

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### *1.1 Latar Belakang Masalah*

Globalisasi telah menciptakan suatu standarisasi dalam dunia internasional, berkembangnya teknologi merupakan salah satu dampak dari adanya globalisasi, serta berdampak bagi berbagai aspek kehidupan, baik dalam bidang ekonomi, politik maupun budaya. Secara sederhana, globalisasi mempunyai makna sebagai sesuatu yang mendunia, dalam artian mempunyai dampak atau pengaruh yang tidak terbatas atau mendunia (Naja, 2004). Selain itu, Waters mendefinisikan bahwa globalisasi merupakan sebuah sosial yang tidak memandang penting batasan geografi terhadap kondisi sosial dan budaya yang akhirnya mempengaruhi pola pikir seseorang (Waters, 1995). Globalisasi membawa pengaruh terhadap budaya seperti masuknya kebudayaan lain ke suatu wilayah dengan menggunakan aktor non-negara. Kemunculan aktor-aktor baru selain negara seperti misalnya, *Non-Government Organization (NGO)*, dan *Multinational Corporation (MNC)*, merupakan bentuk dari perkembangan globalisasi, dimana aktor – aktor tersebut memiliki peran masing-masing, baik secara politik, ekonomi, dan budaya.

Kebudayaan dengan kata dasar budaya berasal dari bahasa sansakerta "*buddhayah*" yang berarti akal, wujud kebudayaan adalah benda-benda atau kegiatan hasil ciptaan manusia (Koentjaraningrat, 2000). Kegiatan budaya seperti Karapan Sapi, Ludruk, dan Petik Laut merupakan sebagian contoh hasil ciptaan manusia yang menjadi budaya. Budaya yang dimiliki suatu wilayah dapat tergerus oleh budaya luar seiring dengan berkembangnya globalisasi, baik itu melalui media massa, teknologi, dan peran aktor non-negara. Kebudayaan dan peran aktor-aktor non negara tersebut menyebar tidak hanya di negara tertentu, namun secara menyeluruh termasuk juga di negara berkembang.

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang dikenal memiliki potensi sumber daya alam yang cukup besar, sehingga menjadi daya tarik bagi aktor non negara tersebut, dalam hal ini ialah perusahaan-perusahaan multinasional yang ingin memperluas akses pasar dan menanamkan modalnya di Indonesia. Perusahaan-perusahaan multinasional ini banyak yang tertarik untuk melakukan investasi di wilayah yang memiliki potensi besar di sektor mineral dan pertambangan. Salah satu

contohnya adalah di pulau Jawa, yaitu di provinsi Jawa Timur dimana provinsi tersebut merupakan salah satu daerah penghasil minyak terbesar ketiga di Indonesia setelah provinsi Kalimantan Timur dan Riau. Provinsi Jawa Timur sendiri dapat menghasilkan 52.616 barrel/hari (Ningsih, 2014).

Perusahaan multinasional (MNC) yang bergerak di sektor minyak dan gas yang beroperasi di wilayah Jawa Timur ialah Santos (Madura Offshore) Pty.Ltd. Santos (South Australia Northern Territory Oil Search) merupakan perusahaan Australia yang berfokus kepada eksplorasi, pengembangan, produksi dan penjualan gas alam yang didirikan pada tahun 1954. Santos pertama kali masuk ke Indonesia adalah pada tahun 1997 dan memiliki fokus operasi di dua wilayah hidrokarbon, yaitu lepas pantai Laut Jawa Timur dan Laut Natuna Barat Laut di Provinsi Kepulauan Riau. Santos juga memiliki empat aset produksi, yakni Peluang proyek gas yang mulai berproduksi pada Maret 2014, dan proyek gas Oyong, Wortel dan Maleo, Madura (Santos,2016).

