakni evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses yakni untuk mengetahui apakah program-program yang dijalankan oleh suatu instansi dapat berjalan dengan baik, berkesinambungan dan efektif. Dan biasanya evaluasi proses ini dilakukan dalam jangka pendek saja, misalkan evaluasi program yang dijalankan dalam hitungan bulan. Evaluasi hasil yakni yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk mengetahui hasil dan melihat dampak yang ditimbulkan oleh program-program yang dijalankan oleh perusahaan terkait⁸.

b. Results Chain⁹

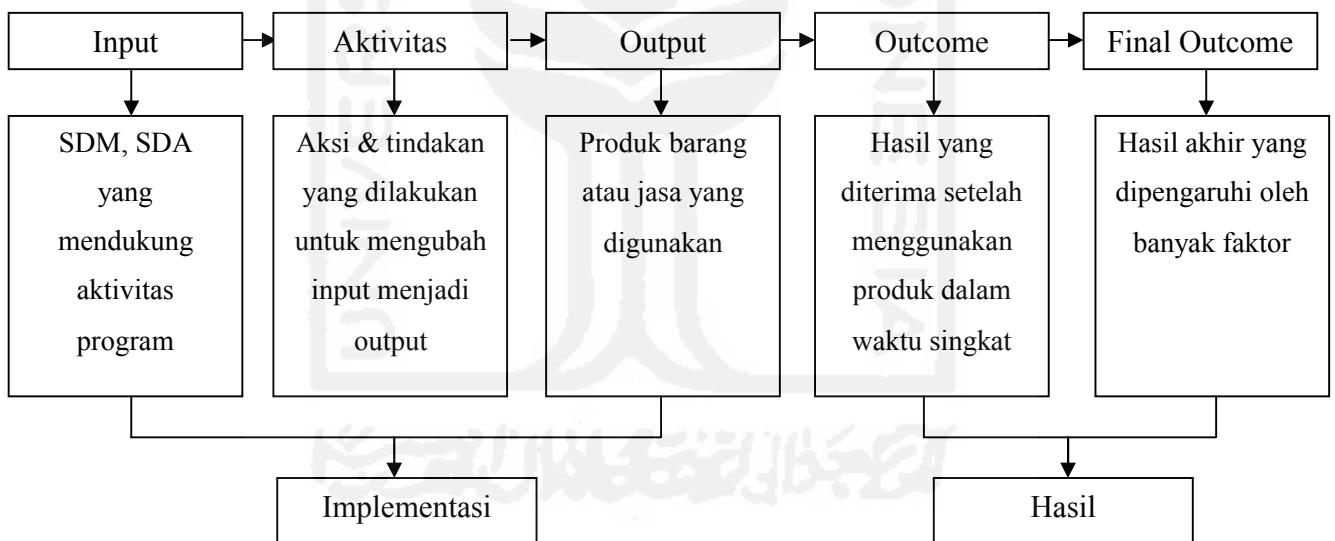
Results Chain merupakan kajian mengenai rantai hasil terhadap suatu proyek yang dimana hal tersebut dapat dilihat dari beberapa komponen penting dalam melakukan evaluasi. Komponen tersebut terdiri dari proses input, aktivitas, output, outcome dan final outcome. Komponen kelima tersebut dapat mendefinisikan tujuan akhir yang jangka panjang dan juga bertanggung jawab untuk mengetahui dampak salah satu proyek. Dan dapat disimpulkan mengenai komponen rantai hasil sebagai berikut :

1. Input : Bagian dari sumber daya yang akan digunakan yang didalamnya termasuk staff dan keuangan (budget).

⁸ Drs. Elvinaro Ardianto, M.Si, *Public Relations "Pendekatan Praktis untuk Menjadi Komunikator, Orator, Presenter, dan Juru Kampanye Handal"*, (Bandung: Widya Padjadjaran), hal 116-117.

