

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi Indonesia didukung dari peranan penting perusahaan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran ekonomi perusahaan yang secara tidak langsung memberikan dampak pada pertumbuhan ekonomi negara. Setiap perusahaan baik Badan Usaha Milik Negara (BUMN), badan usaha milik swasta, maupun Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentu saja berusaha untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dari bisnis yang dijalankan. Tidak hanya mencari keuntungan saja, saat ini banyak perusahaan yang menyadari pentingnya memberikan kesejahteraan bagi karyawan maupun lingkungan masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup sosial yang lebih baik di sekitar perusahaan beroperasi. Kontribusi dan tanggung jawab seperti ini yang disebut dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen berkelanjutan oleh bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi, peningkatan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup mereka (Marnelly, 2012). Setiap perusahaan memiliki lingkup CSR yang berbeda-beda sesuai dengan permasalahan yang ada di sekitar lingkungan perusahaan beroperasi. Dari masalah yang ada, perusahaan akan menciptakan sebuah konsep dan bertindak sesuai dengan kemampuan dan kapasitas perusahaan. Idealnya, perusahaan dan lingkungan masyarakat di sekitar perusahaan secara bersama-sama akan merasakan dampak positif dari program CSR yang dijalankan.

Salah satu perusahaan yang konsisten dan aktif dalam melaksanakan kegiatan CSR adalah Banyan Tree. Banyan Tree merupakan bisnis swasta kelas dunia yang bergerak di bidang perhotelan dan merupakan satu di antara beberapa merek perhotelan milik Banyan Tree Group (merek perhotelan multinasional Singapura). Banyan Tree pertama kali didirikan di Phuket, Thailand pada tahun 1994. Kini, Banyan Tree berhasil memperluas cakupan bisnisnya hingga ke berbagai negara baik di Asia, Amerika, Afrika, dan Timur Tengah.

Salah satu negara di Asia Tenggara yang menjadi lokasi pembangunan properti milik Banyan Tree Group adalah Indonesia. Properti Banyan Tree di Indonesia terletak di Provinsi Bali dan Provinsi Kepulauan Riau. Properti Banyan Tree yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau didirikan pada tahun 1995 di kawasan pariwisata Lagoi, Kabupaten Bintan. Banyan Tree Bintan merupakan properti kedua yang dibangun setelah Banyan Tree Thailand. Tidak hanya itu, Banyan Tree Bintan juga berada satu kawasan dengan merek Banyan Tree Group lainnya, yaitu Angsana Bintan dan Cassia Bintan.

Sebagai sebuah *resort* bintang lima, Banyan Tree Bintan menyajikan penawaran menginap kelas dunia berupa hunian elit dan mewah dengan pemandangan alami berupa hutan asri dan Laut Cina Selatan. Tidak hanya menyajikan dua keindahan alam sekaligus, Banyan Tree Bintan juga menyediakan fasilitas lengkap berupa spa, galeri, serta menjadi satu dari tiga properti Banyan Tree yang memiliki lapangan golf. Selain memberikan pengalaman berharga dan menyenangkan bagi para tamu dan staff, Banyan Tree Bintan berupaya untuk melakukan pendekatan secara partisipatif dan terpadu untuk memberdayakan lingkungan serta masyarakat di sekitar perusahaan beroperasi. Hal tersebut sejak awal dapat terealisasi karena komitmen dan dukungan Banyan Tree Group dalam pembangunan berkelanjutan di seluruh properti Banyan Tree berada.

Sejak awal, Banyan Tree Group berdiri dengan konsep mendorong nilai inti pembangunan berkelanjutan jangka panjang dengan moto utama

“merangkul lingkungan, memberdayakan masyarakat”. Banyan Tree Group juga mendirikan yayasan bernama Banyan Tree Global Foundation (BTGF). BTGF merupakan yayasan CSR yang didirikan untuk membantu menangani dan mengarahkan seluruh cabang Banyan Tree dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan berkelanjutan pada bidang ekonomi, sosial dan lingkungan di sekitar Banyan Tree beroperasi.

Dalam pelaksanaannya, implementasi kegiatan di setiap program CSR Banyan Tree tidak wajib sama, melainkan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan di sekitar perusahaan beroperasi. Pelaksanaan program CSR di Banyan Tree Bintan dirancang dengan memprioritaskan kebutuhan dan keberlanjutan melalui berbagai kegiatan pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Pada Oktober 2020, Banyan Tree Bintan berhasil memperoleh berbagai pengakuan lokal maupun internasional. Salah satu penghargaan tersebut dimuat TV KEPRI, Banyan Tree Bintan berhasil menjadi perusahaan pertama yang mendapatkan sertifikat CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability*) dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Sertifikat ini ditujukan kepada usaha pariwisata yang sudah layak inap setelah pandemi Covid-19 serta layak dalam keberlanjutan lingkungan masyarakat setempat.

Banyan Tree Bintan memiliki beberapa program CSR, salah satunya adalah program CSR *seedlings mentorships*. Program CSR *seedlings mentorships* merupakan sebuah program keberlanjutan bidang sosial yang dilaksanakan sejak tahun 2007 dan berorientasi pada kegiatan berbasis pendidikan untuk mempersiapkan generasi muda berkualitas. Target sasaran pada program CSR *seedlings mentorships* adalah siswa-siswi berprestasi jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan rentang usia 12 hingga 18 tahun dari keluarga yang kurang mampu di kabupaten Bintan. Tujuan dibentuknya program CSR *seedlings mentorships* adalah untuk membina, memberikan keterampilan kejuruan, keterampilan hidup dan membentuk karakter mentee (anggota) agar mampu bersaing di masa depan dan siap dalam

menghadapi dunia kerja sehingga diharapkan kedepannya dapat memecah siklus kemiskinan dan dapat membantu perekonomian keluarga.

Program CSR *seedlings mentorships* di Banyan Tree Bintan memiliki beberapa keunggulan, antara lain program CSR *seedlings mentorships* di Indonesia hanya ada di Banyan Tree Bintan. Program CSR *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintan juga merupakan pionir dan contoh bagi properti Banyan Tree yang lain dalam penerapan program CSR *seedlings mentorships* karena diinisiasi bersamaan dengan program CSR *seedlings mentorships* pertama di Thailand. Selain itu, departemen CSR Banyan Tree berhasil menjalin kerjasama yang baik dengan sekolah-sekolah yang ada di Kabupaten Bintan.