Pada tahun 2016 Satuan Kerja Khusus Pelaksana Hulu Minyak dan Gas Bumi (SKK Migas) menyatakan bahwa produksi minyak bumi siap jual telah melampaui target menjadi 822.000 barrel/hari yang sebelumnya ditargetkan hanya 820.000 barrel/hari. Dengan demikian, penerimaan negara dari sektor migas sampai akhir tahun 2016 sebesar 9,294 miliar dolar atau sekitar Rp. 125 triliun. Target tersebut dapat dicapai berkat adanya kontribusi dalam mencapai target tersebut adalah Santos (Madura Offshore) Pty. Ltd (Dewanto).

Sebagai salah satu negara berkembang dengan sumber daya alam terbesar, Indonesia memiliki empat wilayah yang menjadi sumber migas terbanyak, wilayah tersebut adalah Riau, Irian Jaya Barat, Sumatera Selatan dan Jawa Timur. Sebagian daerah di Jawa Timur mampu memproduksi minyak mentah sebanyak 52.290 barrel dan kondensat sebanyak 326 barrel atau total sebanyak 52.616 barrel setiap harinya yang tersebar di daerah antara lain Kangean, Tuban, Cepu, Brantas, Madura Barat, Gresik, dan Bawean, dimana pertambangan di daerah ini di kelola oleh berbagai perusahaan, salah satunya Santos (Madura Offshore) Pty.Ltd (Ningsih, 2014).

Masyarakat Madura selama ini dikenal dengan *stereotype* terkait karakter sosial dan budayanya yakni, memiliki ciri khas yang tidak dapat disamakan dengan karakter sosial budaya lain. Salah satu realitas yang tidak dapat dipungkiri bahwa karakteristik Madura cenderung di pandang negatif oleh orang luar. Namun pada kenyataannya, terdapat salah satu karakteristik orang Madura yang menonjol yakni

ekspresif, spontan, dan terbuka (Wr, 2011). Umumnya, masyarakat Madura menganggap budaya mereka sebagai suatu kebanggaan, seperti kegiatan Sapi Sonok dimana status sosial pemenang dari kegiatan budaya ini akan meningkat dan akan menjadi suatu kebanggaan tersendiri bagi pemilik sapi yang menjadi juara. Hal ini menjadi suatu yang menarik bagi Santos untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan melalui pendekatan seni dan budaya (Bustami, 2018).

Pendekatan di bidang seni dan budaya merupakan salah satu wujud tanggung jawab sosial perusahaan Santos (Madura Offshore) yang sedang menjalankan kegiatan eksplorasinya di Madur. Santos juga turut melaksanakan program tanggung jawab sosial sebagai wujud kontribusi bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya melalui CD (*Committee Development*). *Committee Development* ini sebagai bagian strategi Santos dalam menjalankan bisnisnya, yang diimplementasikan melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Santos, 2016).

Umumnya, fokus program kegiatan CSR Santos ialah memberikan kontribusi baik dalam bidang lingkungan maupun sosial kepada penduduk lokal, seperti yang dijalankan oleh pihak Santos Australia. Salah satu kegiatan yang dilakukan dalam bidang sosial adalah mewariskan warisan budaya suku Aborigin, dimana dalam pelaksanaannya tersebut Santos Australia mengacu Undang-Undang pemerintahan yang berlaku, agar tidak merusak warisan budaya penduduk Aborigin. Selain itu, dalam hal lingkungan, CSR yang dilakukan oleh Santos Australia adalah terlibat dalam pembuatan 600 kotak sarang dipasang sepanjang 420 km dari Cedera ke Pulau Curtis untuk menyediakan tempat bersarang sebagai alternatif pengungsian habitat burung selama konstruksi pipa GLNG berlangsung (Santos, 2016).

