

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Penelitian ini dilakukan untuk mengamati penerapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. Paragon Innovation & Technology. Peneliti mengambil fenomena *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikarenakan, di Indonesia program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di dukung penuh oleh pemerintah dan juga beberapa peraturan yang mewajibkan tentang diadakannya program CSR. Simbiosis itu muncul karena masyarakat dan perusahaan saling menghargai satu dengan yang lain, di satu sisi masyarakat dapat menerima eksistensi perusahaan, di sisi lain perusahaan selain mencari profit juga memiliki pengabdian pada masyarakat. Selain itu pengambilan fenomena CSR disebabkan munculnya Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin, dalam pasal 36 ayat 1 “Sumber pendanaan dalam penanganan fakir miskin, meliputi: c. dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan. Diperjelas dalam ayat 2 Dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf digunakan sebesar-besarnya untuk penanganan fakir miskin.apabila diamati peraturan tersebut secara jelas menerangkan bahwa perusahaan, memiliki porsi tersendiri dalam menanggulangi masalah kemiskinan.

Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum tanggung jawab dunia usaha dalam penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial merupakan salah satu aturan yang lain tentang CSR. Melihat betapa pentingnya CSR, pemerintah memberikan rekomendasi dibentuknya wadah di tingkat daerah yang khusus menangani CSR.

Peneliti memilih pembatasan penelitiannya pada implementasi CSR dikarenakan, sisi pentingnya serta indikasi adanya penyimpangan maksud utama dari CSR. Menurut Ernawan (2014) perusahaan dalam melakukan CSR tidak secara penuh didasari karena perwujudan pengabdian kepada masyarakat, pengabdian tersebut merupakan wujud bantuan dengan maksud tertentu. Maksud tersebut meliputi bantuan, iklan, pengurangan pajak, dan stabilitas perusahaan. Selain itu juga disebabkan penelitian terdahulu dari Oktavia (2015) serta Herlinda, Deasy dan Erlin (2015) hanya berfokus pada persepsi masyarakat. Dimana motif perusahaan secara langsung serta dampaknya bagi perusahaan belum diteliti.

Pada saat ini korporasi menyadari bahwa CSR menjadi bagian penting dalam bagian operasional sebuah perusahaan. Dalam menerapkan CSR diperlukan kerja sama dari seluruh bagian perusahaan. Kebijakan penting tentang K3, penerapan emisi yang bersahabat dengan lingkungan dan kebijakan yang lain memihak pada lingkungan merupakan kebijakan korporasi yang sangat tepat. Kebijakan terkait masyarakat, kebijakan

korporasi tentang kesejahteraan masyarakat menjadi satu poin yang penting, ketika menerapkan CSR (Azwar, 2011).

. Keberlangsungan industrialisasi yang pesat mendorong pemerintah menjalankan UU Perseroan Terbatas pasal 74 mengatur mengenai *Corporate Social Responsibility* atau sering disebut CSR. Berlakunya CSR inilah yang akan meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar perusahaan. Konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap berbagai sektor pembangunan masyarakat di sekitar perusahaan.

Pada saat ini korporasi melihat CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai jaminan bagi korporasi dalam meraih profit. Oleh karena itu korporasi dalam melaksanakan CSR tidak lagi memiliki pemikiran yang negatif. Hal ini menjadikan korporasi berlomba untuk menerapkan CSR pada perusahaannya (Meita, 2011)

Sedangkan, pengertian CSR menurut H.R Bowen (Solihin. I, 2011: 1) kepentingan lingkungan merupakan tujuan utama dari perusahaan, sehingga dalam menjalankan perusahaan harus sesuai dengan nilai-nilai tersebut. Pengertian tersebut menjadi arah dalam menerapkan CSR. Kebijakan korporasi dalam menerapkan CSR telah menjadi sebuah atura yang wajib dalam Undang-undang. Penanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Pasal 1 angka 3 :

“Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Kemudian Pasal 74, menyatakan:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah. (Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, No 106 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756)

Melalui Undang-Undang ini, industri atau perusahaan dan masyarakat wajib untuk melaksanakannya sebagai upaya mendorong stabilitas hak dasar kebutuhan masyarakat ([www.jdih.kemenkeu.go.id](http://www.jdih.kemenkeu.go.id),2017) .

Pada praktiknya, pelaksanaan CSR diserahkan secara penuh kepada perusahaan. Perusahaan diberikan kreatifitas untuk menentukan programnya. Saat ini berbagai program di bidang pembangunan, pemberdayaan, pelatihan dan pendidikan telah bermunculan.

Daalam penerapannya tolok ukur keberhasilan menjadi penting. Untuk melihat tolok ukur keberhasilan diperlukan penetapan tujuan yang di implementasikan dengan perencanaan dan evaluasi (Irwanto 2009).

