

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pergeseran kesejahteraan sosial menjadi salah satu permasalahan suatu negara yang membutuhkan keterlibatan dari berbagai pihak dalam setiap penanganannya. Tanggung jawab dalam mewujudkan kesejahteraan sosial tidak lagi sepenuhnya berada di tangan pemerintah, tetapi juga ada pada sektor bisnis terutama perusahaan. Lajunya perkembangan sektor bisnis diharapkan mampu untuk mengatasi berbagai persoalan terutama mengenai kondisi kehidupan masyarakat yang selama ini belum terselesaikan. Kontribusi sektor bisnis dalam mewujudkan kesejahteraan sosial inilah yang dapat disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

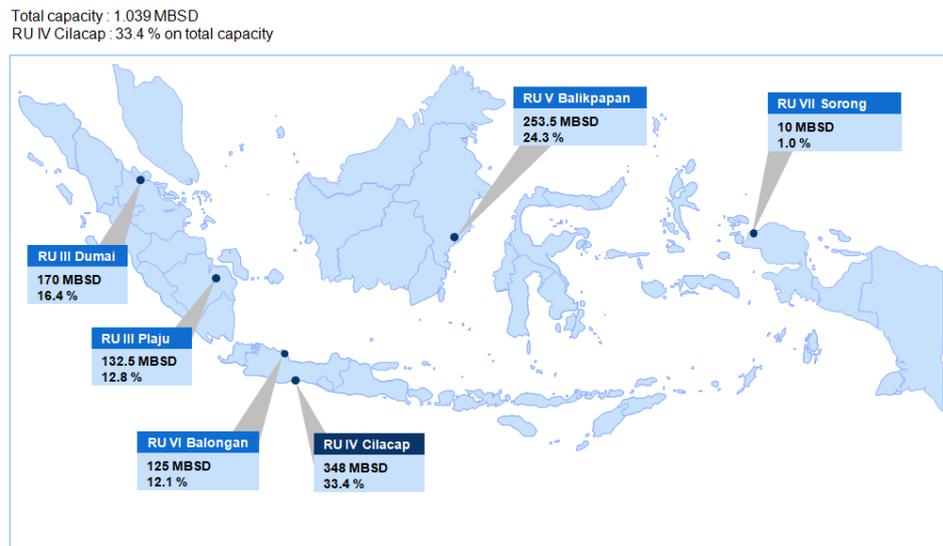
Pelaksanaan program CSR berdasarkan dari pandangan bahwa CSR merupakan jalan tengah untuk menghubungkan kepentingan perusahaan dengan masyarakat. CSR mempertemukan dua hal yang sering dianggap bersebrangan yaitu upaya mencari keuntungan dan aktivitas sosial kemasyarakatan. Berbagai jenis perusahaan, dari yang berskala multinasional maupun Usaha Kecil Menengah (UKM) gencar melaksanakan kegiatan CSR dalam upaya mewujudkan kesejahteraan sosial bersama pemerintah dengan kualitas dan struktur yang berbeda, tetapi tetap pada tujuan yang sama yaitu untuk memperlancar kegiatan operasional perusahaan melalui dukungan masyarakat.

Salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia yang aktif dalam pelaksanaan CSR adalah Pertamina. Sesuai yang dimuat dalam Republika, (19/12/2017), pada tahun 2017, pemerintah memberikan penghargaan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dengan kategori Emas sebanyak 19 dan 150 kategori Hijau, Pertamina berhasil meraih 11 PROPER Emas dan 71 PROPER Hijau. Sama dengan yang dimuat dalam bumntrack.com (19/12/2017) bahwa tahun ini Pertamina mengalami peningkatan prestasi dan mendominasi perolehan penghargaan, “Jika ada kategori juara umum, juara umumnya Pertamina, penilaian ini adalah suatu kebanggaan bagi perusahaan” ujar wapres. Sebagian indikator penilaian PROPER meliputi: sistem manajemen lingkungan, pelestarian keanekaragaman hayati, konservasi air dan *community development*.

Sesuai dengan yang dijelaskan dalam *website official* Pertamina www.pertamina.com menerangkan bahwa sejak didirikan pada 10 Desember 1957, Pertamina menyelenggarakan usaha minyak dan gas bumi di sektor hulu hingga hilir. Bisnis sektor hulu Pertamina yang dilaksanakan di berbagai wilayah Indonesia dan luar negeri meliputi kegiatan dalam bidang eksplorasi, produksi, serta transmisi minyak dan gas. Untuk mendukung kegiatan eksplorasi dan produksi, Pertamina juga menekuni bisnis jasa teknologi dan pengeboran dalam rangka mengembangkan sumber energi yang berkelanjutan. Sektor hilir PT Pertamina (Persero) meliputi kegiatan pengolahan, pemasaran dan niaga produk hasil minyak, gas dan petrokimia, dan bisnis perkapalan terkait untuk pendistribusian produk perusahaan.

Kegiatan pengolahan terdiri dari 6 (enam) kilang yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia berdasarkan pada table *overview* PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap Tahun 2017, kapasitas dari masing-masing kilang adalah: RU II Dumai (170 MBSD/ 16,4%), RU III Plaju (132,5 MBSD/ 12,8 %), RU IV Cilacap (348 MBSD/ 33,4%), RU V Balikpapan (253,5 MBSD/24,3%), RU VI Balongan(125 MBSD/ 12,1%) dan RU VII Sorong (10 MBSD/ 1,0%) dengan total kapasitas sebesar 1.039 MBSD.

Gambar 1.1 Kapasitas Kilang Pertamina di Indonesia



(Sumber: *Overview* RU IV Cilacap Tahun 2017)

Pemenuhan ketahanan energi nasional, PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap sebagai salah satu unit operasi PT Pertamina (Persero) di bidang pengolahan memiliki kapasitas kilang terbesar diantara enam kilang yang lain dengan total kapasitas terpasang sebesar 348.000 BPSD yang mengolah *crude oil* dari domestik maupun impor menjadi produk-produk BBM, Non BBM, dan Petrokimia. Sebagai kilang dengan kapasitas terbesar di Indonesia sekaligus objek vital nasional, PT Pertamina (Persero) Refinery

Unit IV Cilacap sejak tahun 1974 merupakan salah satu perintis pembangunan industri di wilayah Cilacap yang memasok 34% kebutuhan BBM nasional atau 60% kebutuhan BBM di Pulau Jawa.

PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap melalui visinya “Menjadi Kilang Minyak dan Petrokimia yang Unggul di Asia pada tahun 2020”, tidak hanya fokus pada pengelolaan bisnis, namun juga peduli terhadap lingkungan dan direalisasikan melalui beberapa program CSR yang ditujukan kepada masyarakat di sekitar area operasional perusahaan untuk berdaya dan mandiri bersama *stakeholders* lainnya. Program CSR PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap memiliki slogan atau *tagline* “Pertamina Sobat Bumi” yang bermakna bahwa dalam menjalankan operasinya, produk yang dikembangkan dan jasa yang diberikan peduli terhadap kelestarian lingkungan, hal tersebut direalisasikan salah satu program utama yakni “Konservasi Mangrove Terintegrasi” dengan berbagai rangkaian program.