Berdasarkan data internal Banyan Tree Bintan tahun 2022, Banyan Tree Bintan berhasil mendapatkan penghargaan dari Pemerintah Kabupaten Bintan dalam ajang *Sustainable Tourism Destination (STD)* Bintan kategori penggiat inovasi di daerah dari unsur masyarakat. Penghargaan ini didukung oleh pelaksanaan program CSR berbasis sosial, salah satunya adalah program CSR *seedlings mentorships*. Kesuksesan Banyan Tree Bintan dalam menjalankan program *seedlings mentorships* dipengaruhi oleh *stakeholder* terkait, baik pemegang saham, karyawan, para tamu, masyarakat, hingga 4 sekolah jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan 4 sekolah jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) di Kabupaten Bintan yang turut berkontribusi aktif menyukseskan program CSR *seedlings mentorships*.

Program CSR *seedlings mentorships* berfokus pada peningkatan sumber daya manusia di Kabupaten Bintan dengan kegiatan pelatihan dan keterampilan berbasis pendidikan. Para mentee (anggota) mendapatkan pelatihan di berbagai bidang, pada bidang akademik meliputi pelajaran bahasa Inggris dan komputer. Pada bidang lingkungan, mentee (anggota) dilibatkan dalam kegiatan pemeliharaan lingkungan melalui kelas lingkungan maupun keterlibatan aktif dalam upaya konservasi. Minat dan bakat para mentee (anggota) juga di asah melalui berbagai kegiatan.

Tujuannya adalah untuk membekali para mentee (anggota) agar memiliki daya saing di masa depan dan memiliki kepekaan terhadap isu-isu konservasi. Selain dibekalkan keterampilan hidup dan ilmu yang bermanfaat, Banyan Tree Bintang juga memberikan beasiswa sekolah dan beasiswa *seedlings* tingkat lanjut bagi alumni *seedlings* yang melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi dengan prestasi akademik dan bakat yang baik.

Sebagai bentuk dedikasi perusahaan dalam menjamin program CSR *seedlings mentorships* berjalan dengan lancar, Banyan Tree Bintang menyediakan transportasi berupa penjemputan dan pengantaran ke seluruh tempat tinggal mentee sesuai jadwal pelaksanaan program CSR *seedlings mentorships*. Selain itu, program CSR *seedlings mentorships* memiliki keunikan tersendiri, tidak hanya mentee (anggota) saja yang mendapatkan pengalaman dan pelatihan, namun para karyawan Banyan Tree Bintang yang berkomitmen bersama program CSR *seedlings mentorships* juga akan diberikan pelatihan mentoring dan bertindak sebagai mentor bagi para mentee (anggota).

Berdasarkan data internal Banyan Tree Bintang tahun 2022 sejak dibentuk pada tahun 2007, total mentee (anggota) yang terpilih dan bergabung bersama program *seedlings mentorships* berjumlah 46 mentee, diantaranya terdapat 11 mentee yang masih aktif bergabung pada program CSR *seedlings mentorships*. Indikator mentee aktif adalah anggota yang masih menempuh pendidikan SMP dan SMA serta masih mengikuti kegiatan CSR *seedlings mentorships* secara rutin. Kemudian, 22 mentee yang telah selesai melaksanakan program CSR *seedlings mentorships* sudah bekerja, 8 lainnya masih menempuh pendidikan di perguruan tinggi dan 5 lainnya tidak melanjutkan program karena berpindah domisili. Alasan Departemen CSR Banyan Tree Bintang tidak melakukan perekrutan anggota secara besar-besaran pada program CSR *seedlings mentorships* karena Banyan Tree Bintang lebih memprioritaskan aspek kualitas daripada kuantitas Sumber Daya Manusia (SDM).

Melalui program CSR *seedlings mentorships*, Banyan Tree Bintang berupaya untuk mendukung masyarakat di sekitar perusahaan beroperasi secara sistematis dan terencana guna mencapai kondisi sosial, ekonomi dan kehidupan yang lebih baik. Banyan Tree Bintang terus berkomitmen dalam mendampingi para mentee (anggota) untuk melatih pola pikir dan rasa percaya diri agar menjadi pribadi yang penuh motivasi dan keyakinan bahwa kehidupan tidak ditentukan dari bagaimana situasi dan kondisi seseorang dilahirkan, melainkan bagaimana seseorang menciptakan kehidupan pribadi yang mereka inginkan. Berikut merupakan ulasan dari beberapa alumni mentee (anggota) mengenai manfaat dan kegiatan yang di dapatkan selama bergabung bersama program *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintang.

Gambar 1. 1 Ulasan alumni mentee mengenai program *seedlings mentorships*

	
<p>"Saya dari keluarga yang membutuhkan. Program pembibitan memberi saya dana bantuan setiap enam bulan, untuk membeli beberapa kebutuhan sekolah yang sangat membantu. Sekarang, saya senang dengan ekonomi dan kualitas hidup yang lebih baik. Saya bisa membantu keluarga saya, bekerja sebagai hotelier di luar negeri".</p>	<p>"Dalam program ini saya bisa belajar berbagai hal: bahasa Inggris (menulis dan berbicara), alam, komputer, berani berbicara di depan banyak orang dan belajar tentang industri perhotelan. Saya juga belajar bagaimana tumbuh dan berjuang untuk mencapai impian saya. Sekarang, saya sangat senang, saya bisa mendapatkan impian saya sebagai ahli mikrobiologi. Terima kasih untuk semua mentor dan staf CSR saya".</p>
<p style="text-align: center;">Nasrun Gabung Bibit dari 2010 – 2016</p>	<p style="text-align: center;">Sartika Gabung Bibit dari 2008 – 2019</p>
<p><small>Lulusan Diploma -1 Institut Pariwisata Sahid Bintang (2017) Jabatan Saat Ini : Staff FO di Conrad Macau. Sebelum mengikuti magang 6 bulan dan Bekerja di FO CAIDBN & BTIDBN selama 1,5 tahun</small></p>	<p><small>Lulusan Jurusan Biologi Universitas Riau Tahun 2019 IPK 3,68 (Cumlaude) Jabatan Saat Ini : Quality Controller/ Mikrobiologi di Laboratorium Mikro Pangan Organik Bionesia sejak November 2019</small></p>

(Sumber: Data Internal Banyan Tree Bintang Tahun 2020)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan referensi dari penelitian terdahulu yang sejenis mengenai CSR, antara lain:

1. Penelitian pertama disusun oleh Agung, Budiarta, dan Karma (2020) dengan judul "Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada PT. Furama Villa And Spa Ubud". Hasil penelitian

menunjukkan bahwa PT. Furama Villa And Spa Ubud berkomitmen dalam mengimplementasikan program CSR dengan memberikan sumbangan terhadap warga penyandang difabel, beasiswa kepada siswa Sekolah Dasar (SD) yang berprestasi dan pelestarian lingkungan.