Stakeholder internal dan eksternal diperlukan dalam melakukan penilaian hasil kerja. Pengamatan hasil kerja merupakan evaluasi yang harus dilakukan perusahaan.

PT. Paragon Technology And Innovation (PTI) merupakan salah satu dari sebagian besar perusahaan yang melaksanakan CSR. Kecantikan merupakan lini utama operasional perusahaan ini. Produk ternama perusahaan ini ialah Wardah kosmetik, pangsa pasar utama brand ini adalah wanita muslimah.

Selain itu peneliti mengambil obyek penelitian PT Paragon Technology And Innovation (PTI) karena perusahaan menunjukkan keseriusannya dalam melakukan CSR dengan mencantumkan CSR sebagai salah satu tujuan perusahaan pada Misi perusahaan. Pemberlakuan program CSR oleh pemerintah dilakukan sebagai upaya mendukung pembangunan kesejahteraan masyarakat, khususnya daerah tertinggal (Herdiyansah,2019).

Selain itu obyek penelitian ini diambil karena, PT Paragon Technology And Innovation (PTI) melakukan CSR dengan membangun sarana pendidikan yang berbasis Islam (MTS) di lingkungan masyarakat yang sebagian besar merupakan pemeluk agama non muslim. CSR tersebut berjalan lancar dan masyarakat sekitar dapat menerima program tersebut. Peneliti merasa perlu menggali bagaimana proses komunikasi yang dijalankan PT Paragon Technology And Innovation (PTI) terhadap

masyarakat sekitar sehingga masyarakat bisa memunculkan toleransi keagamaannya.

Salah satu program CSR PT. Paragon Technology And Innovation (PTI) ialah pendirian sekolah Madrasah Tsanawiyah Insan Cita Moru di Desa Pailelang, Kecamatan Alor Barat Daya, Kabupaten Alor, Nusa Tenggara Timur. Program Tepian Negeri yang dijalankan oleh Wardah ini bertujuan untuk melakukan pemberdayaan pendidikan masyarakat Kabupaten Alor yang masih tertinggal dalam pendidikan. Program tepian negeri melahilkan program CSR dalam bentuk pendirian MTS Insan Cita Moru (<https://archive.act>)

Berdasarkan ketetapan pemerintah Jokowi tahun 2015-2019, Kabupaten Alor, NTT ditetapkan sebagai daerah tertinggal. Penetapan itu tertuang dalam Peraturan Presiden (perpres) Penetapan Daerah Tertinggal Tahun 2015–2019. (<https://news.detik.com/berita>)

Berdasarkan penetapan pemerintah, Wardah berinisiatif mendirikan sekolah MTS Insan Cita Moru sebagai upaya pelaksanaan program CSR PT. Paragon Technology And Innovation (PTI). Kepedulian Wardah menjalankan program CSR dalam bidang pendidikan dilatarbelakangi oleh ketertinggalan pendidikan di perbatasan negeri Kabupaten Alor, Nusa Tenggara Timur. Landasan Wardah diperkuat oleh Nasrudin Kinanggi, tetua Moru yang juga pewaris tahta kerajaan Kui alor barat mengatakan :

(<https://www.kompasiana.com/yayasanaksicepattanggap>) ;

“Masyarakat mengharapkan turun tangannya pemerintah untuk membangun sekolah, akan tetapi masih belum maksimal. Saat ini untuk memberikan kenyamanan kepada siswa, sekolah yang memadai sedang dibangun.”

Tanggung jawab dan kepedulian PT ParagonTechnology And Innovation (PTI) terhadap peningkatan SDM masyarakat dalam bentuk program CSR menarik peneliti untuk mengkaji lebih lanjut. Sedikitnya peran CSR perusahaan di dalam bidang pendidikan dan banyaknya bentuk program CSR karikatif, menjadi persoalan implementasi CSR secara keberlanjutan bagi masyarakat. Dasar dari persoalan tersebut muncul karena berdasarkan data di beberapa kabupaten dan kota dari 400 industri yang ada 31 persen saja yang memberikan CSR nya sebagian besar pada dunia pendidikan ([www.kabarbanten.com](http://www.kabarbanten.com), 2018). Hal tersebut didukung dengan fakta penelitian bahwa korporasi yang menerapkan CSR dalam bidang fisik mendapatkan nilai tambah dalam profit penjualan produknya. Lebih dari 50% masyarakat mempertimbangkan beralih produk yang memiliki *image* baik (Asyari, 2009). Hal ini menjadi dasar perusahaan lebih tertarik pada program CSR pembangunan. Mengkaji latar belakang tersebut, peneliti menginginkan riset lebih mendalam dan menjelaskan praktik yang sebenarnya tentang **“Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Paragon Innovation & Technology.**

Penting untuk melihat sejauhmana implementasi dari program pengembangan masyarakat (*Community Development*) dalam kaitannya dengan partisipasi seluruh stakeholder yang pada akhirnya membawa dampak bagi komunitas perdesaan. Pada dasarnya keberhasilan suatu program CSR, salah satunya berkaitan dengan bagaimana program CSR tersebut dapat berpengaruh secara signifikan dan pada akhirnya membawa dampak positif terhadap kehidupan komunitas disekitar wilayah.

