

SKRIPSI

PERAN PT. TIRTA INVESTAMA KEBONCANDI

TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU HIDUP BERSIH DAN

SEHAT WARGA DUSUN KALONGAN MELALUI PROGRAM

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

‘KAMPOENG SEHAT DANONE’

DISUSUN OLEH:

Amilatus Sholichah (05410033)



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK

IBRAHIM

MALANG

2010

**PERAN PT. TIRTA INVESTAMA KEBONCANDI
TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU HIDUP BERSIH DAN
SEHAT WARGA DUSUN KALONGAN MELALUI PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
'KAMPOENG SEHAT DANONE'**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN)
Maulana Malik Ibrahim Malang Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Strata Satu Sarjana Psikologi (S. Psi)**

Oleh:

Amilatus Sholichah

Nim: 05410033

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM
MALANG
2010**

LEMBAR PERSETUJUAN
PERAN PT. TIRTA INVESTAMA KEBONCANDI
TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU HIDUP BERSIH DAN SEHAT
WARGA DUSUN KALONGAN MELALUI PROGRAM CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
‘KAMPOENG SEHAT DANONE’

OLEH :

AMILATUS SHOLICHAH

NIM : 05410033

Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing,

DR. Akhmad Khudori Saleh, M.Ag
NIP. 1968 11242 00003 1001

Tanggal 24 April 2010

Mengetahui:

Dekan Fakultas Psikologi

Dr. H. Mulyadi, M.Pdi
NIP. 150 206 243

LEMBAR PENGESAHAN

**PERAN PT. TIRTA INVESTAMA KEBONCANDI
TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU HIDUP BERSIH DAN SEHAT
WARGA DUSUN KALONGAN MELALUI PROGRAM CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
'KAMPOENG SEHAT DANONE'**

OLEH:

AMILATUS SHOLICHAH

NIM:05410033

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sebagai Salah
Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)
Tanggal 19 April 2010

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

- | | | |
|---|-----------------|----------|
| 1. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag
NIP. | (Penguji Utama) | 1. _____ |
| 2. Yulia Sholichatun, M. Si
NIP. | (Ketua Penguji) | 2. _____ |
| 3. DR. Akhmad Khudori Saleh, M.Ag
NIP. 1968 11242 00003 1001 | (Sekretaris) | 3. _____ |

Disahkan Oleh :
Dekan Fakultas Psikologi

DR. H. Mulyadi, M.Pdi
NIP. 150 206 243

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan

Karya yang sederhana ini teruntuk :

Ayahanda Ach. Fathoni & Ibunda Siti Aisyah

Ibu Mudrika & Bpk Abd Jalal

Bpk Toha & Ibu Kholifah

Teruntuk Jakariyatul Anshori

Dan semua saudara-saudaraku

Terima Kasih Atas Kasih Sayang, Cinta, Perhatian, Pengorbanan ,

Dukungan Dan Nasehat Yang Tiada Henti

Teriring Do'a Tulus Penulis Semoga

Segala Kebaikan Dibalas Oleh ALLAH SWT

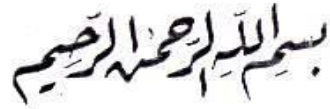
Amin.....

MOTTO

**“ citra baik (*goodwill*), seperti halnya nama baik,
diperoleh dengan berbagai tindakan bijak,
dan dapat hilang karena satu tindakan bodoh saja.”**

Lord jefftey

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji semata milik Allah SWT atas karunia, nikmat dan kecerdasan dalam kehidupan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul *“Peran PT. Tirta Investama Keboncandi Terhadap Perubahan Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Warga Dusun Kalongan Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) ‘Kampoeng Sehat Danone’ ”*.

Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai rujukan tauladan dalam perbuatan, berpikir dan menjalani kehidupan.