2. Penelitian kedua disusun oleh Saraswati, Kasiani, Widianara, dan Istiarto (2020) dengan judul “Penerapan Program *Corporate Social Responsibility* Pada The Oberol Beach Resort Bali”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa The Oberol Beach Resort Bali telah melakukan berbagai tahapan pelaksanaan program CSR dan melakukan pendekatan berbasis filantropi berupa pemberian sumbangan untuk panti asuhan, sumbangan bencana alam, beasiswa dan kegiatan berbasis sosial lainnya.
3. Penelitian ketiga disusun oleh Dwiyanti dan Mahyuni (2018), dengan judul “Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Industri Perhotelan: Studi Kasus Pada The Tanjung Benoa Beach Resort”. Hasil penelitian menunjukkan The Tanjung Benoa Beach Resort menerapkan program CSR untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat setempat. Selain itu, program CSR Tanjung Benoa Beach Resort bergerak pada bidang filantropi berupa beasiswa, pemberian dana pengurusan pura serta kegiatan berbasis pemberdayaan lingkungan. Pelaksanaan program CSR Tanjung Benoa Beach Resort mampu memberikan dampak positif dalam meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan ketiga penelitian terdahulu adalah ingin mengetahui bagaimana pelaksanaan sebuah program CSR. Selain itu, terdapat persamaan pada jenis perusahaan yang diteliti yaitu perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan ketiga penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian, objek pada penelitian ini adalah Banyan Tree Bintan yang terletak di Kabupaten Bintan Kepulauan Riau. Selain itu, fokus pembahasan pada penelitian ini

adalah pelaksanaan program CSR *seedlings mentorships* yang bergerak di bidang pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan kepada siswa-siswi berprestasi dari keluarga kurang mampu. Perbedaan selanjutnya adalah program CSR pada penelitian ini berhasil mendapatkan penghargaan dari Pemerintah Kabupaten Bintan dalam ajang *Sustainable Tourism Destination* (STD) Bintan tahun 2022 kategori penggiat inovasi di daerah dari unsur masyarakat.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti memilih program CSR *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintan sebagai objek penelitian untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan program CSR *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintan. Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai setiap tahapan di dalam program CSR *seedlings mentorships* mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Adapun peneliti menjadikan program *seedlings mentorships* sebagai objek penelitian dikarenakan program ini berorientasi pada *community development* guna membantu mencapai kondisi sosial, kehidupan, kemandirian, dan pembangunan jangka panjang yang lebih baik di Kabupaten Bintan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat peneliti rumuskan adalah sebagai berikut:

Bagaimana pelaksanaan *Corporate Social responsibility* (CSR) PT. Bintan Hotels Banyan Tree melalui program CSR *seedlings mentorships* di Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan *Corporate Social responsibility* (CSR) PT. Bintan Hotels Banyan Tree melalui program CSR *seedlings mentorships* di Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, kunci keberhasilan sebuah program CSR didukung dari hasil hubungan kerja sama, keterlibatan serta komunikasi dua arah yang terjalin dengan baik antara *stakeholder* dan perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi Banyan Tree Bintan dalam menyikapi hambatan dan tantangan di dalam program CSR *seedlings mentorships*, sehingga dapat mengembangkan kualitas program CSR *seedlings mentorships* yang lebih baik di masa mendatang.

E. Landasan Teori

1. Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Konsep Pembangunan Berkelanjutan

CSR merupakan konsep penting yang harus dipahami oleh setiap perusahaan dalam mendukung keberlangsungan bisnis. Para Ahli mendefinisikan konsep mengenai CSR, salah satunya adalah konsep CSR menurut Nancy & Kotler (dalam Akbar, 2007:193) CSR merupakan bentuk tanggung jawab serta komitmen perusahaan kepada komunitas dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dengan praktik bisnis yang dijalankan serta memberikan kontribusi yang berasal dari sumber daya perusahaan. Landasan yang diberikan oleh Nancy & Kotler (dalam Akbar 2007:193) menjelaskan bahwa CSR menjadi dasar bagi perusahaan dalam berkomitmen dan menunjukkan rasa tanggung jawab dengan memperhatikan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan beroperasi dengan mengandalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan.

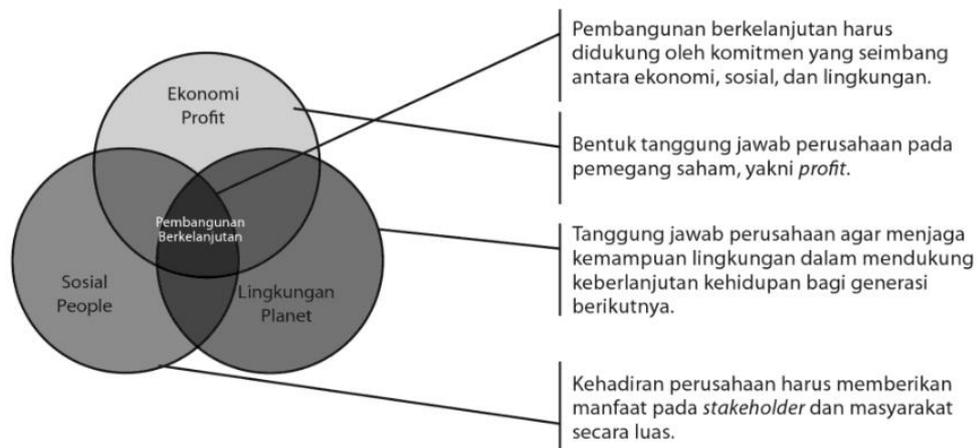
Di Indonesia, konsep CSR didukung dengan adanya peraturan yang disusun dalam Undang-Undang nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas. CSR merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Pernyataan mengenai konsep CSR tersebut lebih spesifik dijelaskan oleh *World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD), CSR adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam bidang pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan dan keluarganya, serta komunitas asli setempat maupun masyarakat secara luas dalam rangka meningkatkan kualitas hidup ke arah yang lebih baik. Berdasarkan pengertian menurut WBCSD, konsep CSR mengarah kepada pembangunan berkelanjutan untuk membantu memenuhi kebutuhan lingkungan masyarakat di masa kini dengan terus mendukung pengembangan kehidupan di masa mendatang tanpa adanya unsur merusak.