Proses komunikasi menjadi penting dalam pelaksanaan CSR karena Komunikasi merupakan salah satu alat yang dapat berperan penting dalam mengoptimalkan pemberdayaan. Kegiatan pemberdayaan masyarakat perlu dikomunikasikan dengan baik dan benar. Beberapa penelitian program CSR dengan tujuan pemberdayaan adalah sebagai berikut; (1) Hasil penelitian implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Sumaryo, 2009).

Selain itu komunikasi juga dapat digunakan sebagai alat untuk membangun citra positif perusahaan. Kotler (2005: 90) mengungkapkan bahwa citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Citra berkaitan erat dengan suatu penilaian, tanggapan, opini, kepercayaan publik, asosiasi atau simbol-simbol tertentu terhadap suatu perusahaan. Citra tersebut dapat bersifat positif atau negatif. Moore (2004:17) menyatakan terdapat beberapa jenis citra (*image*), yakni:



citra bayangan (*mirror image*), citra yang berlaku (*current image*), citra yang diharapkan (*wish image*), citra majemuk (*multiple image*), serta citra perusahaan (*corporate image*).

Citra perusahaan berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana citra perusahaan yang positif lebih dikenal dan diterima oleh publiknya mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing dan berkaitan dengan kegiatan tanggungjawab sosial yang dilakukan (Ardianto, 2007: 137)

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menjadi penting dan menarik karena melihat sejauhmana implementasi pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT Paragon Inovation & Technology, dimana PT Paragon Inovation & Technology melakukan sebagian besar CSR di bidang pendidikan.

Selain itu peneliti ingin mengamati secara mendalam bagaimana PT Paragon Inovation & Technology menerapkannya di masyarakat serta melihat bagaimana program CSR yang dilakukan PT Paragon Inovation & Technology tersebut dapat membawa dampak positif terhadap masyarakat. Peneliti juga mengamati bagaimana komunikasi yang dilakukan PT Paragon Inovation & Technology terhadap masyarakat sekitar dalam membangun MTS Insan Cita Moru, dimana MTS tersebut didirikan di tengah masyarakat yang beragama non muslim.

Selain itu Hal ini tidak lepas dari referensi serta gambaran dari penelitian terdahulu yang telah dijelaskan. Adapun hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti akan meneliti tentang Penerapan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Paragon Innovation & Technology Pada Program Pendirian Sekolah di Kabupaten Alor, Nusa Tenggara Timur.

*Pertama* penelitian tentang Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Bidang Pendidikan Bank Rakyat Indonesia. Penelitian ini dilakukan oleh Oktavia (2012. penelitian ini menggunakan data kuesioner (wawancara tidak langsung) dengan metode deskriptif kualitatif. Meneliti CSR yang dilakukan Bank Rakyat Indonesia Padang Terhadap Masyarakat Pasar Baru, Kelurahan Cupak Tengah, Kecamatan Pauh tersebut memberikan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan BRI belum secara maksimal disosialisasikan kepada masyarakat. Kejadian ini terjadi karena pelibatan masyarakat dalam pelaksanaannya sangat minim.

Kedua, penelitian tentang Implementasi program CSR (*Corporate Social Responsibility*) perihal penelitian yang hendak dilakukan, dimana pelaksanaan program CSR adalah fokus utama dalam mengevaluasi apakah berjalan efektif dan berjalan sesuai dengan program yang telah direncanakan. Khususnya penelitian ini hendak mengkaji terkait sumbangan CSR di bidang pendidikan pendirian sekolah MTS Insan Cita Moru yang

secara tidak langsung telah memberi pengaruh peningkatan kualitas (mensejahterakan) masyarakat dan potensi ekonomi masyarakat.

Persamaan penelitian ini ialah perihal penelitian yang hendak dilakukan, dimana pelaksanaan program CSR sebagai fokus utama dalam mengevaluasi apakah berjalan efektif dan berjalan sesuai dengan program yang telah direncanakan. Khususnya penelitian ini hendak mengkaji terkait sumbangan CSR di bidang pendidikan pendirian sekolah MTS Insan Cita Moru yang secara tidak langsung telah memberi pengaruh peningkatan kualitas (mensejahterakan) masyarakat dan potensi ekonomi masyarakat.