Sejak tahun 2009 hingga 2017 PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap bersama Kelompok Tani Mangrove Krida Wana Lestari melakukan penanaman sebanyak 1.230.000 tanaman, dan terdapat 42 jenis Mangrove spesies endemik yang berhasil diidentifikasi, memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Dunia-Indonesia No.8009/R.MURI/VII/2017 sebagai Pemrakarsa dan Penyelenggara Menanam Pohon Langka dengan Jenis Terbanyak, menerbitkan buku “Kekayaan Potensi Mangrove Segara Anakan-Cilacap: dengan Latar Belakang Masyarakat Kampung Laut yang Gigih Berjuang” dan memperoleh penghargaan PROPER Hijau dari pemerintah.

Setelah bertahun-tahun melakukan penanaman dan pembibitan bersama Kelompok Tani Mangrove Krida Wana Lestari, pada tahun 2017 PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap melalui Fungsi *Communication and Corporate Social Responsibility* (CSR) juga melaksanakan salah satu inovasi program dari Konservasi Mangrove Terintegrasi yaitu program CSR di bidang pemberdayaan masyarakat. PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap bersama masyarakat mitra binaan yaitu Kelompok Patra Bina Mandiri dari Kecamatan Kampung Laut memanfaatkan potensi masyarakat dan sumber daya alam yang ada untuk menyelenggarakan Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove dari tiga jenis Mangrove yang dapat digunakan yaitu: *Bruguiera Gymnorhiza*, *Achantus Illicitolu*, dan *Sonerat*.

Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove merupakan program CSR yang menerapkan konsep “*the triple bottom line*” secara sekaligus yaitu *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Pada konsep tersebut bisnis yang dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap tidak hanya untuk mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga mampu mensejahterakan orang (*people*) dan mampu menjamin keberlangsungan hidup (*planet*) yang dalam hal ini adalah bumi. Program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove mampu mensejahterakan masyarakat Kampung Laut melalui pembuatan makanan dari olahan hasil alam yaitu Mangrove serta sebagai upaya untuk memperkenalkan wisata Mangrove yang ada di Segara Anakan Kampung Laut dan memperlancar dukungan masyarakat dalam kegiatan operasional perusahaan.

Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove bertujuan untuk memberikan pengetahuan serta ketrampilan kepada masyarakat pesisir, khususnya kaum perempuan mengenai pemanfaatan tanaman Mangrove sebagai sumber pangan yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Tidak hanya itu saja, melalui Bapak Binu Bowo selaku Unit Manager *Communication & CSR*, PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap memberikan bantuan program CSR kepada Kelompok Patra Bina Mandiri sebesar 50 juta rupiah. Bantuan yang diberikan diharapkan dapat dimanfaatkan secara optimal oleh 15 ibu rumah tangga yang tergabung dalam anggota Kelompok Patra Bina Mandiri.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Binu Bowo Ispramito K Selaku Unit Manager *Communications & CSR* tahun 2017:

Tujuan dari program ini yaitu membantu meningkatkan perekonomian masyarakat di wilayah Kampung Laut, program ini juga merupakan bentuk dukungan Pertamina terhadap Ekowisata Mangrove di daerah Kawasan Segara Anakan. (Bapak Binu Bowo Ispramito K, Wawancara Pada Tanggal 21 November 2017)

Kampung Laut merupakan wilayah administrasi kecamatan, yaitu Kecamatan Kampung Laut, Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah. Meskipun perlu dua jam untuk menempuh perjalanan, wilayah ini berada dalam lingkaran kegiatan industri besar. Terdapat dua perusahaan besar milik pemerintah dan swasta yang beroperasi di wilayah Cilacap yang memiliki interaksi dengan lingkungan dan masyarakat Kampung Laut. Keberadaan dan operasional Kilang Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap yang berdekatan dengan perairan, menjadi prioritas perusahaan dalam melakukan program-program CSR untuk masyarakat pesisir. Sanjatmiko, dkk (2017)

Masyarakat Kampung Laut pada awalnya sebagian besar memiliki mata pencaharian sebagai nelayan tangkap, sekarang sebagian beralih menjadi petani dan berkebun. Dipelopori oleh Kelompok Patra Bina Mandiri yang semula anggotanya sebagian besar sebagai ibu rumah tangga dan petani, sekarang sudah memiliki usaha pembuatan olahan mangrove, seperti: sirup, bolu gulung, bolu pisang, tepung dan jajanan yang terbuat dari buah tanaman mangrove. Selain sebagai upaya peningkatan perekonomian masyarakat, program ini juga dilakukan sebagai bentuk dukungan PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap terhadap Ekowisata Mangrove di Kampung Laut dengan menerapkan konsep pemberdayaan masyarakat yang *sustainability* dan masyarakat yang ramah lingkungan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti memilih program salah satu rangkaian program Konservasi Mangrove Terintegrasi yaitu Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove pada Kelompok Patra Bina Mandiri Kampung Laut sebagai objek penelitian untuk mengetahui bagaimana dan sejauh mana program yang dilaksanakan pada tahun 2017 tersebut dapat terlaksana dan dapat bermanfaat bagi ibu-ibu anggota Kelompok Patra Bina Mandiri, sehingga tujuan dari pelaksanaan program tersebut dapat tercapai yaitu dalam meningkatkan perekonomian di Kampung laut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan evaluasi dan rekomendasi kepada PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam menindaklanjuti dan mengawasi atau memantau perkembangan masyarakat setelah dilaksanakannya program.

Pada penelitian ini, peneliti memiliki referensi dari penelitian terdahulu yang sejenis, antara lain:

1. Penelitian pertama berjudul “Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PTPN 7 Padang Pelawi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma” yang disusun oleh Hernowo Novi Yanto dan Suratman pada Mimbar Jurnal Penelitian Sosial dan Politik ISSN: 2252-5270 Tahun 2015 Volume 4 No. 2.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi program CSR dengan jenis penelitian ini deskriptif kualitatif, metode pengambilan informan menggunakan teknik *purposive* sampling, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, dokumentasi, observasi, dan triangulasi data.

2. Penelitian kedua berjudul “Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* “*Organic Integrated System*” PT. Pembangkitan Jawa-Bali Unit Pembangkitan Paiton” yang disusun oleh Ruth Carissa Harianto pada Jurnal E-Komunikasi Vol 4. No.1 TAHUN 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi program CSR “*Organic Integrated System*” yang dijalankan oleh divisi umum dan CSR PT. Pembangkitan Jawa-Bali Unit Pembangkitan Paiton. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus intrinsik.