⁹ Paul J. Gertler, *et al.*, *Impact Evaluation In Practice* (Washington DC: World Bank, 2010), hal 42-44

2. **Aktivitas** : Aksi dan tindakan yang dilakukan untuk mengubah input menjadi output.
3. **Output** : produk barang atau jasa yang sifatnya nyata yang dihasilkan dari proses aktivitas.
4. **Outcome** : Hasil yang akan diterima ketika setelah menggunakan produk baik berupa jasa atau barang. Dan proses tersebut dapat dicapai dalam jangka waktu singkat.
5. **Final Outcome** : Merupakan hasil akhir yang dipengaruhi oleh banyak faktor dan diterima dalam waktu jangka panjang.



Bagan 1.1 Implementasi Results Chain

Secara garis besar, dalam penelitian ini menggunakan teknik Results Chain. Sesuai bagan yang sudah dipaparkan sebelumnya, dapat dijelaskan lebih detail mengenai penelitian ini sebagai berikut :

1) Input

Pelaksanaan suatu program CSR PT Indonesia Power ini dilakukan dengan adanya pemasukan dana yang dikhususkan untuk pelaksanaan CSR kepada masyarakat sekitar perusahaan. Dan tidak hanya dengan adanya pemasukan dana saja, namun pelaksana dari pihak SDM baik internal maupun eksternal perusahaan juga harus mendukung penuh kegiatan tanggung jawab sosial ini.

Perihal mengenai pemasukan dana yang dikhususkan dalam kegiatan CSR ini biasanya diperoleh dari laba atau profit perusahaan terkait dengan produk yang sudah dikeluarkan. Didalam input ini dilakukan proses perencanaan mengenai kegiatan yang akan dilakukan oleh pihak Comdev PT Indonesia Power. Perencanaan ini dilakukan agar kegiatan CSR dapat langsung terkena dampaknya oleh penerima manfaat.

2) Aktivitas

Aktivitas dalam hal ini merupakan proses yang dilakukan untuk mengubah input menjadi output. Aktivitas ini biasanya meliputi pelaksanaan program atau kegiatan CSR yang sudah direncanakan sebelumnya. Dan beberapa hal yang melatar belakangi program terkait. Perusahaan Indonesia Power harus mampu memberikan program yang sesuai dengan kebutuhan

masyarakat sekitar. Karena dengan hal ini, program yang dilaksanakan dapat diukur mengenai bagaimana kegiatan yang akan berjalan dengan baik atau tidak.

Aktivitas ini merupakan bagian dari proses tindakan dan komunikasi yang diimplementasikan secara langsung kepada masyarakat terkait dengan program yang akan dilaksanakan.

3) Output

Output yakni suatu hasil produk dari proses pelaksanaan program yang telah dilaksanakan dan merupakan produk yang dihasilkan dari kegiatan input menjadi output yang nyata. Dari proses pelaksanaan kegiatan CSR akan menimbulkan beberapa hasil yang meliputi produk atau barang yang digunakan. Dalam hal ini berfokus pada kegiatan CSR PT Indonesia Power yakni pemberdayaan masyarakat yang meliputi Mitra Binaan. Terlihat dari adanya kelompok Mitra Binaan ini, yang nantinya akan memberikan proses hasil sementara yakni terciptanya produk bahan pangan yang dikeluarkan oleh kelompok tersebut.

Hal ini dikarenakan adanya proses aktivitas yang terjadi dengan baik. Hasil produk tersebut dapat diperjual belikan hingga nantinya akan terjadi proses perputaran ekonomi dan dapat dikatakan hal ini sebagai simbiosis mutualisme yang dimana baik pihak perusahaan maupun kelompok Mitra Binaan sama-sama memberikan keuntungan.

