

**IMPLEMENTASI DAN PELAPORAN CSR :
STRATEGI BISNIS ATAU TANGGUNG JAWAB
MORAL**

(Studi Kasus pada Praktik CSR PT. Djarum)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**YUKO SEKAR SARASWATI
NIM. C2C009024**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Yuko Sekar Saraswati

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009024

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI DAN PELAPORAN CSR :
STRATEGI BISNIS ATAU TANGGUNG
JAWAB MORAL? (Studi Kasus pada Praktik
CSR PT. Djarum)**

Dosen Pembimbing : Anis Chariri, S.E.,M.Com.,Ph.D.,Akt.

Semarang, 21 Maret 2014

Dosen Pembimbing,

(Anis Chariri, S.E.,M.Com.,Ph.D.,Akt.)

NIP.196708091992031001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Yuko Sekar S

Nomor Induk Mahasiswa : C2C009024

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI DAN PELAPORAN CSR :
STRATEGI BISNIS ATAU TANGGUNG
JAWAB MORAL ?(Studi Kasus pada Praktik
CSR PT. Djarum)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 28 Maret 2014

Tim Penguji:

1. Anis Chariri, S.E.,M.Com.,Ph.D.,Akt. (.....)
2. Aditya Septiani, S.E., M.Si., Akt. (.....)
3. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Yuko Sekar Saraswati, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Implementasi dan Pelaporan CSR : Strategi Bisnis atau Tanggung Jawab Moral ? (Studi Kasus pada Praktik CSR PT. Djarum)**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 21 Maret 2014

Yang membuat pernyataan,

Yuko Sekar S

NIM: C2C009024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Smile, you don’t own all the problems in the world”

“Stop to thinking too much, It’s alright not to know all the answers”

Persembahan yang istimewa kepada:

*Ayah dan Ibu
Kakak dan Adik-adik
Seluruh kerabat dan saudara
Para Sahabat
Orang-orang yang menginspirasi*

**Rejection is God’s way of saying “wrong direction”
Keep moving on**

ABSTRACT

This study aims to analyze how the implementation of the CSR activities of the tobacco industry with research subjects PT. Djarum as well as to analyze and understand how CSR reporting. CSR activities by the tobacco industry is considered just as much a business strategy as well as to cover the impact of the company's practices. With this study is expected to answer the purpose of CSR activities as a business strategy or moral responsibility.

This study was conducted using a case study on one of the largest tobacco industry in Indonesia, PT. Djarum. The method of data collection was done by interview, observation, and document analysis. Interviews addressed to the Head of CSR Division PT. Djarum and CSR Implementation Team.

The results of this study indicate that the CSR activities undertaken as a business strategy as well as a moral responsibility. As a business strategy due to corporate interests, while the moral responsibility as a form of concern for the society and country. Reports prepared for internal purposes only and is confidential. Formal reporting is not compiled and published as it still is voluntary and there are no penalties for companies that do not do the reporting.

Keywords: Corporate Social Responsibility, tobacco industry, CSR reporting, the theory of legitimacy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana implementasi kegiatan CSR industri rokok dengan subjek penelitian PT. Djarum serta menganalisis serta memahami bagaimana pelaporan CSR yang dilakukan. Kegiatan CSR oleh industri rokok banyak dianggap hanya sebagai strategi bisnis serta untuk menutupi dampak dari praktek perusahaan. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjawab tujuan dari kegiatan CSR sebagai strategi bisnis atau tanggung jawab moral.

Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus pada salah satu industry rokok terbesar di Indonesia yaitu PT. Djarum. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Wawancara ditujukan kepada *Corporate Affairs* PT. Djarum serta Djarum Foundation.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR dilakukan sebagai strategi bisnis serta sebagai tanggung jawab moral. Sebagai strategi bisnis karena untuk kepentingan *corporate*, sedangkan tanggung jawab moral sebagai wujud kepedulian terhadap masyarakat dan negeri. Laporan disusun hanya untuk kepentingan internal saja dan bersifat rahasia. Laporan formal tidak disusun dan dipublikasikan karena masih bersifat *voluntary* dan tidak ada sanksi bagi perusahaan yang tidak melakukan pelaporan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, industri rokok, pelaporan CSR, teori legitimasi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“IMPLEMENTASI DAN PELAPORAN CSR : STRATEGI BISNIS ATAU TANGGUNG JAWAAB MORAL ? (Studi Kasus pada Praktik CSR PT. Djarum)”**

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, petunjuk, saran dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan sepuh hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Prof. Dr. H. Muhammad Syafrudin, S.E M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi yang telah memberikan arahan selama masa studi.
3. Anis Chariri, S.E.,M.Com.,Ph.D.,Akt.selaku dosen pembimbing atas bimbingan dan nasihat yang telah diberikan.
4. Aditya Septiani, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali atas arahan dan nasihat selama proses studi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas ilmu bermanfaat yang telah diajarkan.
6. Seluruh staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas semua bantuan yang telah diberikan.
7. Keluarga tercinta Ibu Sri Purbowati, Bapak Bambang Sunaryo, Kakak Gilang Wicaksono, Adek Ginta Naswara dan Adek Ghaitsya Al-Deansyah atas doa, kasih sayang, perhatian, dukungan, motivasi dan semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
8. Keluargaku Babe Purbo Jatmiko, Mba Indri Hapsari, Adek Jasmin, Ibu Mugi Rahayu, Adek Larasati, Mama Ani Khulikah, Adek Vella Ardhea dan Adek Alif Robhyto atas doa, kasih sayang, dukungan, motivasi dan semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
9. Keluarga Bapak Kastolani, Ibu Diana, Adek Muna dan Adek Rizal atas doa, kasih sayang, dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis.

10. Spesial untuk Nurrahman Wahid, S.E yang selalu memberikan perhatian, doa dan dukungan yang begitu besar dengan segala kesabarannya.
11. Sahabat-sahabatku Group for Nothing Faizal, Pinto, Yoga, Husni, Alek , Rahman, Festi, Asa, dan Kikiyang telah memberikan semangat dan dukungannya.
12. Teman-temanku Vania, Khalida, Lala, Idut, Mareta, Era, Gea, Tika, Candra, Putri atas dukunganyang diberikan kepada penulis.
13. “The Dream Team” Tim Basket Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Kalian keluarga, sahabat, pelawak, dan apapun itu yang selalu berkesan di hati. Bella, Yunita, Nurul, Ocke, Devi, Ema, Darin, Anggy, Betha, Grace, Valen, Tiwi, kalian konco pasir!!! Buat Tim Cowok Basket FEB UNDIP, thanks for all!
14. Tim Basket Universitas Diponegoro. Terima kasih atas pengalaman menakjubkan dan atas dukungan selama ini kepada penulis.
15. Teman-teman Akuntansi angkatan 2009 terima kasih atas kekeluargaannya selama ini.
16. Teman – Teman makul SAK kelas E, Alek, Faizal, Santi, Ditia, Leditya, Dominikus, Rendy, Revani, Ayu, Aviandika, Henry, dan semuanya, terima kasih untuk dukungan dalam penyelesaian skripsi dan semangat 134-nya.
17. Teman-teman KKN Desa Sragi Pekalongan, Ranny, Riswan, Reza, Wulan, Opi, Davi, Haris, dan Ivone terima kasih atas kekeluargaan dan dukungan yang diberikan.
18. Semua Pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga penelitian ini berguna bagi pihak pembaca.