Sedangkan dalam penelitian yang berjudul “Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap” dengan Studi Kasus Model Evaluasi *Preparation, Implementation, and Impact* (PII) pada program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove di Kelompok Patra Bina Mandiri Kampung Laut Tahun 2017, berfokus pada bagaimana peneliti akan mengevaluasi pelaksanaan salah satu rangkaian program Konservasi Mangrove Terintegrasi yaitu program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove yang ditujukan kepada Kelompok Patra Bina Mandiri Kampung Laut, dari proses persiapan, pelaksanaan, hingga dampak yang ditimbulkan.

Perbedaan penelitian ini dengan kedua penelitian terdahulu adalah terletak pada objek penelitian yaitu Kelompok Patra Bina Mandiri dan PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap, pelaksanaan penelitian yaitu di Cilacap, dan jenis program yang dievaluasi pada kali ini adalah pemberdayaan masyarakat serta dalam proses evaluasi program CSR pada kali ini adalah dengan menggunakan Model Evaluasi *Preparation, Implementation and Impact* (PII). Penggunaan model PII, selain model evaluasi CSR yang paling sesuai dengan kajian komunikasi juga dikarenakan bagian-bagian tahapan evaluasi yang disediakan mampu mengevaluasi program secara mendetail dari awal hingga akhir melalui beberapa tahapan meliputi analisis terkait persiapan sebelum dilaksanakannya program, proses dilaksanakannya program dan dampak adanya program pada masyarakat.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana pelaksanaan dan evaluasi program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove di Kelompok Patra Bina Mandiri Kampung Laut Tahun 2017 yang dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan program dan melakukan evaluasi pada program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove yang dilaksanakan PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas perekonomian dengan memberdayakan masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya alam sekitar.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan teori dan bukti empiris mengenai pelaksanaan program CSR serta penerapan model evaluasi *Preparation, Implementation and Impact* (PII) pada program yang dilaksanakan PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap sebagai tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan memenuhi beberapa kriteria yaitu:

- 1) Menjadi bahan rekomendasi bagi Fungsi *Communication & Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam merumuskan evaluasi pelaksanaan CSR khususnya pada program Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove Tahun 2017.
- 2) Sebagai bahan referensi Fungsi *Communication & Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap pada pelaksanaan program CSR selanjutnya.

b. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan membuka sudut pandang baru bagi peneliti dalam menerapkan pengetahuan yang selama perkuliahan mengenai pelaksanaan dan evaluasi sebuah program CSR.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya yang memiliki topik sejenis dengan menggunakan metode dan teori yang sama. Penelitian yang dilaksanakan juga sebagai upaya menjalin hubungan baik antara perguruan tinggi dengan perusahaan melalui peneliti.

E. LANDASAN TEORI

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR merupakan sebuah konsep populer dalam dunia bisnis, beberapa definisi yang dapat dijadikan referensi atau acuan dalam pelaksanaan CSR berdasarkan beberapa sumber, antara lain:

- a. Menurut Howard R. Bowen (dalam Carrol:1999) melalui karyanya yang berjudul "*Social Responsibility of The Businessman*".

Bowen memberikan rumusan tanggung jawab sosial sebagai berikut: "*it refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of actions which are desirable in terms of the objectives and values of our society*". Definisi tanggung jawab sosial yang diberikan Bowen telah memberi landasan awal bagi pengenalan kewajiban pelaku bisnis untuk menetapkan tujuan bisnis yang selaras dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat.

- b. Menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 1 ayat 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.

Dari kedua definisi di atas, dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perusahaan dalam mematuhi peraturan pemerintah yang tercantum dalam undang-undang dan memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar baik dari segi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

2. Jenis-Jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Carroll (1979) mengklasifikasikan tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam empat kategori, yaitu *economic responsibilities*, *legal responsibilities*, *ethical responsibilities*, dan *discretionary responsibilities*. Sesuai dengan yang tertera pada gambar 1.2.

Gambar 1.2 Konsep Piramida CSR



(Sumber: Carroll, A.B. 1979)

a. *Economic Responsibilities* atau Tanggung Jawab Ekonomis

Kata kuncinya adalah: *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah pondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.

Tanggung jawab ekonomis dilaksanakan perusahaan melalui program CSR sebagai upaya untuk mendapatkan dukungan dan respon positif dari masyarakat sekitar agar perusahaan dapat terus hidup dan berkembang.

b. *Legal Responsibilities* atau Tanggung Jawab Legal

Kata kuncinya: *obey the law*. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.

Dalam pelaksanaan kegiatan operasional, perusahaan menjalankan program CSR sebagai tanggung jawab secara hukum yang telah diatur dan ditetapkan pemerintah melalui undang-undang atau peraturan lain sebagai upaya untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dari pihak perusahaan bersama pemerintah.

c. *Ethical Responsibilities* atau Tanggung Jawab Etis

Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan *fair*. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan. Kata kuncinya: *be ethical*.

Tanggung jawab secara etis yang dilaksanakan oleh perusahaan melalui program CSR acara sebagai timbal balik kepada masyarakat atau lingkungan sekitar yang menjadi tempat berlangsungnya kegiatan operasional perusahaan.

d. *Discretionary Responsibilities* atau Tanggung Jawab Filantropis

Selain harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua. Kata kuncinya: *be a good citizen*. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang dikenal dengan istilah *nonfiduciary responsibility*".

Keempat poin CSR tersebut dapat dipahami sebagai satu kesatuan yang diterapkan dalam perusahaan. Anggapan bahwa laba merupakan satu-satunya cerminan keberhasilan perusahaan adalah hal yang kurang tepat karena keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak bisa dilakukan tanpa adanya kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan taat terhadap hukum yang berlaku.

Menurut Gunawan (2008:15) terdapat 3 bentuk CSR di lapangan yaitu: CSR berbasis karitatif (*Charity*), CSR berbasis kedermawanan (*Philanthropy*) dan CSR berbentuk pemberdayaan masyarakat (*Community Development*).

a. CSR berbasis Karikatif (*Charity*)

Program karikatif murni bersifat amal. Program ini diwujudkan dengan memberikan bantuan yang diinginkan oleh masyarakat. Program karikatif biasanya berupa hibah sosial yang dilaksanakan untuk tujuan jangka pendek dan insidental.

b. CSR berbasis Kedermawanan (*Philantrophy*)

Program CSR berbasis kedermawanan ini berbentuk hibah atau sumbangan yang difokuskan untuk pembangunan baik infrastruktur maupun pembangunan sumber daya manusia. Target dalam program CSR berbasis kedermawanan ini adalah masyarakat luas tidak hanya kaum miskin saja. Program ini diwujudkan dengan terbentuknya suatu yayasan independen yang menjadi agen perusahaan untuk melaksanakan program CSR.

c. CSR berbasis *Community Development*

Program CSR ini dilaksanakan dengan membangun masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan yang bertujuan untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar.

3. Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR)

Wibisono (dalam Hadi, 2011) menyatakan bahwa perencanaan program menjadi salah satu hal yang cukup penting karena dapat dijadikan sebagai acuan dalam melaksanakan (implementasi) pelaksanaan program. Selain itu, perencanaan juga menentukan strategi yang lebih efektif dapat dilaksanakan.

Oleh karena itu, perlu adanya penyeimbangan kegiatan operasional dengan strategi untuk memperkuat pelaksanaan CSR yang dilaksanakan. Strategi CSR ditujukan untuk menjalin hubungan dan komunikasi agar dapat menyampaikan informasi dari perusahaan kepada masyarakat terkait pelaksanaan CSR. Perlu adanya komponen komunikasi di dalam penerapan strategi CSR, karena tanpa adanya komunikasi akan mempengaruhi kesuksesan dalam proses pelaksanaan CSR.

Pelaksanaan program CSR dapat berjalan lancar, tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat jika perusahaan menerapkan pola komunikasi dua arah dalam pelaksanaan CSR. Komunikasi dilaksanakan baik dalam internal perusahaan maupun komunikasi antara perusahaan dengan publiknya.

Pelaksanaan (implementasi) dalam CSR dirumuskan oleh Hadi (2011) mengenai diagram tahapan pelaksanaan CSR, yaitu:

a. Tahap Perencanaan

Perencanaan merupakan bagian terpenting dalam pelaksanaan CSR, proses perencanaan akan menentukan sejauh mana ketepatan dan keefektifan suatu program yang dirancang untuk target sasaran. Sehingga perumusan tujuan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan akan berdasarkan pada analisis yang dilakukan terhadap program apa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Wibisono (dalam Hadi, 2011) membagi cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan CSR dalam tiga persepsi, yaitu:

Pertama, perusahaan melakukan kegiatan CSR sekedar basa-basi dan keterpaksaan. Perusahaan melakukan kegiatan CSR lebih karena mematuhi aturan pemerintah, perundang-undangan, maupun tekanan eksternal. Perusahaan melaksanakan kegiatan CSR juga hanya ajang membangun *image* positif, sehingga kegiatan CSR bersifat jangka pendek, karikatif, insidental, dan sebatas *lames*.

Kedua, tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan untuk memenuhi kewajiban. Tanggung jawab sosial dilakukan atas dasar regulasi yang tertera dalam Undang-Undang No 25 tahun 2007 tentang penanaman modal dan Undang-Undang No 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang menyebutkan “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab perusahaan”.

Ketiga, perusahaan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial, tidak hanya sebagai bentuk kewajiban saja, tetapi juga ditujukan sebagai bagian dari aktivitas perusahaan, juga sebagai suatu kebutuhan bagi perusahaan yang dapat dijadikan sebagai investasi jangka panjang yang dapat mendukung keunggulan perusahaan di masa depan.”

b. Tahap Pelaksanaan

Setelah dilakukan perencanaan, selanjutnya adalah tahap pelaksanaan. Menurut Hadi (2011) dalam proses pelaksanaan CSR terdapat dua strategi implementasi, jika dilihat dari sudut pandang keterlibatan perusahaan dalam pelaksanaan CSR yaitu:

1) *Self Managing Strategy*

Strategi ini menjelaskan bahwa perusahaan mempraktikkan sendiri kegiatan CSR di lapangan atau dilakukan dengan perusahaan membentuk departemen dalam struktur organisasi yang bertugas untuk melaksanakan kegiatan CSR perusahaan. Departemen tersebut akan merencanakan, merumuskan tujuan, target evaluasi, dan memonitoring serta melaksanakannya.

2) *Outsourcing*

Pelaksanaan tanggung jawab sosial diserahkan kepada pihak ketiga, sehingga perusahaan tidak terlibat langsung dalam pelaksanaan kegiatan CSR di lapangan. Terdapat dua pola model *outsourcing* yaitu: (1) seperti bermitra dengan pihak lain (*event organizer*), LSM, institusi pendidikan dan sejenisnya. (2) bergabung dan mendukung kegiatan bersama baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Pada dasarnya, selain memberdayakan masyarakat melalui program CSR yang dijalankan oleh perusahaan, menurut Untung (2009:6) pelaksanaan CSR juga memiliki beberapa manfaat, yaitu: mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta merek perusahaan, mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha, membuka peluang pasar yang lebih luas, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, meningkatkan semangat dan

produktivitas, peluang mendapatkan penghargaan, memperbaiki hubungan dengan regulator, mereduksi biaya, misalnya terkait dengan pembuangan limbah.

Berdasarkan penjelasan mengenai manfaat pelaksanaan CSR di atas menunjukkan bahwa pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh perusahaan tidak hanya difokuskan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat saja. Manfaat diharapkan juga bisa didapat oleh perusahaan pelaksana program CSR sehingga tercipta simbiosis mutualisme antara masyarakat dengan perusahaan.

c. Tahap Evaluasi

Evaluasi pelaksanaan CSR ditujukan sebagai upaya untuk acuan dalam perbaikan pelaksanaan di masa depan, sekaligus untuk menentukan tingkat pencapaian kinerja aktivitas sosial yang telah dilakukan. Evaluasi dan pemantauan pelaksanaan juga ditujukan untuk mengetahui sejauh mana kesesuaian pencapaian tujuan program yang telah dilakukan.

Menurut Prayogo (2011:220) bentuk evaluasi dapat ditentukan berdasarkan pendekatan program CSR yang digunakan. Dalam pendekatan *social planing*, tujuan utama yang hendak dicapai adalah untuk memecahkan masalah tertentu dalam masyarakat, misalnya masalah kemiskinan, pendidikan, kesehatan, integrasi, dan permasalahan sejenisnya.

4. Konsep *Stakeholders*

Menurut Rhenald Kasali (1994) dalam bukunya *Managemen Public Relation*, *stakeholder* adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. *Stakeholder* biasa berarti pula setiap orang yang mempertaruhkan hidupnya pada perusahaan.

Stakeholder merupakan sebuah frasa yang terbentuk dari dua kata, yaitu kata “*stake*” dapat diartikan “kepentingan”, dan kata “*holder*” dapat diartikan “pemegang”. Jadi seperti yang telah diungkapkan diatas, *stakeholder* artinya adalah pemegang kepentingan. Jika disimpulkan konsep *stakeholder* dapat didefinisikan sebagai individu atau organisasi atau kelompok baik bersifat *profit* maupun *non profit* yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan sehingga dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan.

