

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pengembangan masyarakat merupakan salah satu wujud tanggung jawab perusahaan untuk meningkatkan kemandirian masyarakat dari berbagai aspek. Sebagai wujud implementasinya, Perusahaan secara sadar berinisiatif untuk mengajak masyarakat aktif bersama menemukan solusi guna meningkatkan kondisi ekonomi, sosial, lingkungan, dan budaya.

Sejumlah kegiatan pengembangan masyarakat dilakukan di sejumlah daerah operasi. Kegiatan tersebut antara lain adalah melaksanakan sejumlah kegiatan peningkatan kualitas dan keamanan pendidikan dengan memfasilitasi perbaikan sarana belajar mengajar antara lain seperti gedung, material bangunan sekolah, pagar sekolah, komputer, dan lain sebagainya.

Setiap perusahaan memiliki tanggung jawab perusahaan. Hal ini seperti yang dikemukakan pada UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang perseroan terbatas yang berbunyi

“(1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan

ketentuan peraturan perundang-undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.”<sup>1</sup>

Tugas tanggung jawab sosial perseroan atau perusahaan juga tertulis dalam UU No. 4 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 3, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. *Corporate Social Responsibility* atau biasa disebut CSR tidak hanya sebatas melaksanakan kewajiban hukum saja yang harus dipenuhi oleh perusahaan seperti sebuah perusahaan yang memenuhi persyaratan hukum lingkungan dalam hal emisi, hal itu belum tentu merupakan sebuah tanggung jawab secara sosial oleh perusahaan, karena hal tersebut semata-mata hanya mematuhi aturan hukum. Namun jika perusahaan itu dapat memberikan kontribusi atas sumber daya perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat seperti penitipan anak gratis bagi karyawan atau menurunkan emisi di luar persyaratan hukum, maka tindakan ini dapat disebut bertanggung jawab secara sosial.<sup>2</sup>

Program *Corporate Social Responsibility* menyiratkan semacam komitmen melalui kebijakan dan tindakan perusahaan. Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan sangat beraneka ragam, CSR dikelompokkan menjadi beberapa isu sosial antara lain isu bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan dan pelestarian alam, dan

---

<sup>1</sup> Undang Undang Perseroan Terbatas, [www.hukumonline.com/pusatdata/downloadfile/fl52313/parent/26940](http://www.hukumonline.com/pusatdata/downloadfile/fl52313/parent/26940), diakses tanggal 28 Desember 2017

<sup>2</sup> Subhabrata Bobby Banerjee. 2007. *Corporate Social Responsibility: The Good, The Bad And The Ugly. United Kingdom*: Edward Elgar Publishing Limited. Hlm : 16-17.

atau berbagai bantuan permodalan bagi masyarakat. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui program CSR dalam bidang pendidikan yang terdapat didalam Badan Amil Zakat Pertamina. Bazma Pertamina merupakan suatu Badan dari perusahaan yang terikat dengan perusahaan Pertamina yang berkaitan dengan kepengurusan zakat bagi para pegawai perusahaan Pertamina.

Keterlibatan perusahaan dalam bidang pendidikan sendiri sangat diperlukan dalam rangka membantu perbaikan kualitas pendidikan di Indonesia. Karena, apabila beban tersebut hanya dibebankan pada orang tua atau pemerintah, maka akan membutuhkan waktu yang lama untuk mengatasi berbagai masalah pendidikan. Peran serta masyarakat atau pihak lain dalam peningkatan mutu pendidikan bahkan telah tercantum dalam UU RI No. 21 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada Pasal 54. Peran serta tersebut meliputi peran serta organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu layanan pendidikan.<sup>3</sup>

Peneliti melakukan penelitian di Sekretariat Bazma Pertamina untuk meneliti terkait dengan jaringan kerjasama Bazma Pertamina dan kontribusi Bazma Pertamina terhadap penerima beasiswa, maupun penerima beasiswa Bazma Pertamina kepada Bazma Pertamina dalam penyelenggaraan program CSR Pendidikan yang dilakukan oleh Bazma Pertamina. Pada konteks hubungan jaringan sosial antara Bazma Pertamina dengan para penerima program beasiswa Bazma Pertamina, telah

---

<sup>3</sup>Dea Cendani Naraduhita dan Tjiptohadi Sawarjuwono. 2012. "Corporate Social Responsibility : Upaya Memahami Alasan Dibalik Pengungkapan CSR Bidang Pendidikan". Jurnal Akuntansi Dan Auditing Volume 8/ No. 2/ Mei 2012: 95-189.

ditemukan bahwa CSR pendidikan yang dilakukan oleh Bazma Pertamina merupakan suatu program keberlanjutan sebagai bentuk perhatian Bazma kepada program CSR pendidikan yang dilakukan oleh Pertamina Foundation yang telah padam sebelumnya. Perlu diketahui sebelumnya bahwa Bazma merupakan suatu badan amil zakat yang bersifat terikat dengan Perusahaan Pertamina namun Struktur keorganisasian di dalam Bazma Pertamina tidak berasal dari pegawai-pegawai yang bekerja di perusahaan Pertamina. Namun, Bazma memiliki wewenang untuk melakukan program-program CSR atas orientasi mengharumkan nama Pertamina secara tidak langsung kepada masyarakat. Khususnya, di dalam ranah pendidikan.