Sementara itu di Indonesia, Santos Asia Pasifik Pty. Ltd saat ini memiliki 92% tenaga kerja yang merupakan tenaga kerja lokal dan juga memberikan perhatiannya dengan membiayai kegiatan warga Giligenting, Sumenep (Santos, 2016). Jenis kegiatan yang dilakukan masih dalam tahap pembahasan oleh pihak terkait seperti kepala desa, dan perwakilan elemen masyarakat dari delapan desa di kecamatan Giligenting dan sejumlah satuan organisasi perangkat daerah di lingkungan pemerintah daerah setempat (Newswire, 2017). Hingga saat ini kontribusi Santos terhadap komunitas lokal juga ditunjukkan melalui *Sosial Investment Program* atau Program Investasi Sosial yang dilakukan di area kepulauan sekitar wilayah operasi Santos di kabupaten Sumenep, Jawa Timur.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, penulis ingin memfokuskan topik penelitian berjudul **Analisa CSR Perusahaan Multinasional (Studi tentang Program Investasi Sosial Santos (Madura Offshore) Pty. Ltd di Bidang Seni dan Budaya di Madura)** dikarenakan, *pertama*, Santos merupakan MNC yang bergerak di sektor migas yang telah beroperasi di wilayah Madura, Jawa Timur, dimana Madura merupakan penghasil 70% migas yang ada di Jawa Timur. Selama ini Santos telah berkomitmen dalam program CSRnya untuk dapat memberikan kontribusi baik dalam bidang lingkungan maupun sosial kepada penduduk lokal, seperti yang dilakukan oleh pihak Santos Australia. Dengan demikian berdasarkan Program Investasi Sosial yang dicanangkan oleh Santos di Madura, penulis ingin mengetahui pelaksanaan dan bentuk program investasi sosial tersebut khususnya di bidang seni dan budaya, serta manfaat program yang telah berjalan bagi masyarakat lokal dan dampak bagi Santos (Madura Offshore) Pty Ltd sendiri. *Kedua*, alasan penulis memfokuskan di bidang seni dan budaya, dikarenakan masih belum ada perusahaan multinasional yang memiliki ketertarikan mengembangkan tradisi dan mendukung perkembangan seni dan budaya masyarakat lokal, khususnya masyarakat Kecamatan Giligenting yang terletak di Kabupaten Sumenep, Jawa Timur.

### ***1.2 Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengajukan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

“Bagaimana analisa CSR Program Investasi Sosial Santos (Madura Offshore) Pty. Ltd di Bidang Seni dan Budaya di Madura?”

### ***1.3 Tujuan Penelitian***

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil analisa CSR Program Investasi Sosial Santos dalam Bidang Seni dan Budaya di Madura

### ***1.4 Signifikasi***

#### ***1.4.1 Signifikasi Teoritis***

Secara teoritis, tulisan ini diharapkan dapat berkontribusi serta memperkaya kajian keilmuan tentang strategi *multinational corporation* (MNC) dalam

menjalankan CSR terhadap penduduk lokal, yakni CSR Santos (Madura Offshore) Pty. Ltd terhadap penduduk Madura.

#### **1.4.2 Signifikansi Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengayaan materi pembelajaran bagi pemerintah, MNC lain, mahasiswa dan akademisi khususnya yang memiliki minat kajian CSR pada *multinational corporation* (MNC).

### **1.5 Literature Review**

Adapun dalam penelitian ini akan menggunakan beberapa studi literatur diantaranya sebagai berikut:

*Pertama, multinational corporations* (MNCs) merupakan salah satu bentuk implementasi globalisasi ekonomi. Joseph E. Stiglitz dalam bukunya yang berjudul *The Multinational Corporations* (2006), menyatakan bahwa setidaknya terdapat beberapa hal yang harus dilakukan agar MNCs dapat menjadi agen globalisasi yang baik, yakni setiap korporasi harus memiliki program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga dapat mendekatkan perusahaan dengan masyarakat di sekitarnya. Perusahaan dan masyarakat dapat bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Kemudian, membatasi kekuatan dari perusahaan agar tidak terjadi monopoli. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa semakin besar ekonomi dari perusahaan juga akan memperbesar kekuatan perusahaan, sehingga harus ada pembatasan (Stiglitz, 2006).