4) Outcome

Outcome merupakan hasil yang diterima setelah menggunakan produk atau jasa dalam waktu singkat dan hasil yang sudah tersedia dengan populasi atau masyarakat yang sudah ditargetkan. Artinya proses kegiatan CSR yang dilakukan PT Indonesia Power yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat Mitra Binaan ini bersifat hasil yang dalam jangka waktu singkat. Hasil ini biasanya akan dirasakan oleh masyarakat itu sendiri sebagai sisi penerima manfaat.

Pemberdayaan masyarakat ini meliputi pemberian pelatihan usaha-usaha kecil rumahan. Dan dapat dilihat dengan dibentuknya mitra binaan ini dapat menciptakan beberapa masyarakat yang pintar dalam pengolahan limbah bahan bekas dan bahan makanan. Dapat dikatakan juga hasil dari proses outcome ini tergantung dari interaksi antara pihak instansi dan pihak penerima manfaat itu sendiri.

5) Final Outcome

Hal ini merupakan hasil akhir yang diketahui oleh pihak perusahaan terkait dengan program CSR terutama pada program pemberdayaan masyarakat. Hasil ini diketahui apabila perusahaan sudah melakukan evaluasi dini pada proses outcome. Hasil akhir atau tujuan akhir dari pelaksanaan suatu program dapat bersifat jangka panjang. Final outcome ini juga dapat mengalami perubahan mengenai hasil akhir yang dapat dilihat dengan banyaknya faktor. Dan hal ini juga akan menjadi tolak ukur atau alat

ukur terkait dengan keberhasilan program dan keefektivannya mengenai program yang dilaksana dapat terkena dampak positif kepada masyarakat atau penerima manfaat.

Results Chain ini juga memiliki tiga point penting untuk mendukung dari kelima komponen yang sudah dipaparkan sebelumnya yakni terdiri dari :

1. Implementasi : Rancangan kerja yang sudah disiapkan atau diwujudkan yang termasuk kedalam input, aktivitas dan output. Bagian ini merupakan bagian atau area yang bisa dimonitor secara langsung dan dapat dijadikan sebagai alat ukur pelaksanaan proyek atau program.
2. Results / hasil : Hasil yang diharapkan yang terdiri dari outcome dan final outcome. Yang mana dua hal tersebut tidak dapat dikendalikan secara langsung. Dan hal itu tergantung dari perubahan-perubahan dari sisi penerima manfaat. Dengan kata lain results atau hasil ini tergantung dari interaksi dari pihak instansi dan pihak terkait atau penerima manfaat. Hal tersebut merupakan area untuk mengevaluasi dampak untuk mengukur efektivitasnya.
3. Asumsi dan resiko : Termasuk semua bukti dari literature tentang logika sebab akibat yang sudah diusulkan dari berbagai asumsi-asumsi yang merujuk pada pelaksanaan program-program yang menyerupai.

Dan resiko-resiko yang dapat mempengaruhi hasil yang diharapkan dan strategi-strategi untuk mengurangi resiko tersebut.

c. *Standard International CSR ISO 26000*

CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempatan. Secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para strategic-stakeholdersnya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah pengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya.

Dan dengan adanya hal tersebut, sebagai perusahaan besar yang tujuan utamanya ialah mempedulikan kesejahteraan masyarakat sekitar, perusahaan atau instansi harus dapat membuat program CSR sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Hal ini harus diiringi dengan adanya kesiapan perusahaan terhadap program-program yang akan dilakukan baik itu dari proses perencanaan hingga tahapan hasil akhir begitu juga pencapaian keberhasilan yang dituju. Agar pencapaian tersebut dicapai dengan sesuai

targetnya, maka perusahaan khususnya Indonesia Power UBP Suralaya harus mengikuti pedoman evaluasi Standard International CSR ISO 26000.

ISO (International Organization for Standardization) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim (working group) yang membidani lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility. Pengaturan untuk kegiatan ISO dalam tanggungjawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa SR adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu organisasi. ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju.