Semarang, 21 Maret 2014

Penulis

Yuko Sekar S

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Teori Legitimasi.....	14
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	15
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai Strategi Bisnis	20
2.1.4 Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3. Alur Pemikiran.....	31
BABIII METODE PENELITIAN	34

3.1 Desain Penelitian	34
3.1.1 Pemilihan Desain Penelitian	34
3.1.2 Pendekatan Penelitian	35
3.1.3 Studi Kasus	35
3.2 Jenis dan Sumber Data	36
3.3 Metode Pengumpulan Data	37
3.3.1 Wawancara	37
3.3.2 Observasi	38
3.3.3 Analisis Dokumen	39
3.4 Setting Penelitian	40
3.5 Metode Analisis data	40
3.5.1 Perencanaan	40
3.5.2 Memulai Pengumpulan Data	41
3.5.3 Pengumpulan Data Dasar	41
3.5.3.1 Reduksi Data	41
3.5.3.2 Penyajian Data	42
3.5.3.3 Penarikan Kesimpulan	43
3.5.4 Pengumpulan Data Penutup	44
3.5.5 Melengkapi	46
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	47
4.1 Gambaran CSR pada Industri Rokok Indonesia	47
4.2 Makna CSR Bagi PT. Djarum	56
4.3 Latar Belakang Pemilihan Kegiatan CSR PT. Djarum pada Bidang Pendidikan, Olahraga, Budaya, Sosial dan Lingkungan	58
4.4 Mekanisme Kegiatan CSR PT. Djarum yang Bertolak Belakang Dengan Produk PT. Djarum	64
4.4.1 Djarum Bakti Pendidikan	66
4.4.1.1 Djarum Beasiswa Plus	66
4.4.2 Djarum Bakti Olahraga	69
4.4.2.1 PB. Djarum	69

4.4.3 Djarum Bakti Budaya.....	72
4.4.3.1 Djarum Apresiasi Budaya.....	72
4.4.4 Djarum Bakti Sosial.....	75
4.4.4.1 Djarum Sumbangsih Sosial	75
4.4.5 Djarum Bakti Lingkungan.....	78
4.4.5.1 Djarum <i>Trees For Life</i>	78
4.5 Tanggapan PT. Djarum Terhadap Isu Kegiatan CSR	
Industri Rokok Sebagai Pencitraan dan Peningkatan Reputasi	
Semata.....	80
4.6 Pengukuran dan Pelaporan CSR PT. Djarum.....	83
BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Motif <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Informan Penelitian.....	36
Tabel 4.1	Rekapitulasi Jumlah Kegiatan Luar Ruangan yang Diselenggarakan / Disponsori Industri Rokok per Bulan Januari – Oktober 2007 ...	51
Tabel 4.2	Rekapitulasi Jumlah Kegiatan Luar Ruangan yang Diselenggarakan / Disponsori Industri Rokok per Bulan Januari – Oktober 2007....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Alur Pemikiran.....	33
------------	---------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Izin Penelitian.....	104
Daftar Pertanyaan Wawancara	105
Contoh Pelaporan CSR Dalam Bentuk Presentasi	118
Contoh Pelaporan CSR Dalam Bentuk Website	124
Contoh Pelaporan CSR Dalam Bentuk Majalah	125
Dokumentasi Kegiatan.....	128

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Demi menjaga kelangsungan perusahaan ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan, salah satunya adalah dengan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang diawali dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap karyawan dan keluarganya kemudian berkembang terhadap masyarakat luas. Umumnya kegiatan ini dilakukan sebagai pertimbangan etis perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup karyawan dan masyarakat.

Dari sisi teori legitimasi kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan pada masyarakat. Perusahaan ingin menjaga *stakeholders*-nya salah satunya masyarakat itu dengan cara memenuhi kebutuhan masyarakat secara umum. Pemenuhan kebutuhan ini sendiri bertujuan agar masyarakat memiliki pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Di Indonesia kegiatan CSR wajib untuk dilakukan oleh perusahaan tertentu. Undang – Undang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan yang berbasis sumber daya alam menyisihkan anggaran untuk tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan (Susanto, 2007). Kegiatan tanggung jawab sosial tersebut tidak lain adalah sebagai bentuk timbal balik perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan dalam proses produksinya selalu

tergantungan terhadap masyarakat dan lingkungan. CSR dilakukan agar kelangsungan perusahaan tetap terjamin dan mendapatkan citra positif dikalangan masyarakat.

Perusahaan yang sering disorot kegiatan CSR yang telah dilakukan adalah perusahaan rokok. Rokok di Indonesia merupakan penyumbang devisa terbesar. Banyak sekali rokok produk Indonesia yang di ekspor ke luar negeri. Rokok Indonesia memiliki kualitas yang baik karena keunikan dari tembakau Indonesia yang sangat cocok untuk dijadikan rokok. Selain itu di Indonesia juga banyak berdiri perusahaan rokok. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya jumlah perusahaan rokok saat ini mencapai hingga lebih dari 250 perusahaan (Nanuneni, 2012).

Di sisi lain rokok memberi dampak sangat tidak baik untuk kesehatan. Rokok dapat menyebabkan gangguan pernafasan serta otak baik bagi perokok aktif maupun pasif. Biaya untuk perawatan dan penyembuhan pun terhitung tidak murah. Indonesia merupakan salah satu Negara pengkonsumsi rokok tertinggi pada urutan kelima setelah Cina, India, Brazil dan Amerika Serikat pada tahun 2004 (*US Department of Agriculture. World's Leading Unmanufactured Tobacco Producing, Trading, and Consuming Countries, 2004*)

Perusahaan rokok melakukan banyak kegiatan CSR sebagai tanggung jawab perusahaannya sebagai salah satu tujuannya agar perusahaan *going concern*. Kegiatan CSR yang dilakukan tidak semata – mata sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap perusahaan, melainkan juga untuk mengubah citra

perusahaan menjadi lebih baik. Dengan demikian kegiatan produksi perusahaan tetap lancar.

Industri rokok di Indonesia semakin gencar memanfaatkan program tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibilities / CSR*) untuk membangun reputasi perusahaan (Indriasari, 2012). Saat ini yang sedang banyak menjadi perbincangan kegiatan CSR sebagai bentuk “kedok” promosi adalah CSR di industri rokok Indonesia.

Komisi Nasional Perlindungan Anak (2007) telah melakukan kegiatan Monitoring Industri Rokok Indonesia dilakukan dalam kurun waktu Januari – Oktober 2007. Hasil monitoring ditemukan bahwa sebagian besar konsumen dari rokok adalah anak – anak dan remaja. Hal tersebut merupakan segmen yang ingin dicapai oleh industri rokok. Hasil monitoring juga menyebutkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan hanya sebagai pembangunan citra yang baik bagi industri rokok.

Selain itu, Yayasan A+ CSR Indonesia juga melakukan banyak penelitian mengenai CSR industry rokok Indonesia. Disebutkan bahwa industry rokok memang tidak layak melakukan kegiatan CSR melainkan layak disebut sebagai *CSR washing*. *CSR washing* merupakan langkah pembangunan citra yang baik terhadap industry rokok dengan cara beriklan dan promosi secara langsung dan sebagainya.

Penelitian Lubis (*n.d*) menyatakan bahwa industry rokok memiliki dua sisi. Penerimaan cukai khususnya tembakau / rokok dijadikan sebagai penerimaan

Negara. Penerimaan ini sebagian besar diperoleh dari hasil penjualan rokok yang dikonsumsi masyarakat sehingga dari konsumsi masyarakat tersebut Negara memperoleh uang berupa cukai atas rokok. Sering dikatakan bahwa rokok dan produk tembakau lainnya merupakan komoditas kontroversial.

Hal yang lebih mencengangkan adalah biaya sosial yang disebabkan oleh kerugian masyarakat atas rokok jauh lebih besar jika dibandingkan dengan cukai yang masuk ke kas Negara. Contohnya, berdasarkan data Kementerian Kesehatan konsumsi rokok pada tahun 2010 menyebabkan pengeluaran tak perlu sebesar Rp 231,27 triliun. Rinciannya, untuk membeli rokok Rp 138 triliun, biaya perawatan medis Rp 2,11 triliun dan hilangnya produktivitas Rp 91,16 triliun. Pengeluaran ini lebih besar jika dibandingkan dengan perolehan Negara dan cukai dan rokok sebesar Rp 59.265,95 miliar (Lubis, *n.d*). Dari sisi ekonomi, pemasukan Negara yang diperoleh dari cukai rokok tidak sebanding dengan beban biaya kesehatan yang berdampak pada kesehatan masyarakat.

Yang lebih penting selain isu yang berkembang terhadap kegiatan CSR adalah tentang pelaporan CSR. Pelaporan CSR wajib dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan akuntabilitas perusahaan di mata para pemangku kepentingan. Selain itu, di Indonesia perusahaan diwajibkan untuk memberikan laporan tanggung jawab perusahaan sesuai dengan UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 66 ayat (2) butir (c) disampaikan secara tegas agar perusahaan menyampaikan laporan CSR dalam laporan tahunan. Akan tetapi, lemahnya peraturan yang mengatur tentang pelaporan CSR menjadikan penyampaian laporan CSR tidak dilaksanakan secara maksimal.

Standar yang digunakan dalam pelaporan CSR belum seragam karena belum ada standar pasti yang digunakan dalam pelaporan CSR.