Bazma Pertamina merupakan suatu badan organisasi di dalam salah satu bagian yang berada di perusahaan Pertamina. Dalam kasus ini, Bazma yang terbentuk sebagai Organisasi mempunyai wewenang untuk melakukan kegiatan CSR Pendidikan seperti layaknya sebuah Perusahaan. Perlu diketahui, Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat atau sebuah perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat atau perusahaan untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas local, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan. *Corporate Social Responsibility* tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* diperlukan suatu budaya yang

didasari oleh etika yang bersifat adaptif.<sup>4</sup>. Sehingga, perlu diketahui apa yang melatarbelakangi Bazma Pertamina memiliki wewenang dalam melakukan kegiatan CSR ini, khususnya dalam bidang pendidikan.

Peneliti akan mengkaji apa yang menyebabkan suatu badan amil zakat Pertamina (BAZMA) dapat menjalankan program-program CSR Pendidikan kepada para penerima beasiswa. Fokus penelitian kali ini berpusat kedalam jaringan kerjasama Bazma Pertamina yang terbentuk didalam program beasiswa Bazma Pertamina. Kontribusi Social dari Bazma Pertamina terhadap penerima beasiswa, maupun kontribusi dari penerima beasiswa terhadap Bazma Pertamina. Dari Socia penelitian tersebut, diharapkan dapat membuka latarbelakang yang menyebabkan kontribusi Social yang dijalankan oleh perusahaan Pertamina khususnya Bazma Pertamina memiliki wewenang dalam menjalankan Program-program CSR.

## **1.2 Permasalahan Penelitian**

Bazma Pertamina mempunyai program di bidang sosial. Program tersebut dinamakan program beasiswa Bazma Pertamina. Pelaksanaan program beasiswa Bazma Pertamina yang dilaksanakan ada keterkaitannya dengan kontribusi sosial. Permasalahan yang ada di dalam Bazma Pertamina dalam program beasiswa Bazma Pertamina berhasil atau tidaknya ditentukan bagaimana cara membangun jaringan kerjasama dan pola kontribusi yang dilakukan oleh Bazma Pertamina. Bagaimanakah

---

<sup>4</sup> Bambang Rudito, Famiola Melia. *Corporate Social Responsibility*. (Bandung: Rekayasa Sains, 2013, hlm.1

cara membangun pola jaringan kerjasama pada Bazma Pertamina dan bagaimana pola kontribusi di dalam pelaksanaan program beasiswa Bazma Pertamina. Dari jaringan kerjasama dan kontribusi sosial dilihat apakah program-program ini berjalan dengan baik, dan ataukah sebaliknya.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan penelitian, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana desain dan mekanisme dalam pelaksanaan program beasiswa Bazma Pertamina?
2. Kontribusi apa saja yang didapatkan penerima beasiswa Bazma Pertamina?
3. Bagaimana upaya membangun jaringan kerjasama yang dilakukan oleh Bazma Pertamina dalam pelaksanaan pemberian program beasiswa Bazma Pertamina?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana desain dan mekanisme dalam pelaksanaan program beasiswa Bazma Pertamina.
2. Untuk mengetahui kontribusi apa saja yang didapat oleh penerima beasiswa Bazma Pertamina.

3. Untuk memahami bagaimana upaya membangun jaringan kerjasama yang dilakukan oleh Bazma Pertamina dalam pelaksanaan pemberian program beasiswa Bazma Pertamina.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah; *Pertama*, Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian sosiologi, khususnya kajian sosiologi mengenai *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, peneliti juga berharap hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian lanjutan bagi peneliti masalah yang sejenis. Dengan studi ini peneliti mencoba melengkapi serta menyempurnakan konsepsi-konsepsi tentang pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* pada Bazma Pertamina. Peneliti berharap dapat memberikan pengetahuan dan wawasan baru seputar pelaksanaan program beasiswa pada Bazma Pertamina.

### **1.6 Tinjauan Penelitian Sejenis**

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti sudah terlebih dahulu melakukan tinjauan pustaka sejenis terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang bertujuan untuk memberi gambaran umum mengenai judul dan tema yang berkaitan dengan penelitian. Tinjauan pustaka yang pertama yaitu jurnal yang berjudul “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan

Lawang Kabupaten Malang)” yang ditulis oleh Silvania Mira Vegawati, Srikandi Kumadji dan Dahlan Fanani.<sup>5</sup> Metode yang digunakan yaitu *explanatory research*, dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara CSR dengan Citra Perusahaan selama ini yang menjadi tujuan suatu perusahaan didirikan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan meningkatkan citra perusahaan yang akan menjamin pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan (*sustainability*) bila perusahaan memberi perhatian pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar. Masyarakat juga sudah pintar dalam menilai bagaimana kontribusi suatu perusahaan terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Selama ini, CSR di identikkan dengan seberapa besar uang yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Tinjauan pustaka yang kedua yaitu jurnal yang berjudul “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan)” yang ditulis oleh Yuniarti Wahyuningrum, Irwan Noor dan Abdul Wachid.<sup>6</sup> Penelitian ini menggunakan analisis sosial deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian

---

<sup>5</sup> Silvania Mira Vegawati, Srikandi Kumadji, Dahlan Fanani. 2015. “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility (Csr)* Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang)”. JAB, Vol. 20 No. 1,2015

<sup>6</sup> Yuniarti Wahyuningrum, Irwan Noor, Abdul Wachid. 2011. “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan)”. Vol.1 No.5, 2011: 109-115



menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan. Yaitu secara simultan dan parsial antara lingkungan sosial, ekonomi dan lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat. Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa ketiga analisis bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.