Dalam pelaksanaannya, suatu perusahaan diharuskan untuk melakukan seluruh subjek inti tetapi tidak semua isu yang terdapat dalam subjek inti tersebut harus diidentifikasi oleh perusahaan. Berikut ini merupakan subjek-subjek inti yang harus dilakukan perusahaan atau instansi untuk mengevaluasi ataupun membuat rangkaian kegiatan tanggung jawab sosial :

1. Konsep dan waktu yang mendukung kegiatan tanggung jawab sosial.
2. Latar belakang dan karakteristik tanggung jawab sosial.
3. Adanya praktik yang mendukung kegiatan tanggung jawab sosial.

4. Subjek inti dan isu tanggung jawab sosial.
5. Mengintegrasikan, mengimplementasikan, mempromosikan tindakan atau kegiatan tanggung jawab sosial melalui kebijakan dan praktik dalam ruang lingkup pengaruhnya.
6. Mengidentifikasi dan mempererat hubungan dengan stakeholders.
7. Mengkomunikasikan segala informasi yang mendukung kegiatan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan sosial responsibility hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup 7 isu pokok diatas. ISO 26000 menerjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para stakeholder, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional dan terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

F. Metode Penelitian

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian mengenai evaluasi program CSR ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Pada paradigma konstruktivisme ini, yang dimana realitas sosial yang bersifat unik, tidak ada hukum sebab-akibat yang pasti. Hukum tersebut yakni hukum dalam realitas sosial yang bersifat general. Paradigma konstruktivisme juga dapat dikatakan sebagai pembelajaran yang bersifat generatif yakni tindakan mencipta sesuatu makna dari apa yang dipelajari. Dan pada penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung dan terperinci kepada pelaku responden sehingga peneliti mampu merincikan dan memperoleh pemahaman dalam kehidupan sehari-hari terkait dengan data yang diperoleh.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang dimana pada metode kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi pada perilaku manusia dan menafsirkan makna dari suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pada pendekatan kualitatif ini terutama pada pengumpulan data yakni dilakukan karena adanya suatu latar alamiah dengan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian mengenai Evaluasi Program CSR pada Divisi *Community Development* PT Indonesia Power UBP Suralaya membutuhkan waktu 2 bulan dan penelitian berlokasi di kantor PT Indonesia Power UBP Suralaya Jl Komplek Suralaya, Merak. Cilegon-Banten.

3. Narasumber Penelitian

Narasumber dari penelitian ini mencakup kebijakan dan staff Divisi *Community Development* pada Bidang Pemberdayaan Masyarakat PT Indonesia Power UBP Suralaya yang secara langsung mengelola kegiatan program Tahunan Mitra Binaan, yakni:

- a. Joko Mulyono, Supervisor Komunitas & Humas (Comdev) PT Indonesia Power UBP Suralaya.
- b. Nandang Mulyani, kelompok Mitra Binaan kerajinan tangan berbahan limbah RT.
- c. Aziz Sulistiawati, kelompok Mitra Binaan makanan olahan pisang menjadi keripik pisang.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yang dalam hal ini, bertujuan untuk memperoleh data informasi yang berkaitan dengan penelitian yang

sedang dilakukan dengan menggunakan dua macam data yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dengan cara :

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu bentuk data primer yang digunakan oleh peneliti dalam memperoleh data dari perilaku informasi. Wawancara memiliki definisi yaitu salah satu bentuk komunikasi anatar dua orang, melihatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara yang dilakukan dalam hal ini berfokus kepada para praktisi dibidang kegiatan sosial dala, bentuk tanggung jawab perusahaan (CSR), Divisi *Community Development*, serta departemen-departemen perusahaan yang terkait terhadap kegiatan yang berkaitan dengan Evaluasi Program CSR PT Indonesia Power UBP Suralaya.