Saat ini, perusahaan – perusahaan di Indonesia telah banyak yang melakukan pelaporan kegiatan CSR atau yang biasa disebut dengan laporan keberlanjutan. Tanggal 6 September 2007 telah diadakan *The 2nd Enterprise Performance Conference, Towards a Sustainable Business* yang merupakan ajang penghargaan untuk perusahaan – perusahaan yang menjadi pelopor pelaporan aspek – aspek nonfinansial, termasuk di dalamnya adalah membuat laporan keberlanjutan (Jalal, 2007, 2008, 2012). Dari kegiatan tersebut ditunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan yang melakukan pelaporan keberlanjutan. Akan tetapi jumlah perusahaan yang telah melakukan pelaporan tidak sebanding dengan jumlah seluruh perusahaan di Indonesia.

Laporan keberlanjutan saat ini masih menjadi pembicaraan karena dalam praktiknya pelaporan tidak menunjukkan kinerja yang sesungguhnya. Laporan keberlanjutan seharusnya benar – benar menunjukkan bahwa perusahaan yang melaporkan telah berada pada kondisi keberlanjutan atau setidaknya dalam proses menuju kondisi tersebut. Untuk mengetahui hal tersebut dibutuhkan pemahaman mendalam tentang makna CSR serta laporan keberlanjutan.

Konsep pembangunan berkelanjutan menjelaskan bahwa perusahaan adalah alat bagi manusia untuk mencapai tujuan bersama, yaitu keadilan intra dan antargenerasi dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan (Jalal, 2007, 2008, 2012). Dengan kata lain, jika perusahaan tidak memenuhi keseimbangan *triple*

bottom-line maka perusahaan tersebut masih timpang dan dapat menimbulkan konflik. Konflik tersebut adalah konflik antara perusahaan dan masyarakat dimana hal tersebut dapat menimbulkan kondisi perusahaan yang beresiko. Jika terjadi keadaan demikian, dapat dipastikan perusahaan tidak dapat menjalankan usahanya dalam jangka panjang. Sangat jelas bahwa laporan keberlanjutan merupakan alat untuk memenuhi kewajiban perusahaan dalam melaporkan kinerjanya dalam kegiatan CSR.

Laporan – laporan keberlanjutan yang dihasilkan oleh perusahaan – perusahaan di Indonesia masih lebih memfokuskan pada ranah ekonomi dibandingkan dua ranah yang lain, sosial dan lingkungan (Jalal, 2007, 2008, 2012). Ketimpangan pelaporan ini dapat dikatakan karena untuk ranah sosial dan lingkungan belum sepenuhnya dipahami. Selain itu ranah ekonomi juga lebih dipertimbangkan karena penting untuk keputusan bisnis. Dalam kondisi seperti ini, laporan keberlanjutan belum seutuhnya dilakukan. Kondisi ini mengakibatkan adanya ketidaklayakan pelaporan karena terjadi ketimpangan dalam pelaporan.

Jika dilihat dari fungsi pelaporan sebagai alat akuntabilitas, laporan keberlanjutan tidak boleh dibuat hanya sebagai pajangan saja. Dalam laporan keuangan harus mengandung seluruh informasi yang dibutuhkan oleh seluruh pemangku kepentingan. Dengan melihat laporan tersebut para pemangku kepentingan dapat memberikan masukan – masukan, kemudian perusahaan mengintegrasikan seluruh masukan ke dalam keputusan manajemen terbaik sehingga dapat dilakukan perbaikan – perbaikan.

Penelitian ini difokuskan pada kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum. PT. Djarum merupakan perusahaan rokok besar di Indonesia yang telah berdiri lebih dari 50 tahun. Lamanya waktu berdiri menunjukkan bahwa PT. Djarum memiliki eksistensi yang tinggi dan pengalaman yang sudah tidak diragukan lagi dalam memelihara kelangsungan perusahaan. Selain itu, PT. Djarum merupakan perusahaan rokok yang berbeda dari perusahaan lain. PT. Djarum merupakan perusahaan unik. Perusahaan ini merupakan perusahaan keluarga yang telah beroperasi secara turun - temurun.

PT. Djarum tidak melakukan *listing* pada Bursa Efek Indonesia. Tanpa harus terdaftar di Bursa Efek Indonesia, perusahaan ini masih tetap terus bertahan dalam kondisi apapun. Sejak awal berdirinya hingga saat ini PT. Djarum tetap eksis di Indonesia.

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum terbilang unik. Dari kelima jenis kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak memiliki keterkaitan dengan produk perusahaan yaitu rokok. Justru kegiatan CSR yang dilakukan sangat bertolak belakang. Adapun kegiatan CSR tersebut bergerak di bidang pendidikan, olahraga, lingkungan, sosial, dan olahraga. Semua kegiatan CSR tersebut dilakukan dengan sangat baik dari waktu ke waktu sesuai dengan perubahan dan permintaan masyarakat. Ini merupakan salah satu kunci dari kegiatan CSR PT. Djarum agar dapat memberikan dampak positif terhadap perusahaan.

PT. Djarum telah melakukan kegiatan CSR sejak berdirinya perusahaan (Cahyana, 2014). Kegiatan CSR tersebut adalah Bakti Sosial Djarum Foundation. Kegiatan CSR ini dilatarbelakangi adanya landasan untuk terus berbuat bagi masyarakat, serta bersama – sama mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan bermartabat. Bakti Sosial Djarum Foundation telah melakukan banyak kegiatan untuk kesejahteraan masyarakat serta pengembangan kualitas hidup masyarakat.

Dalam bidang olahraga PT. Djarum telah mendirikan PB Djarum sejak tahun 1969. PB Djarum merupakan perkumpulan bulutangkis yang didirikan oleh PT. Djarum dengan latar belakang untuk membumikan bulutangkis serta dapat menorehkan prestasi hingga tingkat internasional. Sesuai dengan latar belakang tersebut, kini PB. Djarum telah banyak menyumbangkan prestasi untuk Indonesia.

Pada tahun 1979, Djarum Foundation mulai melaksanakan kegiatan CSR Djarum *Trees For Life*. Kegiatan ini merupakan usaha perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan, menciptakan keteduhan, serta membantu resapan air. Bentuk kegiatan ini berupa penanaman pohon Trembesi di jalur utama Jawa Tengah yaitu sepanjang Jalur Pantura. Kegiatan ini dilakukan atas dasar adanya perubahan iklim dan cuaca yang sangat ekstrim, pemanasan global serta sulitnya air bersih didapatkan.

Djarum Foundation Bakti Pendidikan secara konsisten juga berperan aktif dalam memajukan pendidikan. Kegiatan CSR ini dilakukan sejak tahun 1984. Djarum Foundation tidak hanya memberikan bantuan biaya pendidikan, melainkan juga program pelatihan *softskill* serta pengembangan karakter. Selain

beasiswa, Djarum Foundation juga memberikan bantuan pendidikan kepada sekolah atau perguruan tinggi.

Bakti Budaya Djarum Foundation mendukung semangat kreatif masyarakat serta membangun hubungan kerjasama dalam usaha – usaha untuk meningkatkan apresiasi terhadap hasil budaya Indonesia. Indonesia memiliki kebudayaan yang sangat beraneka ragam. Warisan budaya tersebut perlu dilestarikan agar generasi tidak kehilangan identitas. Disinilah Djarum Foundation ikut andil dalam pelestarian budaya.

Apabila dikaji satu per satu kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh PT. Djarum, secara sekilas CSR PT. Djarum lebih mirip sebagai pembangunan citra industri rokok. PT. Djarum berbeda dengan industri rokok lain. Perusahaan ini sangat dekat dengan masyarakat, sesuai dengan latar belakangnya sebagai perusahaan keluarga serta perusahaan yang tidak melakukan *listing* di BEI dan tidak mempublikasikan laporan tahunan termasuk laporan CSR. Dengan demikian, isu kegiatan CSR dan pelaporannya sebagai tanggung jawab moral atau strategi bisnis akan dibuktikan melalui penelitian ini dengan fokus studi kasus pada PT. Djarum.

Umumnya penelitian tentang CSR menggunakan pendekatan kuantitatif. Padahal kegiatan CSR berhubungan dengan tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat. Tanggung jawab moral tidak dapat disajikan dengan menggunakan angka – angka atau dengan pendekatan kuantitatif. Dengan

demikian studi tentang kegiatan CSR dan pelaporannya sangat cocok jika disajikan dengan metode kualitatif.