Perbedaan penelitian ini ialah pada metode pengumpulan data serta hasil yang didapatkan, dimana hal tersebut yang memacu peneliti untuk meneliti tentang implementasi CSR, dimana perbedaan lain dari penelitian sebelumnya adalah perbedaan obyek penelitian yaitu PT. Paragon Innovation & Technology. Penelitian dari Dwi Triyanto mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Bidang Pendidikan PT. Hino Motors Sales Indonesia (PT. HMSI) lebih memunculkan peran CSR PT Hino Motors Sales Indonesia dalam upayanya memberikan kontribusi pelatihan-pelatihan dan dukungan buku melalui perpustakaan keliling. Upaya pelatihan-pelatihan sekolah-sekolah kejuruan yang terintegrasi dalam segmen perusahaan Hino khususnya otomotif. Perbedaan dalam penelitian ini dengan CSR Hino ialah CSR Wardah lebih mengoptimalkan peran social pendidikan di daerah

tertinggal, sedangkan CSR Hino lebih mengoptimalkan peran CSR dalam pola *Link and Match*. Peran CSR perusahaan memiliki orientasi dan bentuk yang berbeda-beda, sesuai dengan program dan kebutuhan perusahaan serta kebutuhan social masyarakat sesuai peraturan Undang-Undang Perseroan Terbatas yang telah di atur.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Paragon Innovation & Technology pada pendirian sekolah MTS Insan Cita Moru di Kab. Alor NTT?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Paragon Innovation & Technology pada pendirian sekolah MTS Insan Cita Moru di Kab. Alor NTT.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang CSR khususnya tentang implementasi dan dampaknya bagi perusahaan, serta dapat dijadikan sumber tambahan pada penelitaian lanjutan..

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran khususnya mengenai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai tanggung jawab perusahaan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan tentang implementasi CSR di masa yang akan datang
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi rumusan pemerintah dalam mendorong perusahaan melakukan CSR.

#### **1.5 Tinjauan Pustaka**

##### **1.5.1 Konsep dasar *Corporate Social Responsibility***

Pada perjalanannya konsep CSR terus berkembang seiring dengan perjalanan waktu serta dipengaruhi faktor dari dalam dan luar perusahaan. Howard R. Bowen dalam (Carroll, 1999) mengemukakan pemikiran awal tentang CSR, dalam penelitiannya bowen menemukan dasar dari pengembangan CSR saat ini.

“Pengambil kebijakan perusahaan dalam membuat kebijakan, mengikuti tujuan dan nilai-nilai dalam masyarakat”. Bowen dalam (Carroll, 1999)

Berdasarkan pemikiran tersebut, peneliti menganggap bahwa hal tersebut merupakan dasar bagi korporasi dalam menentukan kebijakan perusahaan agar sesuai dengan norma masyarakat.

“Pengusaha dalam mengambil kebijakan, tidak hanya mempertimbangkan faktor profit saja”. (Solikin, 2011)

Jika diamati kalimat tersebut solikin memberikan penekanan bahwa perusahaan seharusnya tidak hanya mementingkan faktor keuntungan semata. Hal tersebut sesuai dengan maksud dari dicetuskannya program CSR.

Bidang yang berisikan pelaku korporasi dan akademisi dibentuk di Amerika pada tahun 1970, yang dinamakan CED. Lembaga ini mempunyai tugas untuk membuat regulasi tentang konsep CSR (Solihin, 2011: 20-21). Dalam pelaksanaannya CED memberikan sumbangan pemikiran konsep bahwa dalam menjalankan perusahaan, pemilik harus memperhatikan dua hal yaitu, tanggung jawab perusahaan untuk mendapatkan laba dan tanggung jawab perusahaan untuk memperhatikan kepentingan masyarakat. Untuk fungsi yang kedua dapat diperlihatkan dengan perusahaan memberikan perhatian pada sumberdaya alam dan sumber daya manusianya. Perhatian kepada sumber daya manusia dapat diwujudkan dengan menjamin kesehatan, keselamatan kerja, perlakuan yang sama tanpa membedakan, serta memberika informasi tentang produknya secara jelas kepada masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat fokus terhadap taanggung jawab perusahaan untuk meningkatkan ekonomi dan sosial.

J.A.C Hetherington (Mukti Fajar, 2010: 99-100) mengutip pendapat Owen D. Young, pendiri dan pimpinan dari *General Electric Corporation*, ada tiga pihak yang harus diperhatikan kepentingannya oleh perusahaan, yaitu :

*“That there are three groups of people who have an interest in that institution. One is the group of fifty-odd thousand people who have put their capital in the company, namely, its stockholders. Another is a group of well toward one hundred thousand people who are putting their labor and their lives into the business of the company. The third group is of customers and the general public. Customers have a right to demand that a concern so large shall not only do its business honestly and properly, but, further, that it shall meet its public obligations and perform its public duties”.*

Konsep tentang *sustainable development* muncul dalam kongres *The World Commission on Environment and Development* konsep tersebut menjelaskan bahwa

*“pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka”.*

Ide dari konsep tersebut meliputi :

1. Untuk melindungi lingkungan, kebijakan perusahaan yang berdampak buruk terhadap lingkungan harus diimbangi dengan pembangunan yang condong pada pelestarian alam.
2. Melindungi Sumber Daya Alam bagi generasi mendatang dalam kebijakan perusahaan untuk menjalankan bidang usahanya.