Meningkatkan *governance* perusahaan juga dapat menjadikan MNC sebagai agen globalisasi baik, menjadikan perusahaan tidak hanya sebagai *shareholders* bagi pemilik saham, namun juga *stakeholders* bagi masyarakat dan pegawai perusahaan. Setelah itu, membentuk peraturan global untuk ekonomi global. Pembentukan peraturan ini harus dilengkapi dengan pembentukan kerangka kerja legal secara internasional dan peradilan internasional. Peraturan dan kerangka kerja adalah usaha pencegahan untuk menghindari penyelewengan perusahaan, dan peradilan untuk menindaklanjuti pelanggaran yang dilakukan (Stiglitz, 2006).

Terakhir, memerangi korupsi. Memerangi korupsi dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya dengan transparansi kinerja dan pendapatan perusahaan. Kerahasiaan bank dapat meningkatkan terjadinya praktik korupsi. Dengan demikian, setiap MNC yang hadir dalam suatu negara dengan menjalankan program CSR dapat

menjembatani antara kepentingan perusahaan dengan masyarakat sekitar (Stiglitz, 2006).

*Kedua*, Sri Suneki tahun 2012 dalam penelitiannya yang berjudul *Dampak Globalisasi Terhadap Eksistensi Budaya Daerah*. Di dalam penelitian tersebut dituliskan bahwa pengaruh globalisasi dapat menimbulkan dampak yang negatif bagi kebudayaan suatu negara. Perilaku hidup di suatu negara dapat berubah akibat gencarnya serbuan teknologi. Tidak menutup kemungkinan suatu negara akan kehilangan identitas negaranya akibat hilangnya budaya lokal akibat adanya pengaruh globalisasi (Suneki, 2012).

Pasar dan ekonomi di suatu negara menjadi bergantung akibat adanya perdagangan internasional. Pengaruh perusahaan multinasional sangat mendominasi pada suatu negara berkembang sehingga mengakibatkan tergerusnya nilai yang ada pada masyarakat lokal. Selain itu, perkembangan media massa menjadi salah satu faktor penyebab semakin mudahnya penyebaran globalisasi (Suneki, 2012).

Untuk tetap menjaga serta melestarikan kebudayaan lokal, perlu adanya kemauan dari segala pihak. Pihak-pihak tersebut baik dari masyarakat, pemerintah, maupun perusahaan asing yang beroperasi di suatu wilayah. Pihak-pihak tersebut dapat menjaga kebudayaan lokal dengan mengadakan pekan seni dan budaya, menyediakan ruang bagi pelaku seni dan budaya untuk mengekspresikan dirinya sehingga kebudayaan lokal yang ada pada masyarakat dapat tetap terus terlestarikan (Suneki, 2012).

*Ketiga*, Tirta N. Mursitama, M. Fadhil Hasan dan Iman Y. Fakhrudin tahun 2011 dalam buku yang berjudul *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia: Teori dan Implementasi*. Isi dari buku tersebut menyatakan bahwa perusahaan wajib melakukan kegiatan sosial terhadap *stakeholder*-nya. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki satu tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan dari para *stakeholder*. Dengan kata lain, perusahaan harus mampu mengatur bisnisnya sehingga memenuhi, bahkan melampaui ekspektasi baik secara etika, finansial, lingkungan dan citra di masyarakat tentang aktivitas bisnis sebuah perusahaan tersebut. Selain itu, untuk menciptakan sistem sumber daya manusia yang efektif dibutuhkan praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggung secara sosial seperti: pemberian upah yang wajar, lingkungan kerja yang bersih dan aman, kesempatan pelatihan yang terbuka untuk semua karyawan, dan adanya keuntungan yang membuat karyawan menjadi lebih mapan secara finansial. Selain itu, adanya program pendidikan bagi karyawan dan

keluarganya, adanya fasilitas perlindungan dan perawatan, adanya jam kerja yang sesuai dengan peraturan yang berlaku akan menciptakan karyawan yang berkualitas bagi perusahaan (Tirta N Mursitama, 2011).