2. Konsep *Triple Bottom Line Corporate Social Responsibility* (CSR)

Rumusan konsep *Triple Bottom Line* menjelaskan bahwa program CSR bukan hanya sebagai program wajib perusahaan, namun program CSR adalah program keberlanjutan bagi perusahaan. Mengacu pada kesadaran bahwa didirikannya suatu bisnis bukan untuk sekedar mengejar keuntungan, John Elkington (dalam Tenriwaru, 2019:36) mempopulerkan sebuah konsep yang dikenal dengan istilah “*Triple Bottom Line*” atau konsep 3P, yaitu *Profit* (keuntungan), *People* (orang), dan *Planet* (lingkungan) melalui bukunya yang berjudul “*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”.

Gambar 1. 2 Konsep *Triple Bottom Line* John Elkington



(Sumber: Adie Nugroho, dkk, 2013:17)

Melalui konsep *Triple Bottom Line*, perusahaan memiliki acuan bahwa dijalankannya sebuah bisnis harus memperhatikan keseluruhan elemen, bukan hanya untuk mengejar keuntungan (*Profit*) semata sebagai hal yang harus dicapai dalam aspek ekonomi, tetapi lebih dari itu perusahaan harus memperhatikan unsur keberlanjutan terhadap kesejahteraan masyarakat (*People*) dan berkontribusi aktif dalam pelestarian lingkungan (*Planet*).

- a. *Profit* merupakan orientasi perusahaan untuk terus beroperasi dan berkembang dalam rangka mencari keuntungan.
- b. *People* merupakan kesejahteraan manusia yang harus diperhatikan oleh perusahaan selama beroperasi.
- c. *Planet* merupakan kepedulian terhadap aspek lingkungan hidup dan keberlanjutan keanekaragaman hayati oleh perusahaan.

Perpaduan antara keuntungan bisnis dan keuntungan sosial merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis, karena secara ekonomi pelaku bisnis mengambil keuntungan sebagai penggerak agar bisnis dapat terus beroperasi dan berkembang sedangkan secara sosial bisnis juga harus memberikan dampak yang bermanfaat bagi masyarakat sehingga keberadaan perusahaan memiliki legitimasi sosial di mata masyarakat (*People*). Sehubungan dengan hal tersebut, lingkungan (*Planet*) tidak boleh diabaikan karena kerusakan lingkungan akan berdampak pada hancurnya perusahaan dan masyarakat di masa mendatang. Ketika keseluruhan aspek terpenuhi maka akan memberikan dampak positif bagi keuntungan bisnis perusahaan.

Dalam rangka mempermudah pemahaman dan penyelenggaraan mengenai konsep *Triple Bottom Line* dalam pelaksanaan CSR, maka Crowther David (dalam Hadi, 2011:59) menguraikan prinsip-prinsip CSR ke dalam tiga aspek, yaitu *sustainability*, *accountability*, dan *transparancy*.

- a. *Sustainability*

Prinsip *sustainability* menjelaskan tentang bagaimana sebuah perusahaan menjalankan aktivitas bisnisnya dengan tetap memperhatikan arah keberlanjutan sumber daya di masa mendatang. Prinsip keberlanjutan juga menekankan pada bagaimana penggunaan sumber daya di masa sekarang sekaligus mempertimbangkan kemampuan bagi generasi di masa depan.

b. *Accountability*

Prinsip akuntabilitas menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan bertanggung jawab dan terbuka atas kegiatan yang dilakukan. Akuntabilitas diperlukan ketika aktivitas perusahaan saling mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan eksternal.

c. *Transparancy*

Prinsip transparansi penting bagi pihak eksternal perusahaan karena prinsip transparansi membantu mengurangi adanya ketidakseimbangan informasi dan mengurangi kesalahpahaman mengenai informasi dan tanggung jawab atas berbagai dampak yang muncul di lingkungan.

Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip CSR tersebut memerlukan dukungan berupa komitmen yang kuat dari perusahaan. Dengan mematuhi prinsip-prinsip kebijakan CSR yang berlaku, perusahaan dapat dicirikan sebagai agen yang mampu memberikan manfaat melalui program CSR.

3. Jenis-Jenis Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kotler dan Lee (dalam Adhianty, 2020: 24-25) mengidentifikasi praktik pelaksanaan CSR menjadi 6 alternatif yang dapat dipilih perusahaan dalam menjalankan program CSR. Jenis-jenis program tersebut antara lain:

a. *Cause Promotions* (Promosi Kegiatan Sosial)

Jenis program CSR *cause promotions* merupakan kegiatan perusahaan dalam rangka mengumpulkan dana dan partisipasi masyarakat secara sukarela dalam kegiatan tertentu.

b. *Cause Related Marketing* (Pemasaran Terkait Kegiatan Sosial)

Pada program *cause related marketing*, perusahaan berkomitmen untuk menyisihkan sebagian penghasilan dari hasil penjualan produk yang sudah ditentukan dalam periode waktu tertentu untuk digunakan dalam aktivitas donasi perusahaan.

c. *Corporate Social Marketing* (Pemasaran Kemasyarakatan Perusahaan)

Jenis program *corporate social marketing*, perusahaan berupaya mengembangkan dan mengimplementasikan kampanye dengan tujuan mengubah perilaku masyarakat dalam menghadapi isu tertentu karena jika isu dibiarkan akan memberikan dampak negatif. Kegiatan *corporate social marketing* dapat berupa kegiatan berbasis isu kesehatan, keselamatan, lingkungan dan masyarakat.

d. *Corporate Philanthropy* (Kegiatan Filantropi Perusahaan)

Dalam program *corporate philanthropy*, perusahaan berinisiatif untuk menciptakan sebuah program CSR dengan memberikan kontribusi secara langsung dalam bentuk donasi atau sumbangan tunai kepada kalangan masyarakat tertentu, termasuk pemberian beasiswa, perizinan penggunaan fasilitas dan peralatan milik perusahaan.

e. *Community Volunteering* (Pekerja Sosial Kemasyarakatan Secara Sukarela)

Pada program *community volunteering*, perusahaan berkomitmen dalam mendukung dan mendorong para karyawan maupun mitra bisnisnya agar secara sukarela menyisihkan waktu untuk membantu masyarakat setempat yang menjadi target sasaran.

f. *Socially Responsible Business Practice* (Praktik Bisnis Berbasis Tanggung Jawab Sosial)

Social responsible business practice juga dikenal dengan istilah *community development*. Dalam program ini, perusahaan berupaya memberikan dukungan di bidang pengembangan masyarakat melalui implementasi kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas maupun masyarakat dan memelihara lingkungan hidup.