Secara umum *stakeholder* dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal.

a. *Stakeholder* internal

Stakeholder internal adalah *public* yang berada di dalam ruang lingkup perusahaan/organisasi. Elvinaro (2008) *Stakeholder* internal relatif mudah untuk dikendalikan dan pekerjaan untuk komunikasi internal biasa diserahkan kepada bagian lain seperti bagian kepegawaian, atau dirangkap langsung oleh eksekutif puncak. Unsur-unsur *stakeholder* internal terdiri dari:

- 1) Pemegang saham: atau bias dibidang pemilik perusahaan yang mempunyai kekuasaan sangat besar.
- 2) Manajer dan *Top Executive*: manajer berada dibawah kendali pemilik, hanya dengan kapasitas yang memadai seorang manajer dapat tampil secara otonom dalam mengelolah perusahaan.
- 3) Karyawan: orang-orang yang di dalam perusahaan yang tidak memegang jabatan struktural.
- 4) Keluarga karyawan.

b. *Stakeholder* eksternal

Stakeholder eksternal adalah mereka yang berkepentingan terhadap perusahaan dan berada diluar perusahaan, misalnya :

- 1) Konsumen: raja yang mempunyai hak untuk memilih barangnya sendiri konsumen sangat diperebutkan oleh banyak produsen
- 2) Pemerintah: penentu kebijakan, sedikit sekali produsen yang bias membujuk pemerintah untuk mengeluarkan peraturan yang menguntungkan baginya.
- 3) Penyalur: ia menyalurkan barang-barang yang dikehendaki konsumen.
- 4) Pers: media yang sangat memiliki pengaruh pada masyarakat.
- 5) Komunitas: masyarakat yang tinggal, hidup, dan berusaha di sekitar lokasi suatu perusahaan.

Pada dasarnya setiap *stakeholder* memiliki kebutuhan yang berbeda, kecuali dalam hal pelayanan, semua *stakeholder* memiliki kebutuhan yang sama yaitu mengharapkan mereka dilayani secara jujur, terbuka, penuh tanggung jawab, wajar, berkualitas, dan adil. Para pengelola perusahaan harus bisa bersikap profesional dalam memberikan yang terbaik untuk kepentingan para *stakeholder*-nya.

5. Konsep *Sustainable Development* atau Pembangunan Berkelanjutan

Pembangunan berkelanjutan menurut Emil Salim (1982) bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi manusia. Pembangunan yang berkelanjutan pada hekatnya ditujukan untuk mencari pemerataan pembangunan antar generasi pada masa kini maupun masa mendatang. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup (1990) pembangunan (yang pada dasarnya lebih berorientasi ekonomi) dapat diukur keberlanjutannya berdasarkan tiga kriteria yaitu : (1) Tidak ada pemborosan penggunaan sumber daya alam atau *depletion of natural resources*; (2) Tidak ada polusi dan dampak lingkungan lainnya; (3) Kegiatannya harus dapat meningkatkan *useable resources* ataupun *replaceable resource*.

Sesuai dengan konsep di atas, Sutamihardja (2004) menyatakan sasaran pembangunan berkelanjutan mencakup pada upaya untuk mewujudkan terjadinya:

- a. Pemerataan manfaat hasil-hasil pembangunan antar generasi (*intergeneration equity*) atau pemanfaatan sumber daya alam untuk kepentingan pertumbuhan perlu memperhatikan batas-batas yang wajar dalam kendali ekosistem serta diarahkan pada sumber daya alam yang *replaceable* dan menekankan serendah mungkin eksploitasi sumber daya alam yang *unreplaceable*.
- b. *Safe guarding* atau pengamanan terhadap kelestarian sumber daya alam dan lingkungan hidup yang ada dan pencegahan terjadi gangguan ekosistem dalam rangka menjamin kualitas kehidupan yang tetap baik bagi generasi yang akan datang.
- c. Pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya alam untuk kepentingan mengejar pertumbuhan ekonomi demi kepentingan pemerataan pemanfaatan sumber daya alam yang berkelanjutan antar generasi.
- d. Mempertahankan kesejahteraan rakyat yang berkelanjutan baik masa kini maupun masa yang mendatang (*intertemporal*).
- e. Mempertahankan manfaat pembangunan ataupun pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan yang mempunyai dampak manfaat jangka panjang ataupun lestari antar generasi.
- f. Menjaga mutu ataupun kualitas kehidupan manusia antar generasi sesuai dengan habitatnya.

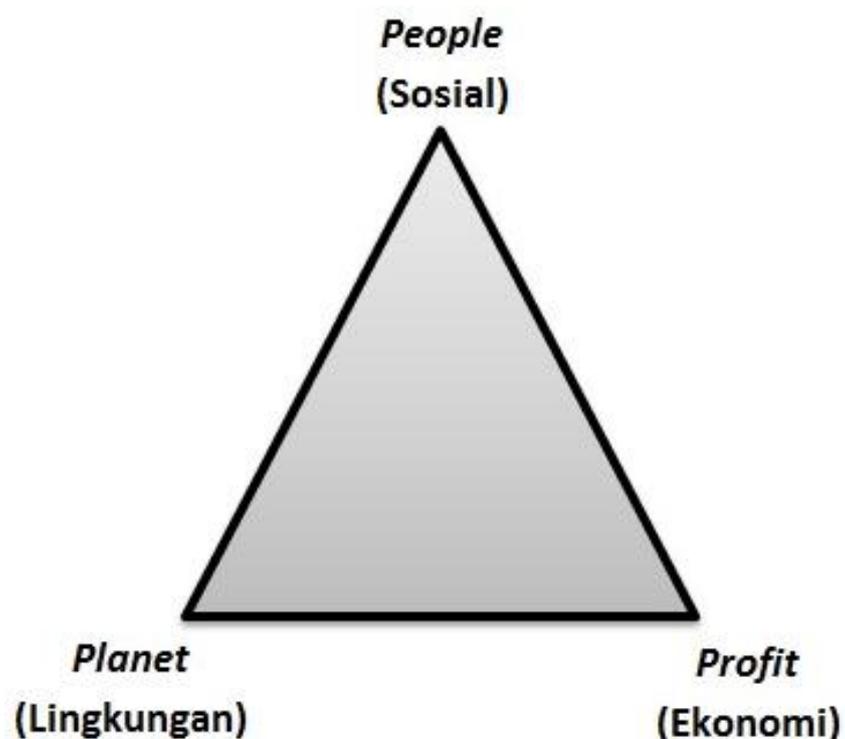
Sutamihardja (2004) menyatakan bahwa dalam konsep pembangunan berkelanjutan, tabrakan kebijakan yang mungkin dapat terjadi antara kebutuhan menggali sumber daya alam untuk memerangi

kemiskinan dan kebutuhan mencegah terjadinya *degradasi* lingkungan perlu dihindari serta sejauh mungkin dapat berjalan secara berimbang. Pembangunan berkelanjutan juga mengharuskan pemenuhan kebutuhan dasar bagi masyarakat dan adanya kesempatan yang luas kepada warga masyarakat untuk mengejar cita-cita akan kehidupan yang lebih baik dengan tanpa mengorbankan generasi yang akan datang.