1.2. Rumusan Masalah

Selama ini CSR itu memiliki beberapa makna, ada yang memaknai CSR sebagai tanggung jawab moral, sebagai strategi bisnis dan sebagai media untuk menutupi dampak negatif hasil dari suatu perusahaan. Ada kecenderungan bahwa CSR lebih banyak dipakai sebagai strategi bisnis untuk menutupi efek samping yang muncul dari hasil produksi perusahaan. Namun, penelitian yang selama ini dilakukan cenderung mengabaikan dampak negatif yang muncul dari pelaksanaan CSR. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana perusahaan memaknai CSR?
2. Mengapa bidang pendidikan, olahraga, budaya, soasial, serta lingkungan dipilih oleh perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan CSR?
3. Bagaimana perusahaan melakukan kegiatan CSR yang bertolak belakang dengan produk perusahaan?
4. Bagaimana perusahaan menanggapi beberapa isu yang menyebutkan bahwa kegiatan CSR perusahaan rokok tidak lebih dari pencitraan dan peningkatan reputasi semata?
5. Bagaimana perusahaan mengukur dan melaporkan kegiatan CSR ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan penelitian interpretatif lainnya, penelitian ini dilakukan bukan untuk memprediksi dan melakukan generalisasi tentang praktik CSR. Sebagai tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menjelaskan :

1. Makna CSR dalam perspektif pelaku bisnis yaitu PT. Djarum.
2. Alasan perusahaan memilih bidang – bidang tertentu untuk dipakai dalam kegiatan CSR.
3. Mekanisme yang dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR yang condong bertolak belakang dengan produk PT. Djarum.
4. Mekanisme perusahaan dalam menanggapi isu bahwa CSR mirip pencitraan dan peningkatan reputasi perusahaan.
5. Mekanisme yang digunakan PT. Djarum dalam mengukur dan melaporkan CSR.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini, diharapkan bagi dapat Perusahaan lebih memperhatikan penyusunan pelaporan CSR agar sesuai dengan peraturan pemerintah untuk menyusun pelaporan CSR. Bagi masyarakat dapat dijadikan sebagai contoh bahwa tidak seluruh perusahaan melakukan pelaporan formal CSR, tetapi dengan media lain.

1.4.2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis perusahaan, masyarakat dan pemerintah. Dapat memberikan manfaat bagi Pemerintah untuk dapat dijadikan sebagai evaluasi dalam regulasi pelaporan CSR.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dijelaskan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* secara umum serta konsep-konsep lain yang berkaitan dengan implementasi dan pelaporan kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai metode penelitian, antara lain desain penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisi profil dan sejarah singkat PT. Djarum.

Selanjutnya, dalam bab ini akan dibahas kegiatan CSR PT.

Djarum terkait dengan implementasi serta pelaporannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Legitimasi dapat diartikan sebagai kesediaan masyarakat dalam menerima dan mengakui kewenangan, keputusan dan kebijakan perusahaan. perusahaan disini telah menggunakan berbagai sumber daya termasuk sumber daya alam dan sumber daya manusia dimana sumber daya tersebut berada di sekitar masyarakat. Jika perusahaan ingin masyarakat menerima terhadap apa yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal proses produksi, maka sebaik mungkin perusahaan berusaha untuk memberikan manfaat lebih kepada masyarakat.

Yang melandasi teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Ghozali dan Chariri, 2007). Seperti halnya hubungan timbal balik, perusahaan bisa mendapatkan apa yang dibutuhkan untuk kegiatan produksinya jika masyarakat juga mendapatkan apa yang dibutuhkan. Tidak ada institusi yang mengatur dalam hal ini, namun “kontrak sosial” pasti akan terjadi.

Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat (Ahmad

dan Sulaiman, 2004). Teori tersebut dibutuhkan oleh institusi – institusi untuk mencapai tujuan agar kongruen dengan masyarakat luas. Menurut Gray et al (1996) dalam Ahmad dan Sulaiman (2004) dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan perusahaan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat.

Kontrak sosial akan terus berlaku dalam kurun waktu yang sesuai dengan kelangsungan perusahaan. Jika perusahaan ingin memiliki kelangsungan yang cukup lama, perusahaan harus terus – menerus melakukan pembenahan dan evolusi terhadap perubahan keinginan dari masyarakat. Jika perusahaan mampu melakukannya, kelangsungan perusahaan akan tetap terjamin.

2.1.2 Corporate Social Responsibility

Corporate Sosial Responsibility (CSR) atau yang biasa kita sebut tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya menjadikan komitmen perusahaan dalam mencari keuntungan, melainkan juga dalam membangun sosial – ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Komitmen dan aktivitas CSR perusahaan umumnya berusaha untuk menyesuaikan beberapa perilaku perusahaan termasuk dalam beberapa hal aspek sosial. Dengan

demikian salah satu aspek dalam pelaksanaan CSR adalah komitmen berkelanjutan dalam kesejahteraan masyarakat.

Terdapat beberapa manfaat yang didapatkan dalam kegiatan CSR baik bagi perusahaan, masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Seperti yang disebutkan Wibisono (2007) manfaat CSR adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan. Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. 1) Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. 2) Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal. 3) Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas. 4) Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal – hal kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko.
2. Bagi masyarakat. Praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak – haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat

lokal, praktek CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

3. Bagi lingkungan. Praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.
4. Bagi Negara. Praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut *corporate misconduct* atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat Negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu Negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar oleh perusahaan.

Selain manfaat, Wibisono (2007) juga menjelaskan beberapa motif CSR. Motif CSR merupakan beberapa poin yang menjadi latar belakang dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Adapun motif CSR tersebut adalah sebagai berikut :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan. Perbuatan destruktif akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif akan mendongkrak reputasi perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non-financial* utama bagi perusahaan dan bagi *stakeholders*-nya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.

2. Layak mendapatkan *social licence to operate*. Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan benefit dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan. Perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders* akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi, maka disamping menanggung *opportunity loss*, perusahaan juga harus mengeluarkan biaya yang mungkin berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk mengimplementasikan CSR.
4. Melebarkan akses sumber daya. *Track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

5. Membentangkan akses menuju *market*. Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.
6. Mereduksi biaya. Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang kedalam siklus produksi.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*. Implementasi program CSR akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Hal ini akan memperkuat kepercayaan kepada perusahaan.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator. Perusahaan yang menerapkan program CSR dapat meringankan beban pemerintah sebagai regulator karena pemerintah merupakan penanggungjawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya

sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.

10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyak *reward* ditawarkan bagi penggiat CSR, sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan mempunyai kesempatan yang cukup tinggi.

Selain motif – motif tersebut, masih terdapat tiga motif lainnya. Motif tersebut dilatarbelakangi oleh beberapa kepentingan. Ketiga motif tersebut adalah motif menjaga keamanan fasilitas produksi, motif mematuhi kesepakatan kontrak kerja, dan motif moral. Tabel 2.1 akan menjelaskan mengenai motif – motif tersebut.

Tabel 2.1
Motif Corporate Social Responsibility

Motif Keamanan	Motif memenuhi kewajiban kontraktual	Komitmen moral
<p>Program dilakukan setelah ada tuntutan masyarakat yang biasanya diwujudkan melalui demonstrasi</p> <p>Program tidak dilakukan setelah kontrak ditandatangani.</p> <p>Kecenderungan program dilakukan ketika kebebasan masyarakat sipil semakin besar pasca desentralisasi.</p>	<p>Pertanggungjawaban program CSR kepada pemerintah daerah dan pusat.</p> <p>Propaganda kegiatan CSR melalui media massa</p>	<p>Wacana CSR</p> <p>Propaganda kegiatan CSR melakukan media massa.</p>

Sumber : Mulyadi (2003, hal. 4)

2.1.4 Corporate Social Responsibility sebagai Strategi Bisnis

Definisi *Social Responsibility* dalam ISO26000 adalah tanggung jawab organisasi terhadap dampak yang diakibatkan oleh kebijakan, dan kegiatannya (proses, produk/jasa) terhadap masyarakat & lingkungan melalui perilaku yang transparan dan beretika; yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan & kesejahteraan masyarakat; dengan mempertimbangkan ekspektasi semua stakeholder; taat terhadap hukum yang berlaku, konsisten dengan norma internasional; dan terintegrasi kedalam proses organisasi. Berdasarkan pada definisi tersebut, perusahaan dapat mengadopsi CSR berbasis ISO26000 dalam strategi bisnis.