Menurut buku tersebut, masalah lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan produksi perusahaan menjadi hal yang patut diutamakan. Perusahaan dapat memanfaatkan limbah yang bisa didaur ulang untuk dijadikan kerajinan yang bisa menjadi mata pencaharian bagi masyarakat sekitar. Masalah-masalah lain seperti hubungan dengan *consumer*, *supplier* juga memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan seperti membaiknya citra dari perusahaan dimata para *consumer*. Citra dan *brand* dari perusahaan dapat meningkat jika perusahaan menjaga hubungannya dengan pihak-pihak tersebut. Perusahaan dapat melakukan promosi dengan melakukan kegiatan seperti sponsor bagi beberapa kegiatan seperti olahraga, musik dan lain sebagainya. Dengan demikian produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat lebih mudah dikenal dan menjadi bahan pilihan di masyarakat (Tirta N Mursitama, 2011).

Reputasi yang baik akan meningkatkan kecintaan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan dan meningkatkan ketertarikan investor kepada perusahaan tersebut. Tidak hanya investor, tetapi juga dunia perbankan akan lebih tertarik memberikan suntikan kredit. Selain itu, jaringan partner bisnis akan meluas serta mengurangi kemungkinan *business risk* (resiko bisnis) (Tirta N Mursitama, 2011).

*Keempat*, Arditya Ningrum Mustikasari tahun 2014 dalam penelitian yang berjudul *Strategi Public Relations PT. Kompas Gramedia dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Kasus Program Corporate Social Responsibility Benata Budaya Jakarta)*. Dalam penelitian tersebut dirumuskan bahwa kegiatan CSR bidang seni dan budaya menggunakan empat aspek CSR. Aspek-aspek tersebut diantaranya adalah ekonomi, legal, etika dan filantropis (Mustikasari, 2014).

Pada aspek ekonomi, kegiatan CSR yang telah dilakukan akan memberikan manfaat berupa fasilitas pada seniman, hiburan untuk masyarakat sekitar, serta kelestarian budaya lokal Indonesia. Dalam segi filantropis, perusahaan yang membantu dalam kegiatan seni dan budaya tidak akan mengharapkan *feedback* dari segi *financial* dari setiap kegiatan. Perusahaan hanya membantu seniman-seniman yang termarginal sehingga dapat mengekspresikan dirinya tanpa mengharapkan adanya *feedback* dari para seniman (Mustikasari, 2014).

Adanya kegiatan CSR ini juga telah memberikan manfaat yang baik bagi para petani. Keuntungan yang diperoleh petani padi setelah menerima program CSR CGS lebih besar dibandingkan petani padi sebelum mendapatkan program CSR CGS. Setelah menerima program CSR CGS, petani padi mengeluarkan biaya yang lebih kecil dibandingkan dengan petani padi sebelum mendapatkan program CSR CGS (Yunus, 2014).

Posisi penulis melihat dari tulisan Joseph E. Stiglitz yang menyatakan bahwa setidaknya terdapat beberapa hal yang harus dilakukan agar MNCs dapat menjadi agen globalisasi yang baik, yakni setiap korporasi harus memiliki program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga dapat mendekatkan perusahaan dengan masyarakat di sekitarnya. Perusahaan dan masyarakat dapat bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Kemudian, membatasi kekuatan dari perusahaan agar tidak terjadi monopoli. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa semakin besar ekonomi dari perusahaan juga akan memperbesar kekuatan perusahaan, sehingga harus ada pembatasan (Stiglitz, 2006). Didukung oleh tulisan Tirta N. Mursitama, M. Fadhil Hasan dan Iman Y. Fakhruddin yang menuliskan bahwa perusahaan wajib melakukan kegiatan sosial terhadap *stakeholder*-nya. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki satu tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan dari para *stakeholder*. Dengan kata lain, perusahaan harus mampu mengatur bisnisnya sehingga memenuhi, bahkan melampaui ekspektasi baik secara etika, finansial, lingkungan dan citra di masyarakat tentang aktivitas bisnis sebuah perusahaan tersebut. Selain itu, untuk menciptakan sistem sumber daya manusia yang efektif dibutuhkan praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggung secara sosial seperti: pemberian upah yang wajar, lingkungan kerja yang bersih dan aman, kesempatan pelatihan yang terbuka untuk semua karyawan, dan adanya keuntungan yang membuat karyawan menjadi lebih mapan secara finansial. Selain itu, adanya program pendidikan bagi karyawan dan keluarganya, adanya fasilitas perlindungan dan perawatan, adanya jam kerja yang sesuai dengan peraturan yang berlaku akan menciptakan karyawan yang berkualitas bagi perusahaan (Tirta N Mursitama, 2011).