6. Konsep CSR *The Triple Bottom Line*

Istilah "*The Triple Bottom Line*" dikemukakan oleh John Elkington (dalam Hadi, 2011) yang dimuat dalam buku "*Canibals With Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*".

Gambar 1.3 Konsep *The Triple Bottom Line*



(Sumber: Yusuf Wibisono (2007))

Elkington menjelaskan bahwa jika suatu perusahaan ingin melaksanakan program CSR yang berkelanjutan, maka perusahaan perlu memperhatikan 3P, yaitu *profit, people, and planet*. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, selain mengejar keuntungan (*profit*) juga perlu ikut serta memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*), dan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) sesuai yang tertera pada gambar 1.3.

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi finansialnya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Wibisono (2007). Melalui gambar 1.3 dapat dipahami bila *profit* bukan satu-satunya aspek yang dikejar perusahaan untuk memperoleh keuntungan ekonomi agar usaha yang dijalankan oleh perusahaan terus beroperasi dan berkembang. Selain itu, aspek penting yang perlu diperhatikan perusahaan dalam melaksanakan program CSR yang berkelanjutan adalah *people*.

People merupakan lingkungan masyarakat dimana perusahaan berada. Masyarakat sebagai pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan sebagai pihak yang mampu menjalankan program CSR. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia di sekitar perusahaan tersebut beroperasi.

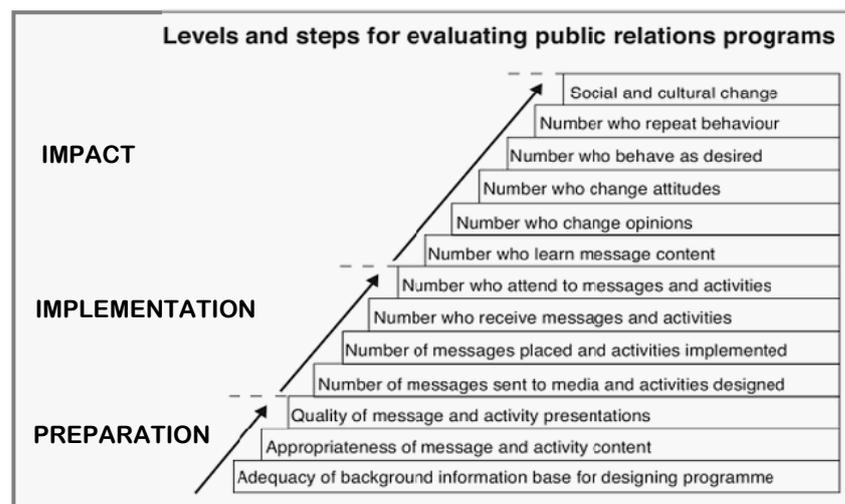
Selanjutnya aspek pendukung keberhasilan pelaksanaan CSR berkelanjutan yang tidak kalah pentingnya diperhatikan adalah *planet*.

Planet sebagai tempat dimana perusahaan berdiri dan sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada lingkungan hidup. Dari penjelasan mengenai konsep *The Triple Bottom Line*, dapat diambil kesimpulan bahwa konsep *The Triple Bottom Line* merupakan syarat mutlak bagi perusahaan dalam melaksanakan program CSR, apabila perusahaan menghendaki pelaksanaan berjangka panjang atau berkelanjutan karena konsep *The bottom Line* tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

7. Teori Model Evaluasi *Preparation, Implementation dan Impact (PII)*

Penelitian ini menggunakan teori model evaluasi *preparation, implementation and impact (PII)* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Broom. Model evaluasi PII memiliki tiga tahapan utama dan memiliki beberapa bagian di setiap tahapannya. Berdasarkan dalam Cutlip (2011:419) yang memaparkan tentang tahap dan level untuk mengevaluasi program *public relations*, seperti pada gambar 1.4.

Gambar 1.4 Model Evaluasi PII



(Sumber: Cutlip, Center dan Broom. 2011)

a. *Preparation* (Persiapan)

Preparation (Persiapan) kegiatan CSR dalam Program Pelatihan Kewirausahaan Olahsan Mangrove yang dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

Pada penelitian ini dijabarkan tahap persiapan yang dilakukan oleh Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap dalam pelaksanaan program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahsan Mangrove. Langkah-langkah yang digunakan dalam tahap evaluasi *preparation* adalah kecukupan informasi latar belakang untuk desain program, ketetapan isi pesan dan aktifitas, kualitas pesan dan persentasi aktivitas.

1) Kecukupan informasi latar belakang untuk desain program.

Kecukupan informasi dan latar belakang digunakan untuk merencanakan program, misalnya seperti apa program yang akan dibentuk oleh perusahaan, apakah semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program sudah diidentifikasi, apa krisis terakhir yang menimbulkan permasalahan dalam suatu perusahaan, dan lain sebagainya. Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut dapat menjadi dasar pembentukan suatu program perusahaan.

2) Ketepatan pesan dan isi aktivitas.

Ketepatan pesan dan isi aktivitas berdasarkan bagaimana pihak pelaksana menentukan program CSR Pelatihan

Kewirausahaan Olahan Mangrove di Kelompok Patra Bina Mandiri Kampung Laut dan hal yang mendasari terlaksananya program sesuai dengan problematika dalam perusahaan dan kebutuhan dari target pelaksanaan program yaitu masyarakat Kecamatan Kampung Laut.

3) Kualitas pesan dan presentasi aktivitas.

Kualitas pesan dan presentasi aktivitas berdasarkan bagaimana PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap memastikan isi materi dengan kebutuhan masyarakat, serta cara penyampaian pesan, gaya bahasa dan bagaimana memilih komunikator yang tepat dalam penyampaian pesan.

b. *Implementation (Pelaksanaan)*

Langkah selanjutnya adalah pelaksanaan program, berdasarkan tahap yang dikemukakan Cutlip Center and Broom bahwa dalam tahap implementasi atau pelaksanaan, pendekatan seperti ini biasanya dengan cara menghitung jumlah cetak: *news release* yang didistribusikan, berita yang ditempatkan di media dan pembaca, pemirsa dan pendengar. (Cutlip, Center & Broom, 2011).

Langkah-langkah yang digunakan dalam evaluasi implementasi (pelaksanaan) adalah, jumlah pesan yang dikirim ke media dan aktivitas yang didesain, jumlah pesan yang ditempatkan dan aktivitas yang diimplementasikan, jumlah orang yang menerima pesan dari isi aktivitas dan jumlah orang yang memperhatikan pesan dan aktivitas.

1) Jumlah Pesan Dikirim ke Media dan Aktivitas yang Didesain.

Identifikasi jumlah pesan yang dikirim ke media dan aktivitas yang didesain adalah berapa jumlah publikasi dan jumlah release berita yang dikirim ke media maupun masyarakat, serta aktivitas yang direncanakan.

2) Jumlah Pesan yang Ditempatkan dan Aktivitas Diimplementasikan.