Untuk meningkatkan kekayaan perusahaan, produk disukai dan dipercaya oleh konsumen serta mendongkrak posisi perusahaan berada di kelas internasional, perusahaan bisa melakukan beberapa hal. Menggabungkan beberapa target, menciptakan produk berkualitas, dapat menciptakan kepuasan konsumen. Selain trik – trik tersebut, perusahaan juga bisa melakukan pemberdayaan isu sosial dalam meningkatkan pendapatan dan kelanjutan perusahaan.

Contoh dari perusahaan yang melakukan pemberdayaan isu sosial dalam meningkatkan pendapatan dan kelanjutan perusahaan adalah Whole Foods Market (*Interdev*, 2012). Whole Foods Market merupakan perusahaan penjual makanan segar di Texas

yang telah memiliki 270 lokasi tersebar di AS, Kanada, dan UK. Perusahaan ini berhasil mencapai puncak dengan melakukan tanggung jawab sosial. Perusahaan menyajikan produk lokal dan berkontrak dengan petani lokal, pelayanan konsumen yang baik, personel berpengetahuan dan berwawasan, memiliki *green project* yang dikelola oleh karyawan untuk memperbaiki kinerja perusahaan, serta menyumbang 5% untuk organisasi nirlaba.

Kemudian untuk perusahaan di Indonesia dapat pula menggunakan CSR dalam strategi bisnis dengan cara memadukan strategi perusahaan dalam satu platform sehingga manfaat bisa diterima bersama atau biasa disebut *shared value* (*Interdev*, 2012). Konsep *shared value* memiliki hubungan saling mempengaruhi antara rantai nilai perusahaan dan lingkungan social atau *stakeholdernya*. Apabila perusahaan berhasil memetakan rantai nilai perusahaan maka perusahaan dapat memilih isu social yang paling bermanfaat diterima *stakeholder*. Secara ringkas, dapat dirumuskan isu – isu *shared value* sebagai berikut :

1. Perusahaan meningkatkan kapasitas vendor lokal dan tenaga terampil lokal dengan mengadakan pelatihan ketrampilan dan wirausaha.
2. Perusahaan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal agar kemampuan mereka lebih baik secara ekonomi dan sosial.

Bentuk adopsi CSR pada strategi bisnis sangat bergantung jenis bisnis dan lingkungan sosial. Dengan demikian tidak lagi menjadi beban perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR. Kegiatan CSR harus dilakukan berdasar hasil produksi, rantai nilai, dan lingkungan social.

Pada tanggal 13 – 14 Maret 2013 telah diadakan acara *International Conference and Exhibition on Corporate Social Responsibility (ICSSR)* di Balai Kartini, Jakarta. Acara tersebut diadakan dalam rangka penegasan terhadap kesadaran berbagai kalangan di Indonesia mengenai implementasi CSR yang beretika. Hal ini dilakukan karena telah banyak perusahaan yang telah menggunakan CSR sebagai strategi bisnis, bukan sekedar menyisihkan dana untuk tanggung jawab sosial. Acara ini juga merupakan wadah interaksi berbagai kalangan yang berkonsentrasi pada CSR.

Pelaksanaan CSR sering kali dilakukan oleh perusahaan sebagai pencitraan. Padahal kita tahu bahwa tiga landasan penting yang harus dimiliki oleh perusahaan adalah *source, people, dan profit*. Dari sini kita tahu bahwa sebuah perusahaan jika ingin *going concern* maka perusahaan harus menjiwai kegiatan CSR dan melakukan kegiatan CSR dengan cara – cara yang etis, ramah terhadap lingkungan, menjalin kerjasama dengan komunitas, dan menjadikan kegiatan CSR sebagai sebuah strategi bisnis yang pada

akhirnya menghasilkan konsekuensi logis yang baik. Paling tidak jika perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR dengan adopsi ISO26000, maka perusahaan telah melakukan kegiatan CSR dengan tepat.

2.1.5 Pelaporan Corporate Social Responsibility

Perusahaan perlu melakukan pelaporan pelaksanaan kegiatan CSR atau yang saat ini bisa disebut sebagai laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Hal ini merujuk pada Undang – Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 66 ayat (2) butir (c) disebutkan secara tegas agar Perseroan menyampaikan laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau yang biasa disebut CSR. Laporan CSR perlu dibuat karena sudah ada peraturan yang mengatur serta dapat berfungsi sebagai media komunikasi sekaligus pertanggungjawaban kepada *stakeholders* (Darwin, 2010).

Yang perlu diperhatikan dalam pembuatan laporan CSR adalah standar pelaporan. Pemerintah telah mengatur dalam Undang – Undang adanya kewajiban Perseroan Terbatas untuk membuat laporan CSR. Akan tetapi dalam Undang – Undang tersebut tidak mengatur bagaimana pedoman penyusunan laporan. Sementara standar pelaporan sangat penting sebagai rujukan dalam penyusunan laporan mulai tahap persiapan, pemantauan, sampai

pada tahap evaluasi kinerja CSR serta pemberian umpan balik untuk penyempurnaan laporan berikutnya.

Beberapa standar CSR yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam membuat laporan CSR (Wikipedia, *n.d*) adalah sebagai berikut :

1. Akuntabilitas atas standar AA1000 berdasarkan laporan sesuai standar John Elkington yaitu laporan yang menggunakan dasar *triple-bottom line* (3BL).
2. *Global Reporting Initiative* (GRI), yang mungkin merupakan acuan laporan berkelanjutan yang paling banyak digunakan sebagai standar saat ini.
3. *Verite*, acuan pemantauan.
4. Laporan berdasarkan standar akuntabilitas sosial internasional SA8000.
5. Standar manajemen lingkungan berdasarkan ISO14000.

Tidak adanya standar yang jelas yang mengatur pelaporan kegiatan CSR menimbulkan interpretasi yang berbeda – beda. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan akan memiliki format laporan CSR yang berbeda – beda. Perbedaan format laporan CSR akan menyulitkan pembaca laporan dalam menganalisis kinerja CSR antar perusahaan. Prinsip komparabilitas sulit dilakukan apabila standar pelaporan yang digunakan tidak sama (Darwin, 2010).

Salah satu standar pelaporan kegiatan CSR yang telah diterima dan diakui secara luas adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Standar ini dikeluarkan pada tahun 2000. Tahun 2002 standar ini mendapat perbaikan dan revisi terakhir yang dilakukan pada tahun 2006 disebut *Sustainability Reporting Guidelines Version 3.0* atau lebih sering disebut GRI G3. Struktur laporan pada umumnya memuat 3 aspek utama kinerja perusahaan, yaitu kinerja ekonomi, kinerja sosial dan kinerja lingkungan atau kinerja perusahaan tersebut biasa disebut *triple-bottom line reporting*.

Beberapa Negara telah diwajibkan membuat *sustainability report* berdasarkan GRI. Di Indonesia promosi dan penyebaran pedoman GRI telah dilakukan oleh *National Center of Sustainability Reporting* (NCSR) sejak tahun 2005. NCSR merupakan anggota *organizational stakeholder* GRI. Tahun 2010 telah tercatat perusahaan yang telah mempublikasikan laporan CSR sebanyak kurang lebih 30 perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian yang dilakukan sebelumnya sebagian besar merupakan penelitian kuantitatif atau penelitian kualitatif dengan penghitungan statistik yang membahas tentang hubungan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap citra perusahaan, perilaku konsumen serta strategi CSR perusahaan. Adapun fokus pada penelitian ini adalah penelitian

kualitatif dengan metode studi kasus tentang kegiatan CSR sebagai strategi bisnis atau tanggung jawab moral.

Tabel 2.6 menunjukkan ringkasan dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan yang berkaitan dengan kegiatan CSR.