Tinjauan pustaka yang ketiga yaitu jurnal yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT Newmont” yang ditulis oleh Hasan Asy’ari.<sup>7</sup> Penelitian ini melakukan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah Sebagai salah satu faktor pendorong mewujudkan gagasan pemerataan ekonomi, keadilan social dan pemeliharaan lingkungan yang berkelanjutan, implementasi CSR merupakan tanggungjawab perusahaan dalam arti menyeluruh. Implementasi yang baik dari ini membutuhkan penjabaran nilai-nilai etika social dan lingkungan lebih jauh dalam organisasi perusahaan.

Tinjauan pustaka yang keempat yaitu jurnal yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Sari Husada Yogyakarta Dalam Memperoleh Proper Hijau” yang ditulis oleh Arini Dian Purwaningtyas.<sup>8</sup> Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara konseptual, keberadaan CSR sebagai bagian kepedulian sosial privat pada

---

<sup>7</sup> Hasan Asy’ari. 2009. *Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Modal Sosial Pada PT Newmont*. Universitas Dipenogoro

<sup>8</sup> Arini Dian Purwaningtyas. 2012. *Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Sari Husada Yogyakarta Dalam Memperoleh Proper Hijau*. Universitas Atmajaya Yogyakarta

masyarakat dan lingkungan sosial merupakan hal yang positif, akan tetapi hal ini masih menjadi perdebatan banyak kalangan pada perkembangan berikutnya.

**Tabel I.1**  
**Tinjauan Sejenis**

No.	Judul/ Referensi	Permasalahan	Metode Penelitian	Konsep/ Teori	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Silvania Mira Vegawati, Srikandi Kumadji dan Dahlan Fanani. 2015. Pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang)	Dalam jurnal ini membahas tentang pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Citra Perusahaan	Metode yang digunakan yaitu explanatory research, dengan pendekatan kuantitatif	Konsep CSR, Pengaruh Program CSR	CSR memberi perhatian yang menitikberatkan pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar	Persamaan: Penelitian ini sama-sama membahas manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> bagi masyarakat  Perbedaan: Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana pengaruh CSR terhadap citra perusahaan
2.	Yuniarti Wahyuningrum, Irwan Noor dan Abdul Wachid. 2011. Pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan	Penelitian ini menjelaskan bagaimana mengukur signifikansi pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap peningkatan pemberdayaan masyarakat. Yang telah diajukan yaitu	Penelitian ini menggunakan analisis sosial deskriptif dan analisis regresi linear berganda	Konsep CSR, Pengaruh CSR	Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara lingkungan sosial, ekonomi dan lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat.	Persamaan: Menjelaskan komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya dengan memperhatikan kepentingan <i>Stakeholder</i> dan lingkungan dimana perusahaan

No.	Judul/ Referensi	Permasalahan	Metode Penelitian	Konsep/ Teori	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Kabupaten Pasuruan)	terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap pemberdayaan masyarakat.				melakukan aktivitasnya.  Perbedaan: Penelitian ini bertujuan untuk mengukur signifikansi pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap peningkatan pemberdayaan masyarakat.
3.	Hasan Asy'ari.2009. Universitas Diponegoro. Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Sebagai Modal Sosial Pada PT Newmont Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)	Penelitian ini menjelaskan bahwa CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang terbaru, yakni UU Nomer 40 Tahun 2007. Melalui undang-undang ini, atau koprasikoprasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan	Penelitian ini melakukan metode penelitian deskriptif kualitatif.	Faktor pendorong implementasi CSR	Hasil penelitian ini adalah Sebagai salah satu pendorong mewujudkan gagasan pemerataan ekonomi, keadilan sosial dan pemeliharaan lingkungan yang berkelanjutan.	Persamaan: Membahas implementasi CSR  Perbedaan: Menjelaskan apa saja yang mendorong implementasi CSR
4.	Arini Dian Purwaningtyas.2012. Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Sari	Penelitian ini menjelaskan tentang Substansi keberadaan CSR adalah	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	Konsep CSR. Eksistensi CSR	Secara konseptual, keberadaan CSR sebagai bagian kepedulian sosial	Persamaan: Membahas CSR  Perbedaan: Menjelaskan

No.	Judul/ Referensi	Permasalahan	Metode Penelitian	Konsep/ Teori	Hasil penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Husada Yogyakarta Dalam Memperoleh Proper Hijau	memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar <i>Stakeholder</i> untuk menyusun program-program pengembangan masyarakat di sekitarnya. Hasilnya ada peningkatan kesenjangan antara, kaya dan miskin, posisi negara yang semakin berjarak kepada rakyatnya, semakin mengemukanya arti kesinambungan. Meningkatnya resistensi <sup>12</sup> social yang terkadang bersifat anti-perusahaan, transparansi, harapan bagi terwujudnya kehidupan yang lebih baik dan manusiawi.			pada masyarakat dan lingkungan sosial merupakan hal yang positif, akan tetapi hal ini masih menjadi perdebatan banyak kalangan pada perkembangan berikutnya. Banyak yang mengkritik secara konseptual maupun pelaksanaan praktek CSR yang ternyata tetap lebih mengedepankan aspek <i>profit</i> (keuntungan) korporasi sehingga bentuk kegiatan CSR dilaksanakan oleh suatu perusahaan apabila memberikan keuntungan bagi perusahaan, tidak langsung secara materiil tapi lebih bersifat tidak langsung seperti <i>good will</i> atau nama baik korporasi, kedekatan dengan birokrasi.	tentang bagaimana eksistensi CSR