Perkembangan CSR menjadi semakin lebih maju dengan adanya konsep tersebut.

*The Organization for Economic Cooperation and Development*

(Sholihin, 2011: 28) merumuskan CSR sebagai berikut;

*“Kontribusi bisnis bagi pembangunan berkelanjutan serta adanya perilaku korporasi yang tidak semata-mata menjamin adanya pengembalian kepada pemegang saham, upah bagi para karyawan, dan pembuatan produk serta jasa bagi para pelanggan, melainkan perusahaan bisnis juga harus memberi perhatian terhadap berbagai hal yang dianggap penting serta nilai-nilai masyarakat”.*

*Indonesia Business Links* (Lako. A, 2011:45) juga merumuskan konsepsi tentang CSR, yang pada hakekatnya menekankan perlunya perusahaan menyelaraskan pencapaian ekonomi dengan tujuan sosial dan lingkungan dalam visi serta praktik bisnisnya. *Indonesia Business Links* merumuskan 5 pilar CSR yaitu :

- 1) Pengembangan SDM dan pemberdayaan masyarakat setempat
- 2) Memperkuat ekonomi komunitas di lingkungannya
- 3) Menjaga keharmonisan dengan masyarakat di sekitarnya
- 4) Mendorong *good governance*
- 5) Menjaga kelestarian lingkungan.

Perhatian kepada masyarakat secara umum, lingkungan internal dan lingkungan eksternal, pembangunan yang memperhatikan kerusakan alam, serta perhatian terhadap norma merupakan penjelasan konsep CSR yang dijelaskan di atas. Berdasarkan pemahaman tersebut CSR dapat diartikan sebagai kegiatan operasional perusahaan yang memperhatikan dampak



lingkungan dan nilai sosial masyarakat serta tidak lupa memperhatikan aspek sosial ekonomi masyarakat.

### **1.5.2 Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility (CSR)***

Pada saat ini melihat perkembangan dalam dunia usaha, pelaku usaha memiliki perhatian khusus pada lingkungan dan sosial ekonomi, dimana dalam melakukan kegiatan usahanya. Pelaku usaha tidak menginginkan kegiatan usahanya memiliki dampak buruk terhadap lingkungan. Lingkungan internal perusahaan meliputi pemilik saham, direksi dan pegawai perusahaan tersebut.

Menurut *Princes of wales foundation* dalam (Untung 2007:9), ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi (*CSR*) yakni:

*a) Human Capital*

*CSR* bertujuan agar masyarakat memiliki nilai lebih dalam kehidupannya.

*b) Environments*

Perusahaan berupaya hasil emisi perusahaannya tidak merusak lingkungan

*c) Good Corporate Governance*

Tata kelola perusahaan yang baik harus dilakukan perusahaan

*d) Social cohesion*

Perusahaan dalam melakukan pengabdian dilakukan dengan sama rata, tidak di beda-bedakan.

*e) Economic strength*

Perusahaan fokus pada peningkatan ekonomi .

Perusahaan dalam mempraktikkan *CSR* terbagi dalam beberapa kelompok. Keseriusan perusahaan dalam melakukan *CSR* dapat dilihat dalam kelompok tersebut. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan

dalam mengembangkan program CSR, dan dapat pula dijadikan cermin dan petunjuk untuk menentukan model CSR yang tepat (Suharto 2007). Menurut Untung (2007:7), berdasarkan kelompok perusahaan menurut implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat digolongkan menjadi empat macam perusahaan sebagai berikut:

1. Kategori hijau : perusahaan yang menganggap bahwa CSR merupakan kewajibannya, bukan sebagai beban.
2. Kelompok biru : perusahaan yang menilai CSR merupakan keuntungan jangka panjang.
3. Kelompok merah : CSR dipandang sebagai beban perusahaan yang mengurangi profit perusahaan. Perusahaan memperhatikan lingkungan karena ada tekanan..
4. Kelompok hitam : perusahaan yang menilai CSR merupakan program yang merugikan perusahaan, sehingga mereka tidak melakukannya.

### **1.5.3 Kategori Program CSR**

Kotlor dan Lee (2006) dalam (Solihin, 2011: 131) menyebutkan enam kategori program CSR. Keenam jenis program CSR adalah sebagai berikut :

#### *1) Cause Promotions*

Perusahaan dalam praktiknya menggerakkan kesadaran masyarakat terhadap lingkungannya, dengan semua sumber daya yang dimiliki perusahaan

#### *2) Cause Related Marketing*

Perusahaan memberikan sebagian keuntungannya untuk kegiatan sosial kemanusiaan

3) *Corporate Societal Marketing*

Perusahaan mencetuskan gerakan yang bersifat menyadarkan masyarakat.