4. *Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis Pengembangan Masyarakat (Community Development)*

Community development merupakan bagian penting dari implementasi CSR. Menurut (Albert Napitupulu, 2013:124) *community development* merupakan bagian yang telah dirancang dari proses CSR dengan tujuan menciptakan iklim sosial dan ekonomi yang maju melalui keterlibatan aktif masyarakat sehingga mampu mengubah cara pandang, pola pikir dan kemandirian untuk kehidupan berkelanjutan di masa mendatang yang lebih baik.

Sehubungan dengan definisi tersebut, Rudito Bambang dan Melia (2013) membagi ruang lingkup *community development* menjadi tiga kategori sebagai berikut:

a. *Community Relations*

Kategori *community relations* merupakan kegiatan yang berorientasi pada perkembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada pihak terkait. *Community relations* merupakan langkah awal yang penting karena perusahaan dan komunitas lokal dapat menjalin hubungan mendalam yang akan berdampak pada pemahaman perusahaan mengenai kebutuhan komunitas lokal sehingga program yang dirancang dapat memberikan manfaat yang signifikan sesuai kebutuhan. Umumnya, kegiatan *community relations* lebih berorientasi pada kegiatan pertemuan serta didominasi pada kegiatan *charity* (kedermawanan).

b. *Community Services*

Kategori *community services* merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk membantu memecahkan masalah dan memberikan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat secara umum. Dalam proses implementasinya, perusahaan berperan sebagai fasilitator dalam pemecahan masalah dan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Kegiatan *community services* biasanya berbentuk

pemenuhan sarana dan prasarana seperti pembangunan fasilitas jalan raya, puskesmas, tempat ibadah, sekolah, dan sebagainya.

c. *Community Empowerment*

Community empowerment merupakan kategori yang memerlukan strategi yang baik karena perusahaan memiliki sasaran utama menciptakan keberlanjutan berbentuk kemandirian pada lingkungan sosial di sekitar perusahaan. Tujuan *community empowerment* adalah agar masyarakat mampu menyelesaikan permasalahan secara mandiri serta dapat melaksanakan program CSR melalui akses yang diberikan oleh perusahaan. Kegiatan pada *community empowerment* berupa penyediaan akses untuk menunjang kemandirian masyarakat, seperti pembentukan sanggar budaya, koperasi, program pembekalan dan pelatihan kerja, penyediaan industri kecil dan sebagainya.

5. Pola Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pelaksanaan program CSR memiliki bentuk beragam yang disesuaikan dengan pola yang dipilih masing-masing perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh Saidi dan Abidin (dalam Ujang Rusdianto, 2013:14-15), pelaksanaan CSR yang umum digunakan perusahaan terbagi menjadi empat pola, antara lain sebagai berikut:

a. Keterlibatan langsung

Pada pola keterlibatan langsung, perusahaan akan melaksanakan program CSR berupa kegiatan sosial secara langsung. Misalnya, pelaksanaan kegiatan sosial dan pemberian sumbangan tunai maupun barang untuk masyarakat sekitar, kemudian bantuan tersebut diserahkan secara langsung tanpa perantara oleh pihak perusahaan.

b. Melalui yayasan atau organisasi sosial

Pola pelaksanaan CSR melalui yayasan maupun organisasi sosial, perusahaan akan bertindak untuk menciptakan sebuah yayasan atau organisasi sosial di bawah perusahaan. Tujuan model ini adalah membangun yayasan sosial dalam rangka menyediakan bantuan untuk kehidupan masyarakat secara berkelanjutan. Biasanya perusahaan akan

menyediakan dana awal maupun dana rutin untuk digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

c. Bermitra dengan pihak lain

Pola pelaksanaan CSR selanjutnya adalah dengan menjalin kemitraan dengan pihak dari luar perusahaan baik lembaga sosial, instansi pemerintah, universitas maupun media massa baik dalam pengelolaan dana dan pelaksanaan kegiatan sosial.

d. Mendukung atau bergabung dengan suatu konsorsium

Pada pola ini, perusahaan ikut serta dalam mendirikan, bergabung, maupun mendukung lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Contoh kegiatannya seperti proyek perbaikan jalan, pembangunan puskesmas, dan pembangunan gedung sekolah.

6. Tahapan Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Implementasi CSR tidak memiliki satu metode pasti untuk diterapkan oleh seluruh perusahaan karena setiap perusahaan memiliki ciri khas dan model yang berbeda dalam penerapan program CSR sesuai dengan kebutuhan di lingkungan sekitar perusahaan. Namun, Wibisono (dalam Rasmewahni & Suci Etri Jayanti, 2022:5-8) memberikan sebuah kerangka fikir mengenai tahapan sistematis dalam mengimplementasikan program CSR. Tahap tersebut terbagi menjadi tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan.

a. Tahap Perencanaan

Perencanaan merupakan tahapan penting sebelum melaksanakan program CSR agar program CSR dapat berjalan secara efektif. Menurut Wibisono (dalam Rasmewahni & Suci Etri Jayanti, 2022:5), terdapat tiga langkah utama di dalam perencanaan program CSR, yaitu:

a) *Awareness Building* (Membangun Kesadaran)

Tahap ini merupakan langkah awal dalam rangka membangun kesadaran mengenai pentingnya CSR. Implementasi kegiatan

dalam membangun kesadaran tersebut dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan oleh perusahaan seperti kegiatan seminar dan *Forum Group Discussion* (FGD).

b) *CSR Assessment*

Pada tahap ini, perusahaan berupaya memetakan kondisi perusahaan dan menciptakan lingkungan yang kondusif serta berusaha mengidentifikasi aspek lingkungan dan sosial di sekitar perusahaan yang berpotensi menarik perhatian dan menjadi objek prioritas perusahaan. Tahapan ini bertujuan agar program CSR yang diterapkan mampu memberikan hasil yang efektif.

c) *CSR Manual Building*

Tahapan *manual building* merupakan tahapan inti dalam tahap perencanaan serta menjadi pedoman bagi perusahaan dalam mengelola kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan. Tahapan ini diharapkan mampu menjadi acuan perusahaan dalam bertindak agar pelaksanaan program CSR dapat berjalan secara efektif, efisien dan terpadu.

Dalam rangka menghadapi potensi terjadinya ancaman ketidakefektifan praktik program CSR, perusahaan dapat melakukan identifikasi awal terhadap masalah dan kebutuhan *stakeholder*. Oleh karena itu, program CSR sebaiknya dirancang untuk berorientasi pada bidang-bidang berbasis sumber daya lokal, pemberdayaan masyarakat (*community development*), program berkelanjutan (*sustainability program*), direncanakan secara partisipatif melalui penilaian terhadap kebutuhan, terhubung dengan kegiatan bisnis perusahaan dan fokus pada program CSR yang sesuai dengan bidang prioritas.

b. Tahap Pelaksanaan

Setelah tahap perencanaan, selanjutnya adalah tahap pelaksanaan. Tahap pelaksanaan merupakan tahap penerapan program CSR yang sudah dirancang pada tahap perencanaan. Menurut Wibisono (dalam

Rusmewahni & Suci Etri Jayanti, 2022:6) terdapat tiga langkah penting pada tahap pelaksanaan, yaitu sosialisasi, pelaksanaan dan internalisasi.