Sumber: Diolah dari penelitian sejenis, 2019

Dari penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat perbedaan dengan penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lainnya yaitu berfokus pada jaringan sosial yang dilakukan pada pelaksanaan program beasiswa Bazma Pertamina. Penelitian ini juga menjelaskan peran pemangku kepentingan (*stakeholder*) terhadap pelaksanaan program beasiswa tersebut.

## **1.7 Kerangka Konseptual**

### **1.7.1 *Corporate Social Responsibility***

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat atau sebuah perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat atau perusahaan untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas local, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan. *Corporate Social Responsibility* tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif.<sup>9</sup>

Tanggung jawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan interrelasi antara perusahaan dan masyarakat, yang sangat ditentukan oleh dampak yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Semakin tinggi tingkat peradaban

---

<sup>9</sup> Bambang Rudito, Famiola Melia. *Corporate Social Responsibility*. (Bandung: Reayasa Sains, 2013, hlm.1

masyarakat, khususnya akibat perkembangan ilmu sehingga mengakibatkan kesadaran dan perhatian lingkungan memunculkan tuntutan tanggungjawab perusahaan. Hal itu karena, peningkatan pengetahuan masyarakat meningkatkan keterbukaan ekspektasi masa depan dan sustainabilitas pembangunan.

Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, juga komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini, tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antar-*stakeholders*. Konsep kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*) dalam tanggung jawab sosial tidak lagi memadai, karena itu konsep tersebut tidak melibatkan kemitraan tanggung jawab perusahaan secara sosial dengan *stakeholders* lainnya.<sup>10</sup>

Tanggung jawab perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada dasarnya juga terkait dengan budaya perusahaan (*corporate culture*) yang ada yang dipengaruhi oleh etika perusahaan yang bersangkutan. Budaya perusahaan terbentuk dari para individu sebagai anggota perusahaan yang bersangkutan dan biasanya dibentuk oleh sistem dalam perusahaan. Sistem perusahaan khususnya alur dominasi para pemimpin memegang peranan penting dalam pembentukan kebudayaan perusahaan, pemimpin perusahaan dengan motivasi yang kuat dalam etikanya yang mengarah pada kemanusiaan akan dapat memberikan nuansa budaya perusahaan secara keseluruhan.

---

<sup>10</sup> *Ibid*, hlm 107

Tanggung jawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan interrelasi antara perusahaan dan masyarakat, yang sangat ditentukan oleh dampak yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Semakin tinggi tingkat peradaban masyarakat, khususnya akibat perkembangan ilmu sehingga meningkatkan kesadaran dan perhatian lingkungan memunculkan tuntutan tanggung jawab perusahaan. Hal itu karena, peningkatan pengetahuan masyarakat meningkatkan keterbukaan ekspektasi masa depan dan sustainability pembangunan

Perkembangan awal *social responsibility* masih dipahami secara sederhana, pada saat itu, *social responsibility* dipahami sebagai derma perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Menurut cara pandang tradisional, tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) lebih didasarkan pada aktivitas yang bersifat karitatif. Gema tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dimulai sejak tahun 1960-an saat dimana secara global, masyarakat dunia baru pulih dari *excess* Perang Dunia I dan II, serta mulai menapaki jalan menuju kesejahteraan.

Pada dasarnya bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dapat beraneka ragam dari yang bersifat *charity* sampai pada kegiatan yang bersifat pengembangan masyarakat, dari yang bernuansa abstrak sampai pada bentuk yang konkrit. Akan tetapi dari keseluruhan kegiatan tersebut, pada dasarnya tidak terkait dengan produk dari yang dihasilkan oleh perusahaan, seperti sebuah reklame tetapi tidak berisi produk dari si pembuat reklame.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat atau sebuah perusahaan untuk dapat

berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat atau perusahaan untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan. *Corporate Social Responsibility* tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif.<sup>11</sup>

Terdapat 4 (empat) jenis tipologi tanggung jawab sosial, yaitu:

1. Tipologi Tanggung Jawab Sosial Dilihat dari *Direct* dan *Indirect Effect* Terhadap *Stakeholder*.
2. Tipologi Tanggung Jawab Sosial Dilihat dari Tingkat Pemberdayaan (*Empowering*) Masyarakat.
3. Tipologi Tanggung Jawab Sosial Dilihat dari Keterlibatan Langsung dan Tidak Langsung Perusahaan dalam Praktik/Pelaksanaannya.
4. Tipologi Tanggungjawab Sosial Dilihat dari Peraturan Menteri BUMN Nomor KEP-04 /MBU/2007.