Contoh: Budaya membuang sampah, imunisasi dll

4) *Corporate Philanthropy*

Perusahaan mengalokasikan dananya untuk lingkungan dalam bentuk bantuan. *Corporate philanthropy* biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

5) *Community Volunteering*

Perusahaan memberikan support pada rekanannya serta lingkungan internalnya untuk mengalokasikan kemampuannya untuk membantu masyarakat daerah yang menjadi sasaran CSR.

6) *Socially Responsible Business Practice*

CSR dilakukan perusahaan dengan landasan hukum yang kuat, baik itu peraturan maupun undang-undang

**1.5.4 Strategi CSR pada Perusahaan**

David (2009, 15) menjelaskan bahwa kemampuan untuk mencapai tujuan utama perusahaan baik jangka pendek maupun panjang perusahaan adalah definisi dari strategi. Pengertian strategi menurut Glueck dan Jauch (1989, 9) adalah kemampuan perusahaan untuk mengatur kegiatan operasional perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya.

Linda dan Jenny (2008) menyebutkan bahwa dalam menjalankan perusahaannya, strategi dibagi menjadi dua tahap yaitu pengembangan strategi dan implementasi.

- a) Tahap pertama pengembangan strategi diawali dengan: menentukan nilai (value) sebagai penggerak strategi terkait dengan misi, visi, dan sasaran yang diinginkan oleh perusahaan sehubungan dengan program yang akan dijalankan.
- b) Tahap selanjutnya adalah tahap implementasi strategi. Implementasi strategi dilakukan setelah menetapkan strategi yang akan dilaksanakan dengan mengacu pertimbangan awal.

Tahap implementasi strategi dilakukan melalui 2 tahap yaitu: Pelaksanaan dan pengawasan yang didalamnya termasuk aspek teknik pengawasan atas proses yang dijalankan dalam pengembangan strategi. Tahap terakhir adalah finalisasi yang didasarkan pada rasionalitas yang berorientasi terhadap hasil dengan pendekatan efisiensi dan efektivitas penggunaan sumberdaya yang ada (Purnomo, Setiawan dan Zulkiflimansyah, 1999)'.

Tata kelola yang transparan merupakan syarat utama perusahaan untuk melaksanakan CSR, dalam pelaksanaannya pemerintah menjadi salah satu komponen penting dalam melaksanakan CSR selain perusahaan dan masyarakat. Pemerintah menjadi penting karena pemerintah yang memiliki kontribusi untuk menciptakan regulasi serta mengawasi pemberlakuannya (Rees, 2006). Sistem tata kelola yang baik merupakan parameter yang

penting dalam menciptakan hubungan ekonomi, administrasi dan politik yang baik. (Lindgren, 2006).

Bidang ekonomi, pada praktiknya perusahaan dalam setiap pengambilan kebijakan perusahaan memperhatikan semua variabel ekonomi. Bidang politik mencakup semua proses pengambilan keputusan dalam bentuk penyusunan kebijakan, sedangkan bidang administratif mencakup sistem implementasi kebijakan di tingkat nasional dan regional. Dalam pelaksanaannya, agar ketiga hubungan itu tercapai, pemerintah dalam membuat regulasi harus memperhatikan pandangan dari seluruh aspek lapisan masyarakat. Apabila dalam setiap pengambilan keputusan tentang kondisi lingkungan, ekonomi dan sosial memperhatikan hal tersebut, maka akan tercapai sistem yang efisien dan efektif (Kuncoro, 2006).

Dalam menerapkan strategi pelaksanaan CSR agar sesuai tujuan perusahaan serta tidak melanggar regulasi, perusahaan perlu menerapkan proses kontrol. Proses kontrol terjadi ketika perusahaan memberikan laporan pertanggung jawaban atas semua kegiatannya. Hal ini penting karena dengan pertanggung jawaban yang baik, perusahaan dapat memberikan ukuran kegiatan berjalan baik atau tidak.

Perusahaan yang memiliki tata kelola yang baik dapat dipastikan memiliki sistem pertanggungjawaban yang baik pula. Sistem ini dibentuk karena perusahaan merasa bahwa mereka memiliki tanggung jawab kepada seluruh stakeholdernya. Diharapkan dengan tanggung jawab yang baik,

transparansi perusahaan terjaga, karena semua stakeholder dapat mengamati dan menila seluruh program yang dilakukan perusahaan. Kata kunci dalam melakukan sistem kelola yang baik dalam penjelasan di atas dapat diringkas menjadi tiga komponen utama, yaitu responsif, efisien dan efektif.