Tabel 2.4
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Tujuan	Metode	Hasil
1	Sebastian A, Malte B (2010)	Mengetahui pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada identitas perusahaan, citra dan kinerja perusahaan dalam pengaturan multi-industri, dalam rangka mendukung bukti bahwa efek dari CSR berbeda dalam pengaturan industri yang berbeda	Metode Perbandingan Kelompok	CSR memicu proses <i>corporate - image</i> - bangunan dan bahwa hubungannya dengan keberhasilan perusahaan yang bervariasi secara signifikan berdasarkan ukuran perusahaan, industri dan anggaran pemasaran
2	Regina V, Ugne D (2011)	Analisis dampak kegiatan CSR terhadap citra perusahaan	Pendekatan kuantitatif	Kegiatan CSR memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan meskipun tidak semua aspek kegiatan CSR berpengaruh.
3	Theresia Juwita E (2011)	Membahas strategi CSR Djarum Foundation berdasarkan <i>resources based theory</i> untuk mencapai keunggulan bersaing di Industri rokok Indonesia	Pendekatan kualitatif deskriptif	Djarum Foundation memiliki 5 bidang CSR yang mempunyai keunikan sekaligus menjadi <i>pioneer</i> dalam CSR bidang budaya di Indonesia.
4	Wulandari B	Mengetahui ada tidaknya pengaruh	Kuantitatif eksplanatif	Terdapat pengaruh dari program CSR

	(2012)	program CSR terhadap perilaku konsumen.		terhadap perilaku konsumen, tetapi tidak berpengaruh pada perilaku konsumen usia tertentu dan pengeluaran rutin per bulan tertentu.
--	--------	---	--	---

Penelitian yang dilakukan oleh Arendt dan Brettel (2010) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada identitas perusahaan , citra dan kinerja perusahaan dalam pengaturan multi-industri , dalam rangka mendukung bukti bahwa efek dari CSR berbeda dalam pengaturan industri yang berbeda . Penelitian didasarkan pada skala CSR yang sudah ada , diuji dengan menggunakan data yang dikumpulkan dari sampel dari 389 perusahaan di Eropa . Hipotesis didasarkan pada pemeriksaan efek moderasi dari CSR menggunakan metode perbandingan kelompok . Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memicu proses *corporate image* dan hubungannya dengan keberhasilan perusahaan yang bervariasi secara signifikan berdasarkan ukuran perusahaan, industri dan anggaran pemasaran .

Penelitian yang dilakukan oleh Virvilaite dan Daubaraite (2011) memiliki tujuan menganalisis dampak sosial perusahaan tanggung jawab telah di citra perusahaan, mendasarkan temuan secara teoritis dan empiris . Fokus pertama pada teori konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Peneliti menganalisis definisi yang berbeda dari perusahaan sosial tanggung jawab, meninjau perkembangan kronologis konsep dan mengungkapkan kesamaan antara definisi yang berbeda.

Sisi positif dan negatif terhadap CSR perusahaan disajikan dan dibandingkan. Penelitian ini juga mengungkapkan konsep citra perusahaan secara teoritis dan faktor-faktor lain yang berhubungan .

Dari data empiris , diketahui bahwa perusahaan sosial tanggung jawab memiliki dampak positif pada citra perusahaan. Dampak positif dapat dilihat melalui berbagai fenomena : sikap konsumen positif , kata positif dari mulut ke mulut , dll. Studi teoritis meletakkan dasar untuk menciptakan model struktural corporate social responsibility berdampak pada citra perusahaan , yang menyajikan dampak sosial perusahaan tanggung jawab telah di citra perusahaan . Di samping dibahas sebelumnya konsep teoritis , tiga faktor membentuk citra perusahaan (*corporate marketing communication*, tanggung jawab sosial perusahaan dan karakteristik demografi konsumen) yang rinci. Hasil penelitian empiris mengungkapkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif berdampak pada citra perusahaan meskipun bukan yang paling penting . Anehnya tidak ada demografi karakteristik menentukan sikap konsumen terhadap citra perusahaan .

Penelitian yang dilakukan Juwita E (2012) membahas strategi CSR Djarum Foundation berdasarkan *resources based theory* untuk mencapai keunggulan bersaing di industry rokok Indonesia. Studi penelitian menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian menyebutkan Djarum Foundation memiliki 5 bidang CSR yaitu sosial, olahraga, lingkungan, pendidikan, dan budaya. Dari kelima bidang CSR tersebut memiliki keunikan sekaligus menjadi *pioneer* dalam

CSR bidang budaya di Indonesia. Penelitian ini berusaha menjabarkan saran eksplorasi ke depan khususnya untuk CSR bidang budaya.

Penelitian yang dilakukan Budiastuti (2012) bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh program CSR terhadap perilaku konsumen. Diambil studi mengenai kegiatan “Lifebuoy Berbagi Sehat” yang dilakukan oleh PT. Unilever Indonesia di kalangan ibu – ibu rumah tangga di Kelurahan Kelapa Gading Barat, Jakarta Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari program CSR terhadap perilaku konsumen. Program CSR tidak berpengaruh pada perilaku konsumen untuk usia tertentu dan pengeluaran rutin per bulan tertentu.

Dari keempat penelitian terdahulu tersebut, hampir semua penelitian kurang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian studi kasus tentang praktik CSR serta pelaporannya masih sangat sedikit. Selain itu penelitian sebelumnya kebanyakan menggunakan pendekatan kuantitatif.

2.3. Alur Pemikiran

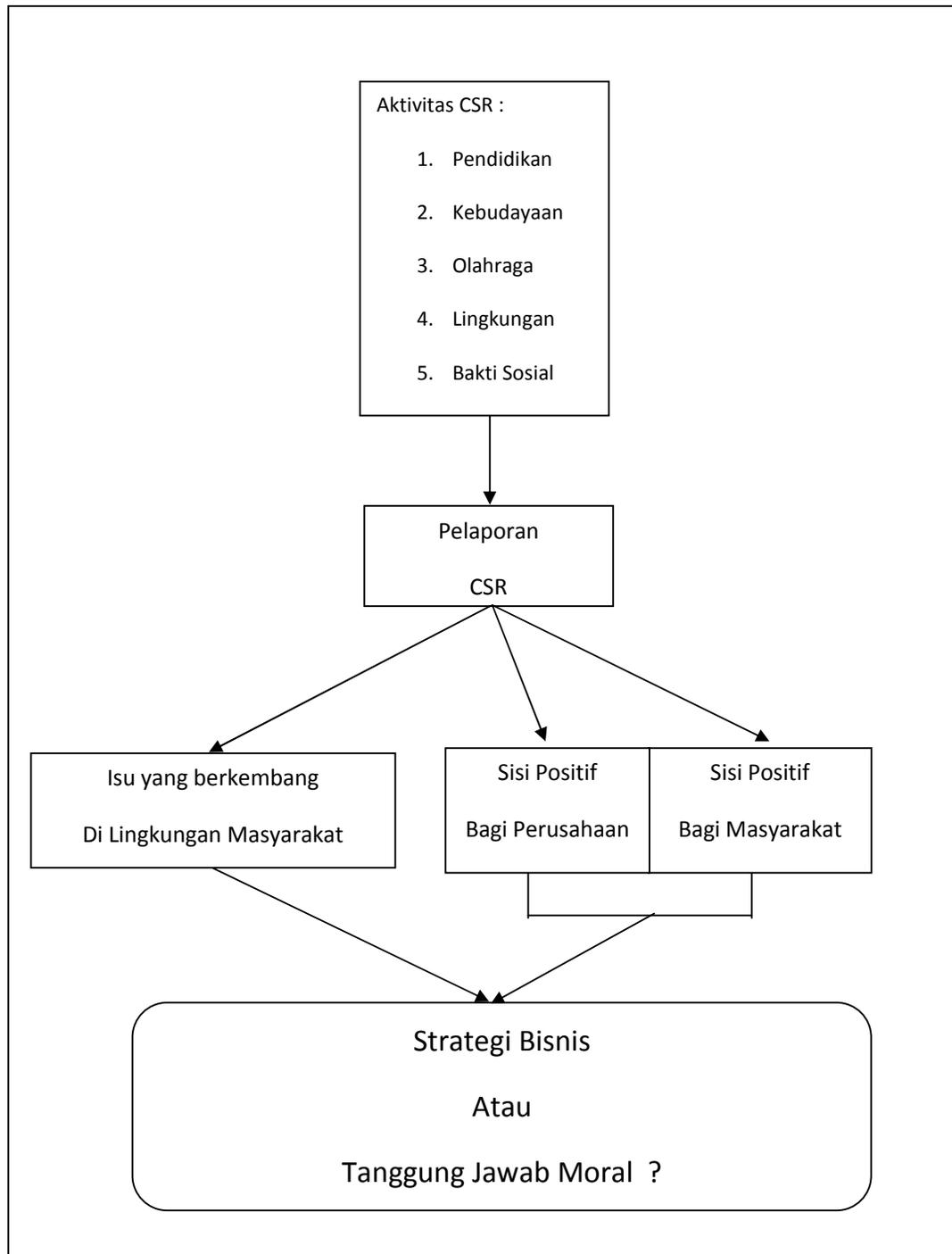
Kegiatan CSR saat ini telah merambah pada di berbagai bidang. Hal ini didasari adanya kebutuhan masyarakat yang selalu berkembang dari waktu ke waktu. Agar perusahaan selalu bisa mendapatkan tempat di masyarakat, maka perusahaan harus mengikuti perkembangan kebutuhan masyarakat. Dari kegiatan CSR tersebut, tentu banyak manfaat dan keuntungan yang didapatkan oleh masyarakat maupun perusahaan. namun di sisi lain, tentu saja akan ada kerugian yang didapatkan oleh berbagai pihak.