Sedangkan penelitian Sri Suneki tahun 2012 dalam penelitian yang merumuskan bahwa untuk menjaga serta melestarikan kebudayaan lokal dari ancaman globalisasi, perlu adanya kemauan dari segala pihak. Pihak-pihak tersebut baik dari masyarakat, pemerintah, maupun perusahaan asing yang beroperasi di suatu wilayah. Pihak-pihak tersebut dapat menjaga kebudayaan lokal dengan mengadakan

pekan seni dan budaya, menyediakan ruang bagi pelaku seni dan budaya untuk mengekspresikan dirinya sehingga kebudayaan lokal yang ada pada masyarakat dapat tetap terus lestari (Suneki, 2012). Penelitian Arditya Ningrum Mustikasari tahun 2014 dalam penelitian yang merumuskan bahwa kegiatan CSR bidang seni dan budaya menggunakan empat aspek CSR. Aspek-aspek tersebut diantaranya adalah ekonomi, legal, etika dan filantropis. Kegiatan yang dilakukan dalam bidang seni dan budaya dapat memberikan manfaat berupa fasilitas pada seniman, hiburan untuk masyarakat sekitar, serta kelestarian budaya lokal Indonesia. Selain itu, CSR dalam bidang seni dan budaya seharusnya dilakukan tanpa mengharapkan *feedback* yang berupa *financial* (Mustikasari, 2014). Yang membedakan dari tulisan yang ada, penelitian ini lebih berfokus kepada manfaat dari program CSR yang diadakan Santos (Madura Offshore) Pty. Ltd yang merupakan salah satu perusahaan multinasional yang beroperasi di wilayah Indonesia terhadap masyarakat sekitar dan perusahaan. Manfaat tersebut baik secara ekonomi, lingkungan, maupun citra bagi perusahaan.

## **1.6 Kerangka Pemikiran**

### **1.6.1 Corporate Social Responsibility (CSR)**

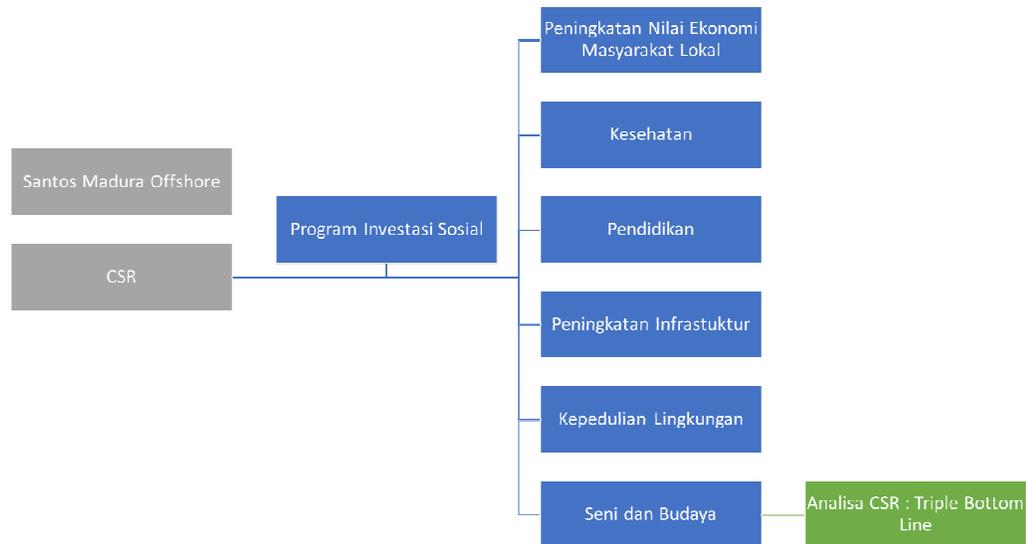
Kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah dari penjelasan CSR dimana McWilliams dan Siegel mendefinisikan bahwa CSR merupakan serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauan melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan dengan pertimbangan tindakan seperti ini tidak disyaratkan oleh peraturan hukum (Siegel, 2001). Selain itu menurut Magnan dan Farrel, CSR merupakan salah satu perilaku bisnis dimana setiap tindakan yang diambil harus mempertimbangkan tanggung jawab sosial dan memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan *stakeholders* (pihak-pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak dengan perusahaan) (Magnan, 2004). Dengan melakukan kegiatan CSR, perusahaan juga mendapatkan berbagai manfaat, salah satunya yakni dari segi *branding* dimana kehadiran perusahaan dapat diterima oleh masyarakat di sekitar wilayah operasinya. Citra yang dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis suatu perusahaan (Tirta N Mursitama, 2011). Selain itu, menurut John Elkington dalam buku yang berjudul *The Triple Bottom Line* (2004), ada tiga unsur utama dalam melakukan CSR yang