- a. Sosialisasi: Tahap sosialisasi bertujuan untuk menjelaskan mengenai rancangan program CSR kepada pihak perusahaan agar program yang diimplementasikan mendapat dukungan penuh dari perusahaan.
 - b. Pelaksanaan: Pada tahap pelaksanaan penerapan program CSR yang telah dirancang diimplementasikan sesuai dengan pedoman CSR yang berlaku, hal ini bertujuan agar pelaksanaan program CSR berjalan dengan efektif.
 - c. Internalisasi: Tahapan internalisasi merupakan upaya perusahaan dalam rangka melibatkan konsep CSR pada seluruh proses bisnis, misalnya melalui manajemen kinerja, produksi dan pemasaran
- c. Tahap Evaluasi

Program CSR membutuhkan tahapan evaluasi yang dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program CSR yang dilaksanakan. Tahap evaluasi merupakan tahap krusial, pada tahap ini perusahaan berupaya untuk mengukur sejauh mana efektivitas pelaksanaan program CSR dalam rangka merancang perbaikan program di masa mendatang. Menurut Hadi (2011), tujuan evaluasi pelaksanaan program CSR adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh masukan atas perencanaan dan implementasi program CSR.
2. Memperoleh masukan sebagai bahan tolak ukur dalam mempertimbangkan kelayakan program CSR
3. Memperoleh saran dan masukan untuk perbaikan program CSR
4. Menemukan faktor penghambat pada pelaksanaan program CSR
5. Menemukan kekurangan untuk perbaikan
6. Memiliki bahan laporan kepada para pemangku kepentingan.

d. Tahap Pelaporan

Setelah tahap evaluasi dilaksanakan, maka diperlukan tahap pelaporan. Tujuan tahap pelaporan menurut Wibisono (dalam Rasmewahni & Suci Etri Jayanti, 2022:8) adalah untuk memberikan akses keterbukaan informasi kepada para pemangku kepentingan mengenai program yang dijalankan sebagai bahan penunjang pengambilan keputusan perusahaan.

7. Konsep *Stakeholder*

Keberhasilan sebuah perusahaan dapat ditentukan dari bagaimana perusahaan membina hubungan dengan para *stakeholder*. Menurut Freeman (dalam Aris Puji Purwatiningsih, 2022: 186), *stakeholder* merupakan kelompok atau individu yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan dampak dan terkena dampak dari hasil pekerjaan perusahaan.

Istilah *stakeholder* berasal dari bahasa Inggris, yaitu *stake* dan *holder*. “*stake*” berarti “kepentingan”, sedangkan “*holder*” ialah “pemegang”, sehingga dapat diartikan bahwa *stakeholder* merupakan pemegang kepentingan (Ujang Rusdianto, 2013: 37). Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *stakeholder* merupakan individu atau organisasi yang memiliki kepentingan dan keterlibatan baik mempengaruhi maupun dipengaruhi dari kegiatan perusahaan.

Menurut Crosby (dalam Najamuddin Petta Solong, dkk, 2022: 140-142), secara umum *stakeholder* diklasifikasi menjadi tiga bagian, yaitu *stakeholder* utama (primer), *stakeholder* pendukung (sekunder), dan *stakeholder* kunci.

a. *Stakeholder* utama (primer)

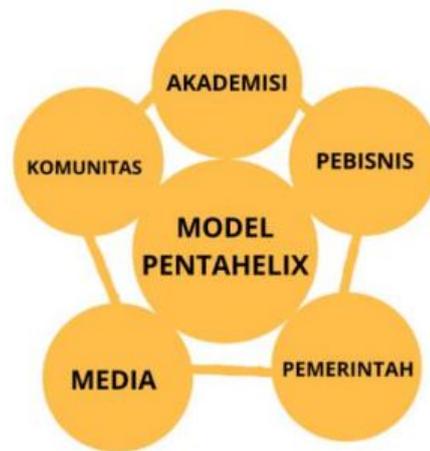
Stakeholder utama adalah pemegang kepentingan yang memiliki pengaruh langsung dengan pengambilan keputusan, kebijakan, program dan proyek perusahaan. *Stakeholder* utama merupakan penentu utama dalam pengambilan keputusan perusahaan. *Stakeholder* utama tersebut antara lain:

1. Tokoh masyarakat dan masyarakat yang terdampak langsung atas keputusan, kebijakan dan proyek perusahaan. Hal ini dikarenakan masyarakat diidentifikasi sebagai subjek yang terkena manfaat dan dampak dari kegiatan perusahaan, sedangkan tokoh masyarakat dianggap sebagai orang yang punya kekuatan mewakili aspirasi publik untuk disampaikan kepada perusahaan.
 2. Manajer publik/pihak perusahaan merupakan lembaga publik yang bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan dan implementasi program.
- b. *Stakeholder* pendukung (sekunder)
- Stakeholder* pendukung merupakan pihak yang tidak berkaitan secara langsung dengan hasil keputusan, kebijakan atau proyek perusahaan tetapi berperan besar dalam memberikan pendapat dan suara yang dapat mempengaruhi keputusan *stakeholder* utama. *Stakeholder* pendukung tersebut antara lain lembaga pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), perguruan tinggi, badan usaha yang terkait dengan keputusan, kebijakan serta media massa.
- c. *Stakeholder* kunci
- Stakeholder* kunci merupakan pemegang kepentingan yang berada pada jenjang eksekutif dan memiliki keputusan kuat dan legal untuk memutuskan suatu kebijakan, aturan atau proyek. *Stakeholder* kunci di dalam perusahaan adalah pemegang saham.