### **1.5.5 Komunikasi Dalam *Corporate Social Responsibility***

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *Communicatio* yang berarti pemberitahuan yang pertukaran, kata sifatnya *Communis* yang bermakna umum, bersama atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (Effendy, 2003:2;Wiryanto, 2005:6 ; Cangara,2013: 9 ;Mulyana, 2007: 41). Menurut, Everett M. Rogers dalam (Mulyana 2007: 151; Cangara 2012: 15), komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dimaksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Dance dan Larson dalam Vardiansyah (2004: 113) berpendapat komunikasi adalah proses pertukaran informasi untuk mendapatkan saling pengertian.

Berbagai penelitian yang berkaitan dengan komunikasi CSR antara lain: Chaudhri dan Wang (2007) menganalisis komunikasi CSR yang dilakukan oleh 100 informasi teknologi (IT) perusahaan di India di situs perusahaan mereka, dengan fokus analisis pada dimensi keunggulan komunikasi, informasi, dan gaya presentasi. Kemudian,

Birth et al. (2008) mendeskripsikan tentang praktik komunikasi CSR perusahaan di antara 300 perusahaan di Swiss. Komunikasi CSR di Swiss

tampaknya berkembang dengan baik, tetapi masih memiliki batas untuk pengembangan. Selanjutnya, Ligety (2009) meneliti komunikasi CSR, dengan kasus alasan-alasan perusahaan dalam rangka meningkatkan citra mereka sendiri untuk alasan pemasaran.

Nielsen and Thomsen (2009) mengkaji bagaimana CSR muncul dan dikomunikasikan dalam usaha kecil dan menengah. Komitmen karyawan dan penggunaan langsung wordof-mouth, menyebabkan komunikasi dengan stakeholder internal dan lokal memiliki platform yang bermanfaat mengadopsi komunikasi CSR strategis. Moreno and Capriotti (2009) memperdalam pemahaman situs web perusahaan yang digunakan tanggung jawab sosial perusahaan, *corporate citizenship* dan pembangunan berkelanjutan (CSR/CC/SD).

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1. Pendekatan dan Fokus Penelitian**

Fokus penelitian pada pembahasan ini ialah mengamati proses implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada pendirian sekolah MTS Insan Cita Moru di Kab. Alor NTT PT. Paragon Innovation & Technology

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif . Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif berdasarkan jenis datanya. Penelitian

yang berusaha untuk mengamati subjek penelitian yang dideskripsikan dalam bentuk kalimat dengan menggunakan metodologi yang ilmiah merupakan pengertian dari penelitian kualitatif (Moleong, 2007:6).

### **1.6.2 Tipe Penelitian**

Tipe penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menganalisa data dengan menggunakan alat statistik untuk mendeskripsikan data yang didapat tanpa maksud untuk diberlakukan untuk umum atau digeneralisasi (Sugiyono, 2010) Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengeksplor fenomena-fenomena yang terjadi, yang sebelumnya peneliti belum mempunyai konsep penelitian.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Sedangkan metode studi kasus merupakan metode penelitian dengan sumber data yang dapat digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, program, organisasi, dan peristiwa secara sistematis (Kriyantono 2006:65). Studi kasus dipilih karena strategi penggunaan pokok pertanyaan *how* atau *why* yang mana tidak hanya berhenti pada pengertian saja, tetapi juga dapat lebih mendalami pengertian dan pemahaman dari narasumber terhadap obyek penelitian (Yin, 2002).

Fokus penelitian pada pembahasan ini ialah pada Penerapan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) MTS Insan Cita Moru pada pendirian



sekolah di Kab. Alor NTT PT. Paragon Innovation & Technology dilakukan penelitian dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif eksploratif.

### **1.6.2 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan informan yang dapat digali informasinya terkait dengan problem penelitian. Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh (Arikunto, 2002:107). Kecocokan dengan kebutuhan penelitian merupakan syarat utama dalam mencari data yang valid. Subjek penelitian dalam penelitian ini ialah pihak-pihak internal perusahaan yang terkait dengan pelaksanaan CSR perusahaan, yaitu humas PT. Paragon Technology & Innovation.

Pada penelitian ini unit observasinya adalah informasi yang dimiliki hasil dari tanya jawab dengan informan berupa rekaman dan catatan selama proses tanya jawab berlangsung. Informan adalah pegawai PT Paragon Technology. Sehingga nantinya analisis data dilakukan dengan penelaahan, kategorisasi, melakukan tabulasi data dan atau mengkombinasikan bukti untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Informan diasumsikan mengetahui dan mengerti mengenai Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) MTS Insan Cita Moru pada pendirian sekolah di Kab. Alor NTT PT. Paragon Innovation & Technology. Untuk memenuhi asumsi tersebut maka disusunlah kategorisasi pemilihan informan sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi informan pada

penelitian ini. Informan yang dipilih adalah pegawai yang mengetahui mengenai informasi tentang obyek penelitian, agar dapat memberi informasi mengenai situasi dan latar penelitian sehingga dapat memberikan jawaban yang dapat memaksimalkan penelitian. Kriteria informan yang dipilih adalah: 1.) Pegawai PT Paragon Technology. 2.) Yang menangani pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) pendirian sekolah MTS Insan Cita moru di Kab Alor NTT. 3.) Memiliki pengetahuan tentang CSR. 4. Masyarakat sekitar yang ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility pendirian sekolah MTS Insan Cita Moru di Kab. Alor NTT.