---

<sup>11</sup> Op.cit, hlm 1



- **Tipologi Tanggung Jawab Sosial Dilihat dari *Direct* dan *Indirect Effect Terhadap Stakeholder***

*Direct indirect* disini dimaksudkan bahwa pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan berupa aktivitas sosial yang pelaksanaan dan kemanfaatannya dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung oleh masyarakat dan lingkungannya. Kegiatan kemanfaatannya *direct effect* umumnya bersifat *current expenditure (philanthropic)*. Kegiatannya lebih didasarkan *social motive* murni, seperti: bantuan bencana alam, bantuan pendidikan, bantuan olahraga, bantuan kesehatan, bantuan sarana umum dan ibadah, bantuan sembako serta kegiatan sejenisnya yang langsung mengenai dan dapat dinikmati kemanfaatannya oleh masyarakat. Proporsi tanggung jawab sosial jenis ini umumnya lebih sedikit dibandingkan dengan kegiatan sosial yang bersifat *indirect effect*.<sup>12</sup>

Berbeda dengan *direct effect*, *indirect effect* kegiatannya lebih bertujuan kepada lingkungan, seperti: upaya menjaga lingkungan dengan investasi instalasi maupun prosedur yang diorientasikan untuk mengurangi emisi debu, pencemaran udara dan air, daur ulang limbah, mengurangi waste, manajemen lingkungan dan sejenisnya. Kegiatan yang berkaitan energi, sebagian besar juga kurang bersinggungan langsung dengan *stakeholder*, terutama *stakeholder* eksternal, seperti:

---

<sup>12</sup> Nor Hadi. *Corporate Social Responsibility*.(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.), hlm. 160.

penghematan penggunaan energi, modernisasi instalasi energi, seminar energi dan sejenisnya.<sup>13</sup>

- **Tipologi Tanggung Jawab Sosial Dilihat dari Tingkat Pemberdayaan (Empowering) Masyarakat**

Terdapat tiga pendekatan yang dijadikan pijakan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial, yaitu: *philanthropy (charity)* dan kemitraan. Sedangkan pendekatan kemitraan terdapat tiga bentuk kemitraan, yaitu: (1) kemitraan kontra produktif, (2) kemitraan semi produktif, dan (3) kemitraan produktif.

*Philanthropy charity*, pelaksanaan tanggung jawab sosial tipe ini umumnya didasarkan pada motif sosial murni. Tipe tanggung jawab sosial jenis ini bersifat karitatif, indential, memenuhi standar minimal, upaya polesan bahwa perusahaan juga memiliki perhatian terhadap masalah sosial, tidak memiliki kontra prestasi langsung terhadap strategi dan orientasi ekonomi perusahaan. Tipe tanggung jawab ini umumnya lebih diarahkan uuntuk bina lingkungan.<sup>14</sup>

Pelaksanaan nyata tanggung jawab sosial jenis ini yaitu: bantuan bencana alam, kunjungan panti jompo, membantu pembukaan akses masyarakat yang terisolir, peringatan hari besar keagamaan dan nasional, bantuan sarana ibadah, pendidikan dan kesehatan, serta beberapa bentuk yang serupa. Kemitraan semi produktif, tipe kemitraan jenis ini *stakeholder* diposisikan di luar perusahaan (objek). Program kemitraan semi produktif ini masih mengacu pada kepentingan jangka pendek belum

---

<sup>13</sup> *Ibid*, 161

<sup>14</sup>Nor Hadi, Op.cit hlm 167

atau tidak menimbulkan *sense of belonging* dan *low benefit* di pihak *Stakeholder*. Dengan kata lain, kemitraan tipe ini masih mengedepankan corporate interest bukan kepentingan bersama (*common interest*). Tipe tanggung jawab sosial ini juga masih diarahkan dan berwawasan bina lingkungan.<sup>15</sup>

Kemitraan produktif (*empowering*), pola kemitraan ini mendudukan *stakeholder* dalam paradigma *common interest*. Prinsip simbiosis mutualisme sangat kental serta pemberdayaan masyarakat sangat kelihatan di tipe kemitraan ini. Dalam kemitraan ini, *stakeholder* memperoleh kesempatan meningkatkan kesejahteraan lewat pemberdayaan yang dikelola bersama lewat kegiatan produktif seperti *income generating*, pemilikan saham oleh *stakeholder* (seperti saham bonus bagi karyawan dan direksi), dana bergilir, serta bentuk kerjasama perusahaan *stakeholder* lainnya. Pola tanggung jawab sosial tipe ini memiliki kemampuan *multiplier effect* lebih baik dibanding dengan pola karitas. Hal itu karena, pola kemitraan mengandung pendidikan kemandirian, memposisikan *stakeholder* dalam derajat keberdayaan dan bermuatan *button up*, serta memiliki muatan pendidikan kemandirian *stakeholder* (*community development*).

---

<sup>15</sup> *Ibid*, 168

- **Tipologi Tanggung Jawab Sosial Dilihat dari Keterlibatan Langsung dan Tidak Langsung Perusahaan dalam Praktik/Pelaksanaannya**

Dilihat dari sudut pandang keterlibatan langsung dan tidak langsung perusahaan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial, terdapat dua strategi implementasi, yaitu: (1) *Self Managing*, dan (2) *Outsourcing*<sup>16</sup>.