Dalam pelaksanaan CSR, terdapat keterlibatan antara perusahaan dan *stakeholder*, keterlibatan ini disebut dengan istilah *stakeholder engagement*. Menurut Leo J. Susilo dan Victor Riwu Kaho (2018:152) *Stakeholder engagement* merupakan pelibatan *stakeholder* berupa hubungan kerja sama berkelanjutan berdasarkan kesepakatan bersama. Menurut Freeman dan Miles (dalam Raja Muda, 2022:11) *stakeholder engagement* merupakan proses efektif yang dapat memunculkan pandangan *stakeholder* dalam bentuk hubungan dengan perusahaan. Di

dalam teori stakeholder terdapat model analisis keterlibatan pemangku kepentingan, model tersebut adalah model penta helix. Halibas dalam (Bernadin Dwi, dkk, 2021:10) menyebutkan bahwa model penta helix merupakan model pengembangan sosial-ekonomi melalui kolaborasi dan kemitraan antara akademisi, pemerintah, bisnis, komunitas dan media. Kunci utama kesuksesan model penta helix adalah adanya sinergi dan komitmen yang kuat antar pemangku kepentingan dalam menjalankan perannya. Berikut merupakan model analisis pemangku kepentingan penta helix

Gambar 1. 3 Model Analisis *Stakeholder* Penta Helix



Sumber: Zuhditi Ermy Putri, dkk, 2023: 21

Berikut merupakan uraian mengenai keterlibatan *stakeholder* di dalam model analisis penta helix menurut (Murah Syahrial, 2022: 28-29).

a. Akademisi

Akademisi berperan untuk melakukan identifikasi potensi serta sertifikasi produk dan keterampilan sumber daya manusia yang mendukung peningkatan potensi di daerah tersebut.

b. Bisnis

Bisnis merupakan entitas yang melakukan proses bisnis untuk mencapai tujuan bisnis, yaitu: *profit, people, planet, sustainability*. Sektor swasta merupakan entitas yang melakukan proses bisnis untuk menciptakan nilai tambah dan mempertahankan keberlanjutan.

c. Komunitas/Lembaga Swadaya Masyarakat

Komunitas bertindak sebagai perantara antar pemangku kepentingan untuk membantu masyarakat dalam keseluruhan proses dan memperlancar adopsi proses ekonomi. Selain itu, komunitas juga bertindak dalam keseluruhan proses dan memperlancar proses ekonomi.

d. Pemerintah

Pemerintah berperan sebagai kontroler yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan usaha, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan dan sebagainya. Pemerintah juga berperan dalam mengkoordinasi para *stakeholder* yang berkontribusi pada pengembangan potensi daerah.

e. Media

Media berperan sebagai penghubung berbagai pihak. Peran media sangat penting dalam mendukung publikasi, promosi dan membuat *brand image*.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Creswell, J.W (dalam Rukin, 2021:9) penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti masalah yang berhubungan dengan lingkungan sosial masyarakat, dimana nantinya peneliti akan melaporkan hasil penelitian berdasarkan fakta di lapangan dan dideskripsikan secara rinci dalam sebuah laporan penelitian. Bogdan dan Taylor (1975) juga menambahkan bahwa penelitian kualitatif merupakan sebuah metodologi penelitian yang dimanfaatkan untuk menghasilkan data deskriptif. Data deskriptif merupakan data-data terkait objek penelitian yang di dapat oleh peneliti baik berbentuk lisan maupun tulisan dari objek yang diamati, kemudian disajikan menggunakan data yang ditulis menggunakan kata-kata yang detail.

Sehubungan dengan jenis penelitian kualitatif, penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Studi kasus menurut Creswell (dalam Rukin, 2021:32) merupakan penelitian yang dilakukan dengan spesifik dan menyeluruh terhadap kasus yang diteliti. Kasus yang dimaksud adalah objek penelitian yang harus diteliti secara utuh dan mendalam. Penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus dipilih pada penelitian ini agar dapat memaparkan hasil penelitian secara terperinci dengan data yang tersedia untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bintan Hotels Banyan Tree melalui program *seedlings mentorships* di Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Banyan Tree Bintan yang beralamat di Laguna Bintan Resort, Jalan Teluk Berembang, Sebong Lagoi, Kecamatan Teluk Sebong, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau 29155. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2023.

3. Objek Penelitian

Program CSR yang menjadi objek pada penelitian ini adalah program CSR *seedlings mentorships* dan berorientasi pada bidang pendidikan bagi siswa-siswi pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) di Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi-informasi yang relevan terhadap objek penelitian. Terdapat dua teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Wawancara mendalam (*indepth interview*)

Menurut Moleong (dalam Mardawani, 2020:57) wawancara merupakan percakapan yang dirancang dengan maksud tertentu dan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara sebagai individu yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (informan) sebagai individu yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Teknik

wawancara mendalam (*indepth interview*) bertujuan untuk mendapatkan informasi yang detail mengenai objek penelitian.

Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang bersifat lebih bebas daripada wawancara terstruktur, pewawancara akan memberikan pertanyaan dan pihak terwawancara akan dimintai pendapat maupun ide-idenya agar dapat menemukan permasalahan secara lebih terbuka dan mendalam dari topik yang diteliti (Mardawani, 2020:57). Pertanyaan wawancara semi terstruktur dirumuskan berdasarkan pedoman wawancara yang telah dirancang sesuai kebutuhan untuk memperoleh ide dan pendapat yang mendalam dari pihak terwawancara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan panduan wawancara berupa *interview guide*.

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* (sampling pertimbangan) dalam pengambilan informan. Menurut Sugiyono (dalam Mamik, 2015:53) *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah dipertimbangkan terlebih dahulu. Kriteria informan ditetapkan berdasarkan tujuan dan pertimbangan dari penelitian yang dilaksanakan. Oleh karena itu, peneliti menetapkan narasumber yang akan menjadi pihak terwawancara sebagai berikut:

1. Kepala departemen CSR Banyan Tree Bintang Tahun 2022

Informan penelitian adalah Bapak Henry Ali Singer selaku kepala departemen CSR Banyan Tree Bintang yang bertanggung jawab pada keseluruhan pelaksanaan program CSR dan memiliki pemahaman mengenai pelaksanaan program CSR di Banyan Tree Bintang.

2. Koordinator program CSR *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintang Tahun 2022

Informan penelitian adalah Bapak Renald Yude selaku penanggung jawab yang bertugas dalam mengkoordinasikan

setiap kegiatan pada program CSR *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintan.

3. Koordinator mitra sekolah

Informan penelitian merupakan Ibu Romanita, S.Pd selaku perwakilan mitra sekolah SMP Negeri 8 Bintan yang bertugas menjadi koordinator sekolah dalam membantu departemen CSR Banyan Tree Bintan menyukseskan program CSR *seedlings mentorships*.

4. Mentee (anggota) program *seedlings mentorships* 2022

Informan penelitian adalah mentee (anggota) program CSR *seedlings mentorships* yaitu Wawan, Kamarina dan Riandra Nur Hidayah yang merupakan anggota aktif di dalam program CSR *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintan.