Peneliti melakukan wawancara secara langsung dan berfokus kepada pelaku responden tentang penelitian ini. Dan tentunya dengan menggunakan teknik wawancara dengan menggunakan dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya oleh peneliti. Dengan menggunakan teknik wawancara dan dengan diajukannya pertanyaan-pertanyaan kepada pelaku responden diharapkan peneliti dapat memperoleh data informasi secara mendalam terkait dengan jawaban-jawaban yang dikeluarkan oleh pelaku responden.

Wawancara yang dilakukan dapat berupa wawancara secara mendalam yang dalam hal ini dapat dikatakan sebagai wawancara yang tak terstruktur yang dimana peneliti dapat melakukan wawancara secara intensif terhadap pelaku responden. Dan dalam hal ini wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pelaku responden bersifat luwes dan tentunya peneliti dapat merubah daftar pertanyaan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pada saat wawancara. Teknik wawancara dapat dilakukan: (1) dengan tatap muka (*face to face interviews*) dan (2) melalui saluran telepon (*telephone interviews*).

Peneliti melakukan wawancara kepada responden untuk mengambil data mengenai implementasi program CSR Mitra Binaan PT Indonesia Power dalam hal latar belakang kegiatan, perencanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, evaluasi kegiatan serta faktor-faktor pendukung dan penghambat pada kegiatan tersebut.

2. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh peneliti yakni dengan mengadakan kunjungan langsung dan pengamatan langsung terhadap obyek terkait dengan penelitian ini yaitu PT Indonesia Power UBP Suralaya. Observasi memiliki tujuan yaitu untuk memahami suatu cara hidup dari pandangan orang-orang yang terkait didalamnya. Setiap observasi memiliki bentuk derajat keterlibatan si peneliti baik melalui orangnya maupun melalui kegiatan yang diamati. Dan juga melakukan pengamatan dari pelaksanaan program hingga akhir program secara langsung terkait dengan kegiatan Mitra Binaan terutama kepada peserta yang menerima program tersebut.

3. Dokumen

Dokumen merupakan bahan atau data yang dibutuhkan dalam bentuk tulisan maupun tidak yang diperlukan oleh peneliti untuk menunjang penelitian yang dilakukan. Dokumen yang dibutuhkan dapat berupa agenda perusahaan, laporan akhir tahun CSR, surat kabar, dan dokumen lainnya. Dokumentasi kegiatan berupa foto terkait dengan program yang dituju juga merupakan sumber data peneliti. Data-data yang diperoleh dari dokumen perusahaan ini dapat memberikan kesesuaian data yang sudah dimiliki oleh peneliti. Data yang dikumpulkan oleh peneliti merupakan data yang benar-benar terjadi.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang digunakan sebagai pelengkap penelitian. Data yang dilakukan yakni dapat berupa buku-buku ataupun bahan jurnal yang berhubungan dengan penelitian yang dituju yang dimana sebagai pedoman pelengkap dalam penelitian ini.

Selain itu, dapat juga berupa laporan atau dokumen yang terkait dengan PT Indonesia Power UBP Suralaya. Dokumentasi kegiatan yang terkait juga merupakan data sekunder sebagai kebenaran data yang diperoleh melalui responden yang dipercaya akan hasil kebenaran data tersebut yang nantinya akan dijabarkan pada setiap pendokumentasian yang dilakukan.

5. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dibutuhkan beberapa hal penting yang diperlukan dalam menyajikan data dan memperoleh data yang dimana dalam menyajikan data tersebut mengarah kepada pendekatan kualitatif yang berupa wawancara, observasi dan studi pustaka. Dan dalam hal ini meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Analisis data dilakukan setiap saat pengumpulan data dilapangan secara berkesinambungan. Hal ini diawali dengan proses klarifikasi data agar tercapai keabsahannya.

Data yang diambil dapat berupa suatu gambaran atau informasi tentang suatu peristiwa atau objek tertentu yang nantinya akan dikaji dan data tersebut juga harus berhubungan dengan peristiwa faktual dan realistik¹⁰.