Identifikasi jumlah pesan yang ditempatkan dan aktivitas diimplementasikan adalah terkait jumlah publikasi yang telah diberitakan terkait pelaksanaan program, dan aktifitas yang dilaksanakan.

3) Jumlah Orang yang Menerima Pesan dan Aktivitas.

Identifikasi jumlah orang yang menerima pesan dan aktivitas adalah terkait jumlah peserta dari Kampung Laut yang hadir dalam pelaksanaan program dan bagaimana pesan disampaikan kepada masyarakat Kampung Laut secara umum serta jumlah masyarakat yang menerima pesan.

4) Jumlah Orang yang Memperhatikan Pesan dan Aktivitas.

Identifikasi jumlah orang yang memperhatikan pesan dan aktivitas dilakukan adalah terkait jumlah peserta yang hadir dan mengikuti pelaksanaan program.

c. *Impact (Dampak)*

Evaluasi dampak merupakan dokumentasi dari semua hasil yang telah diuraikan dalam sasaran setiap publik, serta mengidentifikasi keberhasilan tujuan program yang dicapai. Pengukuran dampak mencatat seberapa jauh hasil yang dinyatakan dalam sasaran untuk masing-masing publik sasaran, dan keseluruhan tujuan program yang telah dicapai. (Cutlip, Center & Broom, 2011)

Langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap evaluasi dampak adalah: jumlah orang yang memahami isi pesan, jumlah orang yang mengubah opini, jumlah orang yang mengubah sikap, jumlah orang yang berperilaku sesuai harapan, jumlah orang yang mengulangi tingkah laku atau kebiasaan, perubahan sosial dan budaya.

1) Jumlah Orang yang Memahami Isi Pesan.

Identifikasi jumlah orang yang memahami isi pesan adalah terkait keterlibatan peserta secara aktif dalam kegiatan pada saat pelaksanaan program.

2) Jumlah Orang yang Mengubah Opini.

Identifikasi jumlah orang yang mengubah opini adalah terkait dengan tanggapan peserta mengenai pelaksanaan program.

3) Jumlah Orang yang Mengubah Sikap.

Identifikasi jumlah orang yang mengubah sikap adalah terkait berapa jumlah orang yang sudah memiliki kepercayaan

mengenai manfaat buah Mangrove untuk dijadikan sumber penghasilan dan memiliki kecenderungan untuk membuat olahan Mangrove.

4) Jumlah Orang yang Berperilaku Sesuai yang Diharapkan.

Identifikasi jumlah orang yang berperilaku sesuai yang diharapkan adalah terkait jumlah orang yang sudah melakukan pembuatan olahan Mangrove.

5) Jumlah Orang yang Mengulangi Tingkah Laku atau Kebiasaan.

Identifikasi jumlah orang yang mengulangi tingkah laku atau kebiasaan adalah terkait jumlah olah yang sudah mengulangi aktivitas pembuatan olahan Mangrove hingga dijadikan sebagai sumber penghasilan.

6) Perubahan Sosial dan Budaya.

Perubahan sosial dan budaya adalah tahap terakhir yang dinilai dalam kesuksesan sebuah program CSR. Perubahan dinilai dari apakah program membawa dampak positif terhadap masyarakat serta dinilai oleh generasi masa mendatang.

F. METODELOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moeleong, 2001) merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistik* (utuh). Sehingga dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu kebutuhan.

Sedangkan menurut Sugiyono (2016), metode penelitian kualitatif disebut juga metode penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Objek penelitian kualitatif bersifat apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada objek. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.

Metode penelitian kualitatif dapat disimpulkan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat

induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Penelitian kualitatif juga sering menggabungkan teknik observasi partisipatif dengan wawancara mendalam. Selama melakukan observasi, peneliti juga melakukan wawancara kepada orang-orang yang terlibat di dalamnya.

Pada penelitian ini, peneliti tidak menggunakan metode kualitatif biasa tetapi menggunakan metode penelitian studi kasus untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan dan evaluasi program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahsan Mangrove yang dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap. Menurut Robert Yin (dalam Burhan Bungin, 2005) studi kasus adalah suatu inkuri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, jika batas-batas antara fenomena dimanfaatkan. Studi kasus lebih banyak berfokus pada atau berupaya menjawab pertanyaan-pertanyaan “how” (bagaimana) dan “why” (mengapa), serta pada tingkatan tertentu juga menjawab pertanyaan “what” (apa/apakah) dalam kegiatan penelitian.

Menurut Denzim dan Lincoln (dalam Asmara:2013) merinci ciri-ciri studi kasus, antara lain:

1. Studi kasus adalah suatu bentuk penelitian (*iquiry*) atau studi tentang suatu masalah yang memiliki sifat kekhususan (*particularity*).
2. Dapat dilakukan baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif, tetapi lebih ditekankan pada pendekatan kualitatif.

3. Sasaran studi kasus dapat berupa perorangan (individual) maupun kelompok, bahkan masyarakat luas.

Studi kasus memiliki beberapa keunggulan yaitu dalam hal memberikan informasi penting mengenai hubungan antar variabel, memperoleh wawasan mengenai konsep dasar perilaku manusia dan menyajikan data temuan yang sangat berguna untuk membangun latar belakang permasalahan. Selain itu, metode studi kasus juga mampu mengungkap hal-hal yang spesifik, unik, dan hal-hal yang amat mendetail yang tidak dapat diungkap oleh studi yang lain. Studi kasus mampu mengungkap makna dibalik fenomena dalam kondisi apa adanya atau natural.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di kantor Fungsi *Communication & Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap, Jl. M.T. Haryono No. 77, Lomanis, Cilacap Tengah, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53221. Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Maret - Mei 2018.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah yang akan diteliti adalah program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove di Kelompok Patra Bina Mandiri Kampung Laut Tahun 2017.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Kriyantono (2006) adalah teknik atau cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data-data dari sumber yang ada sesuai dengan masalah yang diteliti untuk mendukung penelitian ini adalah:

a. *Interview* (Wawancara)

Menurut Kriyantono (2016) wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti hendak mengetahui hal-hal secara lebih mendalam dari responden.

Jenis wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara semi-terstruktur. Wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, yang pelaksanaannya lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Wawancara semi-terstruktur menurut Herdiansyah (2015) memiliki ciri-ciri, antara lain: kecepatan wawancara dapat diprediksi, fleksibel tapi terkontrol (dalam hal pertanyaan atau jawaban), ada pedoman wawancara yang dijadikan patokan dalam membuat pertanyaan wawancara yang disesuaikan dengan tema-tema yang telah dibuat, dan tujuan wawancara adalah untuk memahami suatu fenomena. Dalam hal ini peneliti menanyakan beberapa rentetan pertanyaan yang terstruktur.