Terselesaikannya penelitian ini tak lepas dari bimbingan, dorongan serta kerja sama dari para pembimbing yang telah memberikan bimbingannya pada peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Imam Suprayogo selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak DR. H. Mulyadi, M.Pd selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Bapak DR. Akhmad Khudori Saleh, M.Ag, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak Arif Fatullah *Head Of Coord CSR* PT. Tirta Investama Keboncandi yang telah memberikan informasi berkaitan dengan tema penelitian
6. Mas Marta selaku *Asisten Head Of Coord CSR* PT. Tirta Investama Keboncandi yang telah memberikan masukan-masukan dalam pencarian data.
7. Ibu Retno Mangestuti M.Si yang dengan sabar memberikan bimbingan dan ide-ide demi kelancaran penulisan skripsi ini.
8. Bapak Tri Jayadi selaku HRD PT. Boma Bisma Indra Pasuruan yang telah memberikan informasi perusahaan yang menerapkan CSR
9. Bapak Ubet selaku Sekertaris Desa Mendalan yang dengan baik menerima dan membantu pencarian data yang dibutuhkan dalam skripsi ini.

10. Bapak Akhmad selaku Kepala Dusun Kalongan yang membantu peneliti dalam mencari data yang diperlukan.

11. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Semoga semua do'a, informasi dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat kurang untuk menuju kesempurnaan baik penyusunan maupun isinya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis hanya mampu mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT memberikan balasan pahala yang melimpah.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pengembangan perusahaan serta para pembaca pada umumnya. Semoga dengan skripsi ini dapat menambah pengembangan ilmu serta kemajuan dan kesejahteraan umat.

Malang, 24 April 2010

Peneliti

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

NAMA : AMILATUS SHOLICHAH

NIM : 05410033

JUDUL SKRIPSI : PERAN PT. TIRTA INVESTAMA KEBONCANDI
TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU HIDUP BERSIH
DAN SEHAT WARGA DUSUN KALONGAN MELALUI
PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) 'KAMPOENG SEHAT DANONE'

DOSEN PEMBIMBING : DR. AKHMAD KHUDORI SALEH, M.Ag

No	Tanggal	Kegiatan	Paraf
1.	23 Januari 2010	Konsultasi bab I, II, III	
2.	6 Januari 2010	ACC bab I, II, III	
3.	13 Februari 2010	Konsultasi bab IV	
4.	20 Februari 2010	Revisi bab IV	
5.	27 Februari 2010	Revisi bab I, II, III,IV,& V	
6.	12 Maret 2010	ACC bab I, II, III, IV,& V	
7.	05 April 2010	ACC Abstrak	

Malang, 05 April 2010

Dekan Fakultas Psikologi

DR. H. Mulyadi, M.Pdi

NIP.150 206 243

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amilatus Sholichah

NIM : 05410033

Fakultas : Psikologi

Judul Skripsi : PERAN PT. TIRTA INVESTAMA KEBONCANDI
TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU HIDUP BERSIH
DAN SEHAT WARGA DUSUN KALONGAN MELALUI
PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) 'KAMPOENG SEHAT DANONE'

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya saya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan/atau Pengelola Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, melainkan menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi akademis.

Malang, 05 April 2010

Yang menyatakan,

Amilatus Sholichah
NIM: 05410033

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 manfaat perilaku hidup bersih dan sehat

Tabel 1.2 data penduduk dusun Kalongan

Tabel 1.3 kondisi perilaku warga dusun Kalongan pra dan pasca adanya kegiatan program Kampoeng Sehat Danone

Tabel 1.4 kondisi perilaku warga dusun kalongan pra dan pasca adanya kegiatan program Kampoeng Sehat Danone berdasarkan indikator PHBS

Tabel 1.5 analisa kondisi warga pra dan pasca adanya kegiatan program Kampoeng Sehat danone berdasarkan kegiatan Kampoeng Sehat Danone

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 kondisi dusun Kalongan pra adanya program Kampoeng Sehat
Danone

Gambar 1.2 kondisi dusun Kalongan pasca adanya program dari PT. Tirta
Investama Keboncandi

Gambar 1.3 Indikator PHBS Rumah Tangga

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Hasil wawancara program Kampong Sehat Danone
Lampiran II	Hasil wawancara tentang Perilaku Hidup Bersih dan Sehat
Lampiran III	Dokumentasi Penelitian
Lampiran IV	Dokumentasi Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) 'Kampong Sehat Danone' di dusun Kalongan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KARTU KONSULTASI	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
ABSTRAK	xix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Fenomena.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D .Manfaat Penelitian	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A Penelitian Terdahulu.....	10
B <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	
1 Pengertian CSR.....	10
2 Pengertian <i>Stakeholders</i>	12
3 Penggolongan <i>Stakeholders</i>	13
4 Dasar CSR.....	13
5 Implementasi CSR	14
6 Faktor Yang Mempengaruhi CSR	15
7 Alasan Perusahaan Melaksanakan	18