disebut “*Triple Bottom Line*” yang merupakan serangkaian tindakan perusahaan untuk melakukan kegiatan tersebut sehingga tepat sasaran. *Triple Bottom Line* ini adalah sasaran dari kegiatan CSR yang mengarah ke tiga unsur yaitu *people*, *planet*, dan *profit*. Adapun yang dimaksud dari ke tiga unsur tersebut adalah:

- a. *People* adalah, kegiatan CSR dari suatu perusahaan yang mengarah kepada masyarakat contohnya pendidikan dan kesehatan. Dalam hal ini perusahaan dapat memberikan layanan kesehatan dan pendidikan tidak hanya kepada para karyawannya saja, tetapi perusahaan juga dapat memberikan layanan tersebut kepada masyarakat disekitar perusahaan yang menjadi tempat beroperasinya perusahaan tersebut. Hal ini dilakukan karena perusahaan memiliki kewajiban dalam memajukan kualitas sumber daya manusia yang ada di wilayah perusahaan tersebut.
- b. *Planet* adalah, kegiatan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang mengarah kepada kelestarian lingkungan. Dalam hal ini perusahaan wajib menjaga area atau wilayah yang terkena dampak dari kegiatan produksi perusahaan. Perusahaan dapat memberikan program CSR seperti daur ulang limbah, pembersihan sampah, dan menyediakan tempat pembuangan sampah bagi masyarakat sekitar perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang bagaimana caranya agar lingkungan di wilayah tersebut tetap bersih.
- c. *Profit* adalah, kegiatan CSR yang dilakukan suatu perusahaan harus memberikan keuntungan bagi segala pihak. Dalam hal ini perusahaan harus memberikan manfaat secara ekonomi bagi karyawan maupun masyarakat sekitar perusahaan. Perusahaan dapat memberikan bantuan kepada UKM yang menggunakan produk perusahaan tersebut sebagai barang dagangannya. Selain menguntungkan pihak UKM, hal ini juga akan menguntungkan pihak perusahaan baik secara ekonomi maupun citra dari perusahaan tersebut (Adrian Henriques, 2004).

## 1.6.2 Operasionalisasi

**Gambar 1. 1**



Gambar 1. 1 Operasionalisasi

Sumber: Penulis

**Tabel 1.1**

<i>Triple Bottom Line</i>	<b>Indikator</b>
People	Pendidikan
	Kesehatan <sup>1</sup>
Planet	Lingkungan
Profit	<i>Branding</i>
	Ekonomi Bagi Masyarakat

Tabel 1.1 Operasionalisasi

Sumber: Penulis

Adapun dalam penelitian ini nantinya adalah melihat implementasi CSR Santos Madura Offshore yang diwujudkan dalam Program Investasi Sosial. Namun penelitian ini hanya akan memfokuskan pada satu bidang saja yakni seni

<sup>1</sup> Dalam penelitian ini indikator kesehatan tidak diuraikan, dikarenakan penelitian ini memfokuskan analisa *Triple Bottom Line* di bidang seni dan budaya

dan budaya, selanjutnya akan dianalisa dengan menggunakan konsep *CSR Triple Bottom Line* untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah penelitian.