**Pola *self managing***, praktik tanggung jawab sosial yang dilakukan sendiri oleh perusahaan dengan menugaskan karyawan atau melalui yayasan dan organisasi sosial yang dibentuk oleh perusahaan lewat komando *corporate secretary/ public affair manager* / biro humas dan sejenisnya.

**Pola *Outsourcing***, merupakan strategi implementasi tanggung jawab sosial yang diserahkan oleh pihak ketiga, baik bermitra dengan pihak profesional seperti: LSM, PMI, Universitas, Media Massa, dan mitra lainnya. Kegiatan pola ini juga dapat dilakukan dengan bergabung atau mendukung kegiatan bersama, baik yang berjangka pendek, maupun berjangka panjang. Berbagai bentuk kegiatan yang menggunakan pola seperti ini, yaitu: penelitian, kerjasama dengan media massa, bantuan bencana alam, Dompot Peduli Indonesia, Dompot Tsunami dan sejenisnya.

- **Tipologi Tanggungjawab Sosial Dilihat dari Peraturan Menteri BUMN Nomor KEP-04 /MBU/2007**

Mengacu kepada Keputusan Menteri BUMN Nomor KEP.04/MBU/2007 pelaksanaan tanggung jawab sosial dikelompokkan menjadi dua, yaitu: Kemitraan

---

<sup>16</sup> *Ibid*, 170

dan Bina Lingkungan. Sebagian besar perusahaan memahami tanggungjawab sosial mngacu pada keputusan menteri tersebut. Yang termasuk dalam bina lingkungan, yaitu seperti: bantuan bencana alam, bantuan kesehatan, khitanan massal, penerangan jalan sekitar perusahaan, bantuan sarana umum dan tempat ibadah, beasiswa pendidikan masyarakat sekitar, bantuan hari raya, bantuan olahraga, seni dan budaya, donor darah, operasi katarak, serta bentuk kegiatan sejenis lainnya. Yang termasuk didalam bentuk kemitraan yaitu seperti: bantuan kredit lunak (dana bergulir) untuk koperasi, bantuan pemasaran, bantuan manajemen, pelatihan perbengkelan, bantuan teknis, bantuan jaringan pengembangan usaha dan sejenisnya.

Berikut ini adalah enam inisiatif perusahaan menurut Philip Kotler yang telah dieksplorasi, yaitu sebagai berikut:<sup>17</sup>

1. **Penyebab Promosi:** Korporasi menyediakan dana, sumbangan natura, atau sumber daya perusahaan lainnya untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian tentang tujuan sosial atau untuk mendukung penggalangan dana, partisipasi, atau perekrutan sukarela untuk suatu tujuan.
2. **Pemasaran yang Berhubungan Dengan Penyebab:** Suatu perusahaan berkomitmen untuk memberikan kontribusi atau menyumbangkan persentase dari pendapatan untuk penyebab spesifik berdasarkan penjualan produk. Paling umum penawaran ini adalah untuk jangka waktu yang diumumkan, untuk produk tertentu, dan untuk amal tertentu. Dalam skenario ini, sebuah perusahaan paling sering

---

<sup>17</sup> Philip Kotler and Nancy Lee. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good For Your Company And Your Cause*. Printed In The United States Of America: Wiley. 2005., Hlm. 23-24.

bermitra dengan organisasi nirlaba, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan yang dirancang untuk meningkat penjualan produk tertentu dan untuk menghasilkan dukungan keuangan untuk amal

**3. Pemasaran Sosial Perusahaan:** Perusahaan mendukung pengembangan dan / atau pelaksanaan kampanye perubahan perilaku yang dimaksudkan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat, keselamatan, lingkungan, atau kesejahteraan masyarakat. Fitur yang membedakan adalah fokus perubahan perilaku, yang membedakannya dari promosi penyebab yang fokus pada mendukung kesadaran, penggalangan dana, dan perekrutan sukarela untuk suatu tujuan. Sebuah perusahaan dapat mengembangkan dan mengimplementasikan kampanye perubahan perilaku sendiri.

**4. Filantropi Korporat:** Korporasi memberikan kontribusi langsung ke badan amal atau tujuan, paling sering dalam bentuk hibah tunai, sumbangan, dan / atau layanan inkind. Inisiatif ini mungkin yang paling tradisional dari semua inisiatif sosial perusahaan dan selama beberapa dekade didekati secara responsif.

**5. Kesukarelawanan Komunitas:** Suatu perusahaan mendukung dan mendorong karyawan, mitra ritel, dan / atau anggota waralaba untuk menyumbangkan waktu mereka untuk mendukung organisasi dan penyebab masyarakat setempat. Kegiatan ini mungkin merupakan upaya yang berdiri sendiri.

**6. Praktik Bisnis yang Bertanggung Jawab Sosial:** Perusahaan mengadopsi dan melakukan praktik bisnis dan investasi diskresioner yang mendukung tujuan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan melindungi lingkungan. Inisiatif dapat dipahami dan diterapkan oleh organisasi.