8 Kategori Perusahaan Menurut CSR.....	19
9 Jenis, Benefit Dan Langkah Program CSR.....	20
10 Manfaat CSR.....	33
11 Kerugian Tidak Melaksanakan CSR.....	35
12 Aspek Menejemen Sumber Daya Manusia.....	36
C Perubahan Perilaku	
1 Pengertian Sikap	39
2 fungsi Sikap	40
3 ciri-ciri Sikap	40
4 Pembentukan Dan Perubahan Sikap.....	41
5 Pengertian PHBS	45
6 Sasaran PHBS	45
7 Manfaat PHBS	46
8 Langkah langkah PHBS.....	46
9 Indikator PHBS.....	47
D Kajian Keislaman	
1 Kajian Keislaman CSR.....	49
2 Prinsip Etika Bisnis Islam.....	55
BAB III : METODE PENELITIAN	
1 Proses Pencarian Subyek Penelitian.....	59
2 Jenis Dan Desain Penelitian	60
3 Batasan Istilah	62
4 Instrumen Penelitian.....	63
5 Subyek Penelitian.....	66
6 Lokasi Penelitian.....	67
7 Prosedur Pengumpulan Data	67
8 Analisi Data.....	69
9 Pengecekan Keabsahan Data.....	70

BAB IV	: HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A Sejarah Lokasi Penelitian	73
	B Kancan Penelitian	75
	C Paparan Data	79
	D Analisis Data.....	96
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A Saran	119
	B Kesimpulan	120

ABSTRAK

Sholichah Amilatus, 2010. Peran PT. Tirta Investama Keboncandi Terhadap Perubahan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat Warga Dusun Kalongan Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) 'Kampoeng Sehat Danone'. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Dr. Akhmad Khudori Saleh M.Ag.

Kata Kunci : Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat; Program Kampoeng Sehat Danone

Program Kampoeng Sehat Danone dilatar belakangi oleh kurangnya fasilitas kesehatan masyarakat, serta perilaku warga dusun Kalongan yang kurang sehat, hal ini terlihat dari kebiasaan warga yang menggunkan sungai sebagai kegiatan MCK, konsumsi air dari sumber yang kurang sehat, serta minimnya jumlah warga yang mempunyai fasilitas MCK pribadi.

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti yaitu: (1) apa saja kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama keboncandi untuk warga dusun Kalongan, (2) bagaimana implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama keboncandi untuk warga dusun Kalongan, (3) peran PT. Tirta Investama Keboncandi terhadap perubahan perilaku hidup bersih dan sehat warga dusun Kalongan melalui program Kampoeng Sehat Danone. Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui apa saja kegiatan CSR Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi, (2) untuk mengetahui bagaimana implementasi kegiatan CSR Kampoeng Sehat Danone, (3) untuk mengetahui peran PT. Tirta Investama Keboncandi terhadap perubahan perilaku hidup bersih dan sehat warga dusun Kalongan melalui program Kampoeng Sehat Danone. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif data *setting* studi kasus. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara. Analisa menggunakan metode Triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan kegiatan program Kampoeng Sehat danone antara lain: pengadaan sumber air bersih, pipanisasi air bersih ke rumah penduduk, pembuatan MCK, konservasi dusun dengan tanaman produktif, pembuatan bank sampah, komposting, penyuluhan kesehatan, pembentukan kelembagaan kampoeng. Implementasi dilaksanakan oleh pihak perusahaan dengan dibantu oleh masyarakat setempat dengan biaya dan keperluan lainnya ditanggung oleh perusahaan. Pengaruh program terhadap perubahan perilaku warga ditunjukkan oleh beberapa aspek antara lain: kebersihan (lingkungan menjadi lebih bersih), kesehatan (kesehatan warga lebih terjamin dengan adanya fasilitas yang disediakan oleh perusahaan), wawasan (warga tahu, mengerti dan mampu melaksanakan pola hidup bersih dan sehat), ekonomi (dalam jangka panjang dapat meningkatkan penghasilan warga dengan tanaman produktif yang telah diberikan.)