Penelitian kualitatif bersifat pemberian (deskriptif), artinya mencatat secara teliti segala gejala atau fenomena yang dilihat dan didengar serta dibacanya baik berupa data dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen, catatan atau memo dan peneliti juga harus membandingkan, mengkombinasikan, mengabstrasikan, dan juga peneliti mampu menarik kesimpulan¹¹.

Dalam proses analisis data, peneliti harus mampu menelaah semua data yang diperoleh dan setelah itu langkah berikutnya yakni peneliti melakukan reduksi data yang dilakukan dengan proses abstraksi. Proses abstraksi ini merupakan proses yang dimana peneliti harus membuat kerangka data yang didalamnya terdiri dari kerangka

¹⁰ Burhan, Bungin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Raja Garfindo Persada) hal 154.

¹¹ Burhan, Bungin. *Ibid.*, hal 93

inti, proses yang dikemudian dilanjutkan dengan menyusun satuan data dengan dilakukan proses pemberian kategori hingga menjadi suatu data yang utuh.

Hingga menjadi proses data yang memiliki keabsahannya, dilakukan proses analisis data sebagai berikut :

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti berupa hasil dari wawancara, observasi dan berbagai dokumen yang mengarah kepada pengumpulan informasi dari pelaku responden. Responden yang diambil yakni diambil dari segi program kegiatan CSR pada PT Indonesia Power UBP Suralaya.

b. Reduksi data

Dalam hal ini dilakukan dengan cara pengamatan dan wawancara langsung. Reduksi data merupakan tahapan analisis dan suatu hasil dari wawancara peneliti yang dilakukan kepada pelaku responden yang dimana merupakan adanya pemilahan dan pemusatan data. Dalam hal reduksi data ini, peneliti harus dapat memilih hasil wawancara yang dianggap penting dan hasil wawancara yang tidak dianggap penting dapat dibuang dan sisihkan. Dan peneliti harus membuat koding atau proses pemberian kategori yang dimana memberikan kode pada setiap hasil jawaban wawancara dari pelaku responden.

c. Penyajian data

Dalam penyajian data ini dilakukan setelah peneliti melakukan reduksi data. Yang dimana dapat diketahui dari hasil reduksi data dengan menggunakan proses koding atau kategori yang telah dibuat oleh peneliti. Penyajian data ini dapat memberikan informasi kepada peneliti terhadap data yang dilakukan dengan melihat fenomena-fenomena yang terjadi pada saat wawancara. Dan dapat menemukan hasil data yang sudah dipilah sebagai penyajian data.

d. Penarikan kesimpulan

Pada hal ini peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang dimana berasal dari pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data yang dapat memberikan kesimpulan dan pandangan kepada peneliti dalam hal menarik kesimpulan terkait dengan data yang sudah dilakukan oleh peneliti.

Kesimpulan dalam hal ini belum dapat dikatakan sebagai kesimpulan final dari hasil penelitian ini, hanya saja peneliti harus mampu menarik kesimpulan dari data yang diperoleh saja sehingga peneliti dapat mengetahui apa saja yang terjadi dan dapat melihat pola-pola fenomena yang terjadi.

e. Validitas Data

Dalam proses ini peneliti menggunakan teknik analisis triangulasi. Triangulasi digunakan sebagai gabungan data atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti dapat

menggunakan data yang direkam dan dicatat melalui teknik pengamatan langsung dan wawancara mendalam yang tidak terstruktur.

Teknik triangulasi yang digunakan oleh peneliti yakni dengan menggunakan analisis triangulasi sumber data. Teknik tersebut digunakan untuk menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya melalui wawancara dan observasi, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, tulisan pribadi dan foto. Dari masing-masing cara tersebut akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda yang selanjutnya memberikan pandangan yang berbeda pula untuk mengetahui fenomena yang diteliti.