### 1.7.2 Stakeholder

Freeman mendefinisikan stakeholder sebagai: “*any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization’s objectives.*”<sup>18</sup> Terjemahan bebasnya adalah sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu. Bisa secara singkat mendefinisikan stakeholders adalah orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu. Sedangkan Grimble and Wellard melihat stakeholders dari segi posisi penting dan pengaruh yang mereka miliki.<sup>19</sup> Dari definisi tersebut, maka *stakeholder* merupakan keterikatan yang didasari oleh kepentingan tertentu. Dengan demikian, jika berbicara mengenai *stakeholder theory* berarti membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak.

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> R.E. Freeman , *Strategic Management: A Stakeholders Approach*, Fitman, Boston, 1984, hlm.37.

<sup>19</sup> Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility; Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012, hlm.112

<sup>20</sup> Nor Hadi. 2011. *Social Responsibility. Corporate*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hlm 93

Batasan *stakeholder* tersebut diatas mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperlihatkan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*.<sup>21</sup>

“Rheinald Kasali membagi *stakeholder* menjadi 5 bagian, yaitu:  
1. *Stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal. *Stakeholder* internal adalah *Stakeholder* yang berada didalam lingkungan organisasi. Misalnya, karyawan, manajer dan pemegang saham (shareholders). Sedangkan *Stakeholder* eksternal adalah *Stakeholder* yang berada diluar lingkungan organisasi seperti penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, kelompok social responsibility investor, licening partner dan lainnya.

2. *Stakeholder* primer, *stakeholder* sekunder dan *stakeholder* marjinal. *Stakeholder* primer merupakan *stakeholder* yang harus diperhatikan oleh perusahaan, sedang *stakeholder* sekunder merupakan *stakeholder* kurang penting, sedang *stakeholder* marjinal merupakan *stakeholder* yang sering diabaikan oleh perusahaan.

3. *Stakeholder* tradisional dan *stakeholder* masa depan. Karyawan dan konsumen merupakan *stakeholder* tradisional, karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *stakeholder* masa depan adalah *stakeholder* pada masa yang akan diperkirakan akan memberikan pengaruh pada organisasi seperti peneliti, konsumen potensial, calon investor (investor potensial) dan lainnya

4. Proponents, opponents dan uncommitted. *Stakeholder* proponents merupakan *stakeholder* yang berpihak kepada perusahaan, *stakeholders* opponents merupakan *stakeholder* yang tak memihak perusahaan, sedang *stakeholder* uncommitted adalah *stakeholder* yang tak peduli lagi terhadap perusahaan (organisasi).

5. *Silent majority* dan *vocal minority*. Dilihat aktivitas *stakeholder* dalam melakukan atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan

---

<sup>21</sup> *Ibid*, 94



penentangan atau dukungannya secara local (aktif) namun ada pula yang menyatakan secara silent (pasif).”<sup>22</sup>

### 1.7.3 Teori Altruisme

Altruisme adalah tindakan yang basisnya individual-singular, tetapi ia dapat dialami dalam kebersamaan tanpa menghilangkan karakter singularitasnya. Ia didambakan dan aktualisasinya selalu diliputi oleh misteri yang sering dimodifikasi oleh balutan emosional. Sebagai modus tindakan, motifnya tidak dapat dikategorisasikan dan distandarisasi, namun keberadaannya menjadi penanda penting bagi kebersamaan dalam suatu komunitas. Di dalam altruisme senantiasa ada paradoks yang menunjukkan relasi atau bahkan irisan antara diri dengan keberadaan sesama yang lain. Di dalam altruisme terjadi penegasan antara “aku” dengan “sesamaku” (*the other*) secara simultan. Oleh karenanya, altruisme adalah pengakuan terhadap yang lain, pengakuan terhadap sosialitas manusia tanpa peleburan identitas individu pelakunya. Altruisme adalah tanda positivities manusia dan tanda positivities dunia sosialnya. Melalui altruisme, sebuah masyarakat menemukan bahwa “bersama” itu mungkin dan bahwa perjumpaan dengan yang lain selalu membawa gairah. Oleh karenanya, altruisme juga penting untuk dijadikan sandaran bagi pembangunan hubungan kemasyarakatan. Ia mesti dipelihara dan dicocoktanamkan sebagai modus eksistensi suatu komunitas.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Rhenald Kasali. *Manajemen Public Relations*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005)

<sup>23</sup> Robertus Robet. 2013. “Altruisme, Solidaritas, dan Kebijakan Sosial.” *Jurnal Sosiologi MASYARAKAT*, Vol. 18, No. 1, Januari 2013: 1-18.

## 1.8 Metodologi Penelitian

### 1.8.1 Pendekatan Penelitian dan Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah “sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap dibentuk dalam sebuah latar alamiah.”<sup>24</sup>

Pendekatan kualitatif yang peneliti gunakan berkaitan dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan teknik wawancara kepada beberapa informan yang menjadi subjek penelitian. Wawancara yang digunakan oleh peneliti bersifat terbuka. Artinya, prinsip fleksibilitas dalam penelitian ini berguna bagi peneliti untuk menjawab berbagai permasalahan penelitian melalui informasi-informasi subjektif dari informan.