Peneliti menetapkan narasumber dengan kriteria informan sebagai berikut:

- 1) *Jr. Officer* CSR and SMEPP PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

Hal ini dikarenakan *Jr. Officer* CSR and SMEPP memiliki peran untuk melakukan kegiatan penyusunan usulan strategi CSR perusahaan, pengumpulan data dan informasi terkait kebutuhan dan kondisi masyarakat dan tren CSR, identifikasi dan analisa sasaran program CSR dan hasil *review* dan finalisasi program CSR di Pertamina.

- 2) *CSR Administration and Reporting* PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

Hal ini dikarenakan *CSR Administration and Reporting* memiliki peran untuk melakukan kegiatan proses *updating* data mitra binaan CSR melalui kegiatan survei, monitoring, dan evaluasi laporan keuangan mitra binaan CSR. Melakukan kegiatan *updating* laporan program CSR dan proses tagihan untuk pihak III.

Menjalankan peran untuk melakukan uji hipotesa melalui pembuatan kuisisioner, penyajian hasil dalam bentuk grafik dan pembuatan presentasi laporan CSR. Melakukan persiapan kegiatan seremonial program dan publikasi kegiatan.

3) *CD Officer* PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

Hal ini dikarenakan *CD Officer* PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap memiliki peran untuk tahap kegiatan persiapan, kerjasama dengan pihak terkait untuk pelaksanaan program CSR, implementasi program CSR, monitoring, evaluasi dan langkah tindak lanjut pengelolaan program CSR, pengumpulan data terkait program CSR, dan penyusunan laporan program.

4) Kelompok Patra Bina Mandiri

Hal ini dikarenakan anggota Kelompok Patra Bina Mandiri merupakan pihak yang menerima atau peserta program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove.

Dari kriteria informan tersebut, maka peneliti menetapkan narasumber yang diwawancarai dalam penelitian ini, antara lain:

1) Bapak M. Romi Bahtiar sebagai *Jr. Officer* CSR & SMEPP PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

2) Ibu Puji Rahmawati sebagai *CSR Administration and Reporting* PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

3) Ibu Rizky Fitriati selaku *CD Officer* PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.

4) Ibu Yufita Reni Windi Astuti selaku ketua kelompok, Ibu Elia Murniati selaku anggota aktif dan Ibu Eka Setia Wardani selaku anggota yang kurang aktif.

Kriteria informan yang ditentukan oleh peneliti adalah berdasarkan pihak pelaksana program CSR yaitu Fungsi *Communication and Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap, merupakan bagian internal perusahaan dan pihak yang mengetahui pelaksanaan program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahsan Mangrove.

Wawancara dengan informan yang sudah ditentukan ditujukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahsan Mangrove, dan apakah program tersebut dapat mendatangkan manfaat bagi masyarakat Kampung Laut, sehingga data-data yang didapatkan sangat relevan.

Wawancara juga dilakukan kepada pihak eksternal yaitu beberapa perwakilan dari anggota Kelompok Patra Bina Mandiri sebagai pihak penerima pelaksanaan program. Selanjutnya, peneliti akan mengkaji lebih dalam terkait informasi yang telah didapat dan mengelompokkan berdasarkan informasi yang benar-benar dibutuhkan oleh peneliti.

b. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai data skunder (*secondary data*). Menurut Sugiyono (2016) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Pengumpulan data dari penelitian ini diperoleh dengan mengutip data-data dari buku, internet, sumber informasi dari PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap, foto-foto serta dokumen lain dalam bentuk tulisan yang mendukung dalam pelaksanaan penelitian ini.

Data yang termasuk dalam kategori data skunder dalam penelitian ini, antara lain: profil PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap, foto-foto pelaksanaan kegiatan, kliping pemberitaan terkait program CSR dan dokumen lain yang berkaitan dengan program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Model ini terdapat empat komponen analisis, antara lain: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sugiyono (2016) mengemukakan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan berakhir pada penarikan kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data dilakukan sebagai penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah diinterpretasikan. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif dalam hal ini dilakukan dengan empat tahap. Pertama, melakukan wawancara dengan narasumber serta mengumpulkan data dari hasil observasi dan studi pustaka. Kedua, mengelompokan data berdasarkan wawancara dan observasi dihubungkan dengan masalah pokok dan tujuan penelitian. Ketiga, menganalisis dan menyajikan hasil dari penerapan model evaluasi PII pada pelaksanaan program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove, serta yang terakhir adalah membuat kesimpulan.

6. Uji Validasi Data

Pada penelitian ini, teknik yang dilakukan dalam uji validasi adalah dengan menggunakan triangulasi. Menurut Sugiyono (2016) Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu dengan mengecek kredibilitas data tersebut menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber.

Menurut Sugiyono (2016), validasi merupakan “derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Sehingga data yang valid adalah “data yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Keabsahan data dalam triangulasi menurut Sugiyono (2016) menjelaskan ada tiga macam triangulasi. Ketiga triangulasi tersebut yaitu triangulasi sumber, pengumpulan data dan waktu.

- a. Triangulasi Sumber adalah triangulasi yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data yang telah ada. Pada penelitian ini, triangulasi sumber diperoleh dari data yang dimiliki oleh PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.
- b. Triangulasi Teknik adalah triangulasi suatu alat untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang sama namun dengan teknik yang berbeda. Pada triangulasi teknik ini, peneliti menggunakan wawancara dan dokumen untuk sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian.
- c. Triangulasi Waktu adalah triangulasi yang sering mempengaruhi data. Data yang dikumpulkan dengan dengan teknik wawancara, di pagi, siang, maupun malam.

Berdasarkan pemaparan di atas, pada penelitian ini peneliti akan menggunakan dua macam triangulasi, yaitu triangulasi sumber data berupa dokumen yang diperlukan dalam proses penelitian mengenai pelaksanaan program CSR Pelatihan Kewirausahaan Olahan Mangrove yang diperoleh dari PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap. Penggunaan triangulasi teknik dengan melakukan wawancara kepada narasumber secara langsung terkait pelaksanaan program.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Secara garis besar pembahasan mengenai Model Evaluasi *Preparation, Implementation, and Impact* (PII) pada Program *Corporate Social Responsibility* PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap terdiri atas empat bab, secara sistematis penulisan maka disusun sebagai berikut:

BAB 1 :PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan disajikan mengenai latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penulisan, landasan teori dan metode penelitian.

BAB 2 :GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab gambaran umum objek penelitian akan disajikan mengenai profil secara umum dan khusus mengenai perusahaan tempat penelitian yang meliputi struktur organisasi, visi misi, dan aktivitas perusahaan.

BAB 3 :SAJIAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab sajian data dan analisis akan disajikan berupa korelasi antara data-data yang diperoleh dengan teori yang diterapkan.

BAB 4 :PENUTUP

Pada bab penutup akan disajikan beberapa kesimpulan dan saran yang diperoleh dari proses penelitian yang akan bermanfaat guna penelitian selanjutnya.