Selain itu, kegiatan CSR juga sudah pasti akan menimbulkan isu – isu di masyarakat luas, baik sisi negatif maupun positif.

Dari kegiatan – kegiatan CSR yang telah dilakukan, perusahaan akan membuat laporan CSR. Bentuk dari pelaporan CSR tergantung dari standar perusahaan yang digunakan. Standar perusahaan yang digunakan dalam pelaporan CSR berbeda – beda. Ini disebabkan belum adanya standar paten yang ditetapkan untuk pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan. selanjutnya laporan CSR tersebut akan digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kinerja perusahaan serta untuk dilaporkan kepada pemerintah sebagai bentuk dari pemenuhan kewajiban perusahaan dalam melaporkan kegiatan tanggung jawab sosial.

Terlepas dari manfaat dan keuntungan yang didapatkan dari kegiatan CSR, akan berkembang isu – isu dalam masyarakat baik pro maupun kontra. Tapi sebagian besar masyarakat menilai bahwa kegiatan CSR industry rokok Indonesia hanyalah sebagai pembangunan citra yang baik perusahaan. Kita tahu bahwa tujuan CSR sebenarnya merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, bukan sebagai citra saja. Hingga akhirnya menimbulkan banyak pertanyaan mengenai tujuan CSR tersebut.

Gambar 2.1
Alur Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Sebuah penelitian akan memberikan pengetahuan yang baik apabila dalam penelitiannya telah terbentuk koherensi antara aspek ontology, epistemology, dan metodologi. Untuk itu, sangat penting jika dalam sebuah penelitian harus memperhatikan ketiga aspek tersebut agar penelitian dapat memberikan pengetahuan yang baik dan valid.

Penelitian ini berdasarkan pada ontology bahwa kegiatan CSR semata – mata hanya digunakan sebagai media promosi dan strategi perusahaan. Atas dasar ontology tersebut, penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif berupa studi kasus pada salah satu industry rokok terbesar di Indonesia yaitu PT. Djarum.

3.1.1 Pemilihan Desain Penelitian

Pelaksanaan penelitian diawali dengan adanya tujuan dari peneliti untuk mengetahui motif dari pelaksanaan tanggung jawab CSR pada perusahaan. Adapun subyek penelitian adalah industry rokok Indonesia yang telah melakukan tanggung jawab CSR sejak berdirinya perusahaan hingga sekarang. Proses pengambilan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan analisis data. Dengan demikian sumber data yang didapatkan adalah sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini

menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus pada salah satu perusahaan.

3.1.2 Pendekatan Penelitian

Umumnya penelitian tentang CSR menggunakan pendekatan kuantitatif. Padahal kita tahu tanggung jawab CSR merupakan kegiatan tanggung jawab moral dimana dalam penelitiannya tidak melibatkan angka – angka melainkan diungkapkan secara naratif. Oleh karena itu penelitian ini sangat cocok jika dikembangkan dengan pendekatan kualitatif. Selain itu pendekatan kualitatif tepat digunakan untuk penelitian ini karena penelitian ini dikembangkan dengan melihat dan mengkaji berbagai aspek yang berpengaruh terhadap aktivitas – aktivitas CSR perusahaan rokok Indonesia.

3.1.3 Studi Kasus

Dikarenakan dalam penelitian ini adalah untuk menemukan motif dari aktivitas CSR industry rokok maka diperlukan analisis yang mendalam untuk menelaah fenomena yang berkaitan dengan aktivitas CSR. Atas dasar tersebut, metode studi kasus merupakan metode yang sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini. Karena dengan menggunakan metode studi kasus peneliti dapat menganalisis langsung pada subyek penelitian.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yang digunakan hasil dari wawancara yang dilakukan pada pihak PT. Djarum. Pihak yang diwawancarai merupakan informan terpilih agar informasi yang didapatkan dapat dipercaya atau sekurang – kurangnya memperoleh pendapat yang didasarkan pada informasi yang objektif. Dengan demikian, informan yang akan diwawancarai oleh peneliti dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

No.	Nama	Jabatan
1	Teguh Waspada	<i>Corporate Affairs</i>
2	Purwono Nugroho	<i>Corporate Affairs</i>
3	Marwan Ardiansyah	<i>Corporate Affairs</i>
4	Yunan Adhitya	<i>Program Director Djarum Bakti Lingkungan</i>
5	Yoppy Rosimin	<i>Program Director Djarum Bakti Olahraga</i>
6	Edy Prayitno	Djarum Bakti Olahraga
7	Asa Jatmiko	Djarum Bakti Budaya
8	Hardi Cahyana	Djarum Bakti Sosial

Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan adalah data profil perusahaan, arsip aktivitas CSR, dan kebijakan CSR perusahaan. Selain untuk meningkatkan kredibilitas penelitian, pemerolehan data sekunder dimaksudkan untuk mendukung pernyataan hasil wawancara yang dilakukan kepada pihak informan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh data, keterangan dan informasi penting dalam penelitian. Terdapat beberapa metode pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Penelitian ini menggunakan ketiga metode tersebut.

3.3.1 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi secara langsung kepada responden. Wawancara mendalam dilakukan secara bebas terkontrol artinya wawancara dilakukan secara bebas sehingga data yang diperoleh adalah data yang luas dan mendalam, tetapi masih memperhatikan unsur terpimpin yang memungkinkan masih terpenuhinya prinsip – prinsip komparabilitas dan reliabilitas secara langsung dapat diarahkan dan memihak pada persoalan – persoalan yang diteliti.

Dalam aplikasinya penelitian ini menggabungkan dua metode wawancara yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur untuk mendapatkan seluruh informasi dari aspek – aspek yang berkaitan dengan penelitian. Subyek yang diwawancarai adalah Kepala Divisi yang mengelola PT. Djarum. Hal ini dipilih karena merupakan pihak yang mengerti secara mendalam terhadap hal – hal yang berkaitan dengan kebijakan perusahaan, aktivitas – aktivitas perusahaan, serta hal – hal lain yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Wawancara dilakukan secara individu antara pewawancara dan informan dengan durasi antara satu hingga dua jam. Hasil wawancara selain dicatat secara tertulis juga akan disimpan dalam *tape recorder*. Pertanyaan yang dikemukakan dalam wawancara ialah seputar kegiatan – kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum, kebijakan – kebijakan CSR, serta latar belakang dari kegiatan CSR yang telah dilakukan. Kemudian wawancara ini juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon perusahaan terhadap beberapa isu yang menyebutkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh industry rokok hanya strategi bisnis dan sebagai kedok promosi saja.

3.3.2 Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati langsung tentang kondisi lapangan, baik yang berupa keadaan fisik maupun perilaku yang terjadi selama penelitian berlangsung. Adapun maksud dari pengamatan ini adalah dalam pengamatan melibatkan interaksi social antara peneliti dengan subyek penelitian maupun informan dalam suatu setting selama pengumpulan data harus dilakukan secara sistematis tanpa menampakkan diri sebagai peneliti.

Dalam penelitian, observer tidak berperan sebagai partisipan. Observer akan mengamati dari sisi luar tetapi dalam keseharian observer akan mengamati secara langsung. Observer tidak dilakukan sebagai partisipan karena hal ini berguna untuk menghindari kelemahannya. Yang

diobservasi dalam penelitian ini adalah kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Selama kegiatan CSR dilakukan, peneliti akan tergabung dalam kegiatan tersebut agar dapat mengetahui bagaimana kegiatan CSR dilakukan.