### **1.6.3 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk dapat menjelaskan Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) MTS Insan Cita Moru pada pendirian sekolah di Kab. Alor NTT PT. Paragon Innovation & Technology menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode in-depth interview. Wawancara adalah bentuk pengumpulan data yang berguna dan memungkinkan anda untuk melakukan eksplorasi perspektif dan persepsi dari berbagai stakeholders (Daymon & Holloway, 2002). Penelitian ini akan membatasi pada Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) MTS Insan Cita Moru pada pendirian sekolah di Kab. Alor NTT PT.

Paragon Innovation & Technology dengan tanpa melihat pelaksanaan CSR yang dilakukan di tempat lain.

Dalam penelitian ini akan meneliti dengan pemilihan informan menggunakan teknik *purpose sampling* yang mana elemen populasi dipilih dengan sengaja berdasarkan kategori yang ditentukan untuk memilih sampel (Malhotra, 1996). Menurut Bingham dan Moore (1959) dalam (Daymon & Holloway, 2002) “wawancara adalah bentuk pengumpulan data yang berguna dan memungkinkan anda untuk melakukan eksplorasi perspektif dan persepsi dari berbagai *stakeholders*”. Artinya *in-depth interview* mampu mengakomodasi kebutuhan penelitian dalam mengungkap dan memunculkan gagasan, pemikiran dan persepsi tentang topik terkait. *In-depth interview* memiliki keluwesan dalam memahami perspektif dalam wawancara (Daymon & Holloway, 2002). Tujuan teknik ini untuk melihat Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) MTS Insan Cita Moru pada pendirian sekolah di Kab. Alor NTT PT. Paragon Innovation & Technology dari sudut pandang informan. Informan yang akan diwawancarai terakut tentang CSR ini ialah Humas PT Paragon Technology , Penanggung jawab CSR PT Paragon Technology , Kepala sekolah Mts Insan Cita Moru , Kepala Yayasan Mts Insan Cita Moru , Masyarakat sekitar Mts Insan Cita Moru , Supir yang terlibat dalam CSR pendirian insan Cita Moru .

#### **1.6.4 Teknik Analisis Data**

Penggunaan dan pemilihan teknik analisis yang sesuai sangat berpengaruh dalam sebuah penelitian. Pemilihan teknik penting karena dalam prosesnya data yang didapatkan dari subjek penelitian akan diolah sesuai dengan kebutuhan penelitian. Berdasarkan penjelasan tersebut maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana penelitian kualitatif memiliki pengertian penelitian yang menganalisis serta menjabarkan hasil temuan data di lapangan dengan hasil akhir dalam bentuk yang sederhana, mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan.

Setelah memperoleh data dari hasil wawancara dan observasi lapangan, peneliti mengklarifikasi data tersebut. Proses analisis akan dilakukan melalui beberapa tahap yaitu pertama, data yang diperoleh dalam wujud kata-kata dari hasil wawancara mendalam dan observasi, dokumentasi dan rekaman akan ditranskripsi. Menurut Milles dan Huberman terdapat tiga model analisis data kualitatif yaitu sebagai berikut :

a. Reduksi data

Proses analisis data dengan mengumpulkan seluruh data untuk dicatat dan diteliti secara rinci, kemudian data yang telah dikumpulkan di reduksi. Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi dan pentransformasian data mentah yang terjadi dalam catatan lapangan tertulis. Reduksi data bukanlah suatu yang terpisah

dari analisis, dan merupakan bagian dari analisis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan (Emzir, 2010;130)

b. Penyajian data

Setelah data direduksi, selanjutnya ialah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, serta *flowchart*. Menyajikan data dilakukan untuk mempermudah peneliti menggambarkan hasil penelitian di lapangan supaya hasil penelitian dapat diperoleh gambarannya secara jelas (Sugiyono, 2005;247)

c. Verifikasi data

Verifikasi data dilakukan untuk menarik kesimpulan data yang telah melalui tahapan reduksi data dan penyajian data. Menurut Miles and Huberman, kesimpulan dari tahapan tersebut merupakan kesimpulan yang tidak permanen, dimana kesimpulan tersebut dapat berubah apabila dikemudian hari ditemukan bukti pendukung yang lebih kuat. Temuan penelitian yang bersifat orisinal dan memiliki keterbaruan merupakan hasil dari penelitian kualitatif (Sugiyono, 2005;252-247)