### **1.7 Preposisi / Working Hypothesis**

Analisa CSR Program Investasi Sosial Santos (Madura Offshore) Pty. Ltd di bidang Seni dan Budaya yang diwujudkan melalui dukungan terhadap pengembangan seni tradisional (Sapi Sonok, Petik Laut, Ludruk Madura, Saronen, Karapan Sapi) memenuhi 3 sasaran konsep *CSR Triple Bottom Line* yakni *people, planet, profit*.

### **1.8 Metode Penelitian**

#### **1.8.1 Tipe Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara utama yang dilakukan peneliti dalam mencapai suatu tujuan. Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Sugiyono, metode kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian yang *naturalistic* karena penelitian dilakukan terhadap objek yang alamiah. Dikatakan ilmiah karena metode penelitian ini menggunakan data yang induktif berdasarkan fakta-fakta yang ada di lapangan (Sugiyono, 2016).

#### **1.8.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian lapangan. Menurut Sugiyono, penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan/triangulasi (Sugiyono, 2016). Adapun dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada data-data yang diperoleh secara wawancara, dimana dalam teknik pengumpulan datanya dibedakan menjadi dua tipe yaitu:

- a. Data Primer, merupakan data yang diperoleh dengan *survey* lapangan yang menggunakan teknik wawancara (Kuncoro, 2013). Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara dengan perwakilan perusahaan Santos (Madura Offshore) Pty. Ltd.
- b. Data Sekunder, merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data

(Kuncoro, 2013). Dalam penelitian ini didapatkan dari referensi data perusahaan, jurnal, buku, internet dan artikel terkait dengan subjek penelitian.

#### 1.8.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data kualitatif memiliki 3 urutan teknik yaitu : (Sugiyono, 2016)

- a. Reduksi Data merupakan analisa data yang berbentuk penggolongan, penajaman, penghapusan yang tidak diperlukan dan mengelompokan data sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.
- b. Penyajian Data adalah kegiatan penyusunan informasi dari data yang sudah di dapatkan, sehingga kesimpulan dari suatu data penelitian akan didapatkan. Penyajian dalam data kualitatif berbentuk sebuah teks naratif berdasarkan catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan dan bagan.
- c. Penarikan Kesimpulan berupa hasil *analysis* yang bisa dipakai untuk pengambilan tindakan.

Penelitian ini akan menggunakan ketiga teknik tersebut dalam menganalisa data hasil temuan yang telah dilakukan.

### 1.9 *Sistematika Penulisan*

Untuk memudahkan pembahasan dalam pembabakan penelitian ini, peneliti akan membagi tulisan ini menjadi empat bab, yaitu:

**Bab 1**, berisikan pendahuluan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi/manfaat, *literature review*, kerangka pemikiran, preposisi/*working hypothesis*, metode penelitian serta sistematika penulisan.

**Bab 2**, merupakan sejarah dan konteks Santos sebagai *Multinational Coporation* (MNC), meliputi profil, gambaran kondisi sosial masyarakat Madura di sekitar area operasi Santos. Selanjutnya, penjelasan program kegiatan CSR yakni program investasi sosial Santos di bidang seni dan budaya di Madura beserta tahapan-tapan kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

**Bab 3**, merupakan pembahasan tentang kegiatan Seni dan Budaya beserta analisa implementasi program CSR Investasi Sosial Santos di Madura, dengan menggunakan

konsep yang digunakan dalam penelitian ini beserta pembahasan tentang hubungan Santos dengan Pemerintah dan Santos dengan Masyarakat sekitar.

**Bab 4**, merupakan bab penutup, berupa kesimpulan dan saran hasil penelitian.