Wawancara dengan informan yang sudah ditentukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan program CSR *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintan pada periode 2022 dan memperoleh data secara tepat dan akurat.

b. Dokumentasi

Menurut (Mardawani, 2020:59) dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi dari berbagai sumber dokumen. Dokumen yang dimaksud dapat berbentuk tulisan dan gambar yang berasal dari dokumen resmi perusahaan, buku, internet dan sebagainya. Berkaitan dengan hal tersebut, maka dokumentasi diperlukan untuk memperkuat data agar lebih valid.

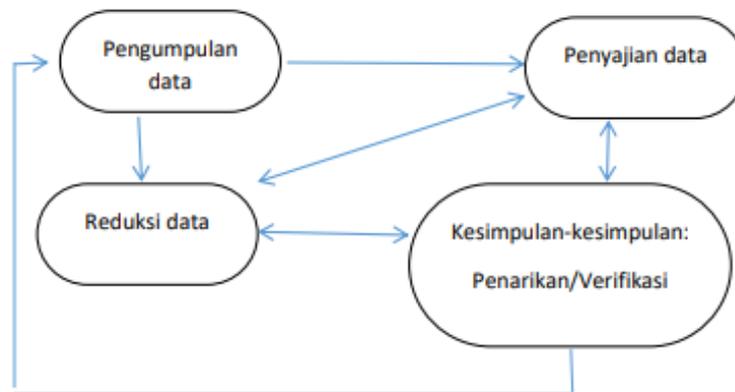
Data dokumentasi yang digunakan peneliti pada penelitian mengenai pelaksanaan program CSR *seedlings mentorships* di Banyan Tree Bintan berasal dari buku dan bahan bacaan seperti jurnal. Selain itu, data dokumentasi juga berasal dari website resmi Banyan Tree Bintan, laporan tahunan Banyan Tree Bintan, sumber informasi internal Banyan Tree Bintan, serta dokumen lain dalam bentuk tulisan

yang menjadi penunjang dalam pelaksanaan penelitian program CSR *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintan.

5. Teknik Analisis Data

Data pada penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif. Gambaran dalam proses analisis data kualitatif yang diberikan Miles dan Huberman (dalam Ahmad Rijali, 2018: 3) adalah sebagai berikut:

Gambar 1. 4 Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif



(Sumber: Ahmad Rijali, 2018)

Pada penelitian ini, langkah awal dalam menganalisis data dilakukan dengan mengumpulkan data hasil wawancara dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian, kemudian data yang telah terkumpul di reduksi. Reduksi data merupakan proses pemilihan dan penyederhanaan data yang didapatkan di lapangan berdasarkan kategori tertentu untuk memudahkan penyajian dan pemaparan kesimpulan. Setelah data di reduksi, data serta informasi dapat disusun dan disajikan secara mendalam dan terstruktur sesuai fenomena. Lalu langkah terakhir yaitu tahap menarik kesimpulan dan verifikasi.

6. Uji Validitas Data

Uji validitas data pada penelitian dilakukan untuk meminimalisir dan menghindari kesalahan dari data yang telah terkumpul. Pada penelitian ini, uji validitas data menggunakan teknik triangulasi. Menurut William Wiersma (dalam Abdul Majid, 2017: 103) *Triangulation is qualitative cross-validation. Its assesses the sufficiency of the data according to the*

convergence of multiple data sources or multiple data collection procedurs. Dapat disimpulkan bahwa triangulasi merupakan pengecekan keabsahan data dari temuan penelitian melalui pemanfaatan berbagai sumber data yang digunakan sebagai pembanding dengan berbagai metode dan waktu. Terdapat tiga cara pelaksanaan triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

a. Triangulasi sumber

Pengujian kredibilitas data melalui triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Hasil temuan dari beberapa sumber tersebut dapat dikategorisasikan dan digabungkan berdasarkan pandangan yang sama, pandangan yang berbeda dan pandangan yang paling spesifik dari beberapa sumber tersebut.

b. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik yaitu pengujian kredibilitas data melalui pengecekan sumber penelitian dengan menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam, lalu pengecekan dapat dilakukan dengan metode yang berbeda seperti observasi, dokumentasi, dan sebagainya.

c. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu merupakan pengujian kredibilitas data dengan waktu atau situasi yang berbeda baik waktu pagi, siang maupun malam menggunakan teknik observasi, wawancara, dan teknik lainnya untuk menguji keabsahan data. Jika hasil uji pada berbagai waktu tidak konsisten dan menghasilkan data yang berbeda maka pengujian dengan triangulasi waktu dapat dilakukan berulang-ulang hingga mendapatkan data yang sama.

Berdasarkan pemaparan mengenai pelaksanaan triangulasi, dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber akan dilakukan dengan pengujian kredibilitas data melalui berbagai sumber. Sumber data primer berasal dari hasil wawancara kepada

kepala departemen CSR Banyan Tree Bintan, koordinator program CSR *seedlings mentorships*, koordinator sekolah dan mentee (anggota) program CSR *seedlings mentorships*. Sedangkan sumber data sekunder berasal dari data dokumentasi.

7. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini, sistematika disusun untuk mempermudah peneliti dan dijadikan tolak ukur agar skripsi dapat dirancang secara terstruktur dan runtut sesuai sistematika penelitian yang berlaku. Sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian tentang pelaksanaan program CSR *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintan periode 2022 adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab I pendahuluan menyajikan penjelasan mengenai latar belakang masalah tentang pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bintan Hotels Banyan Tree melalui program *seedlings mentorships* di Kabupaten Bintan Kepulauan Riau. Selain itu, dalam bab ini juga berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori serta metode penelitian. Bab ini berfungsi sebagai dasar dan panduan untuk pembahasan pada bab selanjutnya.

BAB II: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab II akan dijelaskan mengenai gambaran umum tentang profil Banyan Tree Bintan yang berguna sebagai informasi pendukung terhadap objek kajian. Selain itu, pada bab ini akan dijelaskan mengenai program CSR Banyan Tree Bintan, yaitu program CSR *seedlings mentorships*.

BAB III: SAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bab III akan membahas mengenai sajian data dan analisis dari pelaksanaan program CSR *seedlings mentorships* Banyan Tree Bintan periode 2022 yang akan dikorelasikan dengan teori dan metodologi yang telah diuraikan.

BAB IV: PENUTUP

Pada bab IV merupakan penutup, bab ini berisi kesimpulan dan saran atas penelitian yang telah dilakukan guna memberikan masukan kepada Banyan Tree Bintang maupun kepada penelitian dimasa mendatang dengan metode yang serupa.