Kemudian, melalui informasi-informasi subjektif informan tersebut, peneliti merepresentasikan kembali dengan penafsiran dari hasil observasi (pengamatan) sehingga validitas data dapat diperoleh dari tahapan tersebut. Peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus. Studi kasus adalah sebuah metode dalam pendekatan kualitatif yang mana peneliti menyelidiki sebuah kasus atau beberapa kasus dari waktu ke waktu melalui memerinci, mengumpulkan seluk beluk data disertai beberapa sumber informasi seperti observasi, wawancara, rekaman-rekaman,

---

<sup>24</sup>John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), hlm 3.

dokumen-dokumen dan laporan sebuah deskripsi kasus dan kasus tersebut sesuai dengan fokus penelitian.<sup>25</sup>

### **1.8.2 Subjek Penelitian**

Subjek Penelitian ini akan peneliti fokuskan kepada Pengurus Bazma Pertamina sebagai penyalur beasiswa, Anggota Bazma Pertamina, dan penerima beasiswa dari Bazma Pertamina. Peneliti akan menggali bagaimana pelaksanaan yang dilakukan oleh Bazma Pertamina dalam penyelenggaraan CSR Beasiswa kepada para penerima, serta informasi terkait yang dibutuhkan dalam rangka melengkapi penelitian ini. Penarikan informasi menggunakan teknik wawancara kepada para subjek penelitian dan observasi lapangan.

### **1.8.3 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, agar data yang diperoleh dinyatakan dalam bentuk tanggapan suatu gejala yang terdapat di dalam masyarakat. Karena tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami situasi sosial yang terjadi dilingkungan masyarakat.

Oleh karena itu, penelitian ini bersifat memahami suatu gejala sosial dan berusaha menemukan makna atau pemaknaan dalam fenomena tersebut. Dalam memenuhi kebutuhan data dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan tiga dasar

---

<sup>25</sup>*Ibid.*, hlm 33.

dalam teknik pengumpulan data, yaitu dengan metode observasi (pengamatan), wawancara, dan studi pustaka (*literature*).<sup>26</sup>

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan studi pustaka. Adapun yang menjadi informan kunci ialah badan pelaksanaan harian dan penerima beasiswa Bazma Pertamina.

#### **1.8.4 Triangulasi Data**

Teknik yang digunakan untuk memvalidasi data yang didapatkan adalah triangulasi data. Menurut Moleong, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>27</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.<sup>28</sup> Dengan teknik tersebut, peneliti membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing informan untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan.

Kemudian peneliti melakukan triangulasi dengan metode. Triangulasi dengan metode terdapat dua strategi, yaitu 1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan

---

<sup>26</sup>*Ibid.*, hlm 141.

<sup>27</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 330.

<sup>28</sup> *Ibid.*, hlm. 330-331.

hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan data dan 2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.<sup>29</sup> Dengan teknik ini, peneliti melakukan pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yakni observasi, dokumentasi dan wawancara sehingga derajat kepercayaan data dapat dikatakan valid.

### **1.8.5 Teknik Analisis Data**

Creswell mendefinisikan teknik triangulasi data sebagai “suatu penelitian adalah proses membandingkan atau memeriksa bukti-bukti yang berasal dari berbagai sumber.”<sup>30</sup> Hal tersebut merupakan bagian dari penopang dalam mencapai penelitian yang akurat, serta dapat menghasilkan data yang valid dan teruji sesuai dengan fakta yang ada di lapangan sebagai objek penelitian. Untuk mendapatkan data yang akurat serta relevan peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantara observasi serta wawancara. Dengan menggunakan teknik-teknik tersebut peneliti berusaha untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan teknik penelitian. Peneliti melakukan observasi serta menyusun pertanyaan yang akan peneliti gunakan sebagai pedoman wawancara.

---

<sup>29</sup> *Ibid*, hlm. 331.

<sup>30</sup> *Ibid*., hlm 286.

### 1.8.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini terdiri dari 5 bab yang masing-masing bab mempunyai urgensi yang berbeda yakni:

**Bab I.** Dalam bab ini peneliti menjabarkan tentang latar belakang, permasalahan penelitian, tujuan dan signifikansi atau manfaat penelitian, tinjauan penelitian sejenis, kerangka konseptual dan kerangka teori, metodologi penelitian, subjek penelitian, lokasi dan waktu penelitian, peran peneliti, teknik pengumpulan data, triangulasi serta sistematika penelitian.

**Bab II.** Dalam bab ini peneliti menjabarkan tentang sejarah serta profil dari Bazma Pertamina, yang didalamnya terdapat gambaran umum mengenai Bazma Pertamina, serta relasi sosial yang terjalin antara Bazma Pertamina.

**Bab III.** Dalam bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang telah peneliti dapatkan, serta bagaimana hasil kontribusi yang dilakukan Bazma Pertamina terhadap penerima beasiswa, maupun penerima beasiswa terhadap Bazma Pertamina.

**Bab IV.** Dalam bab ini peneliti akan mencoba untuk menganalisis hasil dari temuan yang telah peneliti dapatkan. Dalam bab ini peneliti akan menggunakan teori-teori dalam sosiologi yang akan peneliti gunakan sebagai pisau analisa untuk menganalisis hasil temuan lapangan yang telah peneliti dapatkan.

**Bab V.** Dalam bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan dari hasil keseluruhan penelitian yang telah dilaksanakan. Kesimpulan ini merupakan jawaban eksplisit dari pertanyaan penelitian. Sedangkan sub bab selanjutnya peneliti memberikan beberapa rekomendasi akan hasil penelitian yang telah dijalankan.