Selama kegiatan, observasi akan didokumentasikan dalam bentuk gambar atau foto menggunakan perangkat audiovisual. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas penelitian dan mempermudah penyampaian informasi, serta sebagai bukti fisik yang mendukung hasil penelitian.

3.3.3 Analisis Dokumen

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen arsip mengenai profil perusahaan, kegiatan – kegiatan CSR yang dilakukan, serta data kebijakan – kebijakan CSR PT. Djarum. Tujuan dari penggunaan dokumen ini adalah untuk mendukung dan menambah informasi serta bukti – bukti sumber lain.

Analisis dokumen diawali dengan menganalisis profil dari perusahaan. dengan menganalisis profil perusahaan diharapkan dapat mengetahui latar belakang perusahaan sehingga dapat menambah informasi mengenai dasar aktivitas CSR yang telah dilakukan. Setelah dianalisis, kemudian dihubungkan dengan kegiatan – kegiatan CSR yang telah dilakukan. Setelah melakukan hal tersebut dapat diketahui bagaimana perusahaan dalam melakukan aaktivitas CSR nya. Analisis

kebijakan perusahaan digunakan untuk memperkuat informasi yang telah didapatkan sebelumnya.

3.4 Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu perusahaan rokok terbesar di Indonesia yang memiliki beberapa kegiatan CSR yang terhitung cukup konsisten dalam aktivitasnya yaitu PT. Djarum. Seperti yang dijelaskan dalam latar belakang, PT. Djarum dipilih sebagai subyek penelitian karena merupakan perusahaan rokok terbesar yang memiliki banyak jenis kegiatan CSR. Selain itu ada fenomena menarik antara produk perusahaan dengan kegiatan CSR rokok sehingga menimbulkan banyak isu yang menyebutkan bahwa CSR tersebut hanya strategi bisnis dan kedok promosi.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1. Perencanaan

Tahap awal analisis data adalah perencanaan. Perencanaan disini meliputi kegiatan perumusan dan pembatasan masalah. Peneliti akan memberikan batasan pada masalah yang diteliti agar dalam penelitian bisa tercapai pada tujuan yang diinginkan. Kemudian peneliti melihat kondisi lokasi dan menentukan informan – informan yang dipilih sebagai sumber data.

3.5.2. Memulai Pengumpulan Data

Hal yang terpenting yang harus dilakukan sebelum pengumpulan data dimulai adalah peneliti harus menguasai situasi dan kondisi obyek penelitian. Peneliti harus berusaha untuk menciptakan hubungan baik, menumbuhkan kepercayaan serta hubungan yang akrab. Hal ini berguna agar peneliti bisa mendapatkan informasi dan data yang maksimal dan sesuai target. Setelah situasi tersebut tercipta barulah peneliti melakukan observasi dan wawancara.

3.5.3. Pengumpulan Data Dasar

3.5.3.1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu kegiatan pemilihan relevan tidaknya antara data dengan tujuan penelitian. Informasi dari lapangan sebagai bahan mentah kemudian diringkas dan disusun secara sistematis serta di tonjolkan pokok – pokok yang dianggap penting sehingga lebih mudah untuk dikendalikan.

Dalam penelitian lapangan, peneliti akan menemukan banyak informasi dan beraneka macam informasi – informasi tersebut kemudian dikumpulkan dan dicatat secara terperinci dan teliti. Informasi lapangan akan terus berkembang dan semakin banyak, kompleks, dan rumit. Kemudian peneliti akan melakukan reduksi data.

Reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih informasi pokok, focus pada hal – hal yang penting, mencari informasi sesuai dengan tema dan pola serta membuang hal – hal yang dianggap tidak perlu. Hasil reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas serta mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data tahap selanjutnya.

Peneliti akan melakukan reduksi data sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan tersebut adalah temuan dalam penelitian. Oleh karena itu, apapun yang ditemukan peneliti pada saat melakukan penelitian, sesuatu yang dirasa asing, belum pernah ditemukan, hal tersebut yang akan menjadi perhatian peneliti dalam mereduksi data. Dengan demikian hal asing tersebut yang menjadi perhatian peneliti bisa saja dijadikan sebagai obyek pengamatan selanjutnya.

3.5.3.2. Penyajian Data

Langkah selanjutnya setelah reduksi data adalah penyajian data. Dalam tahap ini peneliti dapat melihat gambaran secara keseluruhan atau pokok – pokok tertentu dari gambaran keseluruhan. Peneliti berupaya untuk mengklarifikasi dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, dan sejenisnya. Maksud dari penyajian data tersebut adalah agar data dapat

terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami.

Tujuan utama dari dilakukannya penyajian data adalah untuk memahami apa yang sedang terjadi dalam penelitian ini. Selain itu penyajian data juga memudahkan peneliti untuk mengetahui kegiatan apa yang harus dilakukan selanjutnya. Hal ini juga dapat digunakan untuk merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami dari data yang disajikan.

3.5.3.3. Penarikan Kesimpulan

Tahap ini dilakukan untuk mencari makna data yang telah di kumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep – konsep dasar penelitian. Kesimpulan dapat timbul pada saat proses penelitian. Akan tetapi kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah apabila tidak ditemukan bukti – bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung kembali oleh bukti – bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali menumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan adalah kesimpulan yang kredibel.

Dapat dikatakan bahwa kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dilakukan sejak awal. Tetapi tidak menutup kemungkinan juga tidak apabila masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.

3.5.4. Pengumpulan Data Penutup

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis komponensial (*Componential analysis*). Dalam analisis komponensial menggunakan pendekatan kontras antar elemen. Maksud dari penggunaan pendekatan kontras elemen adalah untuk menemukan elemen kontras dalam penelitian. Elemen kontras ini merupakan temuan dalam penelitian yang sedang dilakukan.

Teknik analisis komponensial digunakan dalam analisis kualitatif untuk menganalisis unsur – unsur yang memiliki hubungan – hubungan yang kontras satu sama lain dalam domain – domain yang telah ditentukan untuk dianalisis secara lebih terperinci (Bungin, 2005). Dalam penelitian ini mengkaji mengenai fenomena kontras tentang motif dalam pelaksanaan program CSR. Strategi bisnis dan tanggung jawab moral merupakan dua unsur yang sangat kontras

dalam tanggung jawab CSR. Oleh karena itu teknik analisis komponensial sangat cocok digunakan dalam penelitian ini.

Teknik analisis komponensial akan memberikan informasi dan hasil yang maksimal apabila dalam kegiatan analisis dilakukan wawancara dan observasi yang kontinyu. Mengacu pada Bungin (2005) kegiatan analisis dapat dimulai dengan beberapa tahap :

1. Penggelaran hasil observasi dan wawancara.

Hasil dari observasi dan wawancara dikelompokkan sesuai dengan domain dan atau sub-domain telah dipilih agar lebih mudah dalam proses analisis. Kemudian peneliti dapat melakukan editing terbatas pada data tersebut.

2. Pemilahan hasil observasi dan wawancara.

Hasil wawancara dan observasi dipilah tanpa harus mempersoalkan dari elemen mana informasi tersebut berasal.

3. Menemukan elemen – elemen kontras.

Peneliti menggunakan tabel tertentu yang digunakan untuk mencari dan menemukan informasi yang telah dipilah sebelumnya. Dengan menggunakan tabel tersebut diharapkan unsur kontras dalam elemen dapat ditemukan. Setelah ditemukan unsur kontras maka penelitian tersebut bisa memberikan hasil yang diinginkan.

3.5.5. Melengkapi

Tahap ini merupakan tahap penyempurnaan hasil analisis data dan menyusun cara menyajikannya. Fakta – fakta yang telah ditemukan di lapangan dikumpulkan dan disusun. Dapat pula disajikan dalam bentuk table dan grafik. Data table dan grafik tersebut kemudian diinterpretasikan dalam bentuk naratif.

Kelengkapan data didapatkan dari hasil pengumpulan data dasar. Untuk memperkuat data dasar kemudian ditambah dengan pengumpulan data pelengkap. Hal ini dimaksudkan agar data dan informasi yang didapatkan benar – benar valid dan menghasilkan temuan penelitian yang maksimal. Dapat juga data ditambah dengan gambar, rekaman wawancara maupun video agar informasi yang disajikan benar – benar lengkap.