ABSTRACT

Sholichah Amilatus, 2010. Role of PT. Tirta Investama Keboncandi The Changing Behavior Clean and Healthy Lifestyle Village Residents Kalongan Program Through Corporate Social Responsibility (CSR) 'Healthy Kampoeng Danone'. Faculty of Psychology, State Islamic University (UIN) Malang Maulana Malik Ibrahim. Dr. Akhmad Khudori Saleh M.Ag.

Keywords: Behavior Clean And Healthy Living: Healthy Danone Kampoeng Program.

Healthy Kampoeng Program Danone background of society by the lack of health facilities, as well as villagers behavior Kalongan less healthy, it can be seen from the habits of residents who menggunkan river as MCK activity, consumption of water from sources that are less healthy, and the limited number of residents who have public toilet facilities personal.

The formulation of the problem to be studied are: (1) what are the activities of Corporate Social Responsibility (CSR) Health Kampoeng Danone done by. Tirta Investama Kalongan keboncandi for the villagers, (2) how the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) Health Kampoeng Danone done by. Tirta Investama Kalongan keboncandi for the villagers, (3) the role of PT. Tirta Investama Keboncandi to changes in hygiene and healthy citizens through programs Kampoeng hamlet Kalongan Healthy Danone. The purpose of this study are: (1 to know what CSR activities undertaken Kampoeng Healthy Danone oelh PT. Tirta Investama Keboncandi), (2) to understand how CSR activities Kampoeng Healthy implemntasi Danone, (3) to assess the role of the PT. Tirta Investama Keboncandi to changes in hygiene and healthy citizens through programs Kampoeng hamlet Kalongan Healthy Danone. This study uses qualitative research methods of data descriptive case study setting. The data collection method of observation, interview. Analysis using Triangulation.

Results showed the program activities Kampoeng Healthy Danone among others: provision of clean water sources, water piped into people's houses, making MCK, conservation hamlet with productive crops, making the bank trash, composting, health education, the establishment of institutional kampoeng. Implementation is carried out by the company, assisted by local communities and other necessities cost borne by the company. Effect of the program on citizen behavior change is indicated by several aspects such as: cleanliness (a cleaner environment), health (health of citizens more secure with the facilities disediakan by the company), insight (the people know, understand and be able to perform clean and healthy lifestyle), economic (in the long term can increase the income of citizens with productive crops that have been given).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Fenomena

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia semakin meningkat seiring berjalannya waktu, banyak perusahaan yang bermukim di dalamnya baik perusahaan nasional maupun perusahaan multinasional. Memang perlu untuk diakui bahwa industri atau perusahaan berskala besar telah mampu memberikan kontribusi pada perekonomian nasional selain itu, perusahaan-perusahaan tersebut juga mampu mengurangi tingkat pengangguran. Namun tidak dipungkiri eksploitasi sumber daya alam yang dilakukan oleh sektor industri seringkali menciptakan degradasi lingkungan yang cukup parah yang berdampak pada keberlangsungan hidup masyarakat sekitar. Terkait dengan hal itu maka, perusahaan harus turut serta menjaga dan peduli terhadap lingkungan sekitar baik itu masyarakat maupun lingkungan alam dimana perusahaan tersebut.

Masyarakat merupakan salah satu pihak yang berkepentingan pada organisasi usaha guna mencapai tujuan dan berbagai sarannya. Hubungan antara semua pihak yang berkepentingan pada organisasi usaha itu sebenarnya adalah hubungan industri yang diupayakan secara serasi dan harmonis yang disebut *Peace* (damai), "*Industrial Peace*" dan di Indonesia diganti dengan Pancasila menjadi Hubungan Industrial Pancasila karena dengan Pancasila kita selalu damai. Masyarakat menjadi pihak yang berkepentingan karena masyarakat memberikan sesuatu kepada organisasi itu, yaitu sebagai konsumen organisasi itu dengan harapan penyediaan

barang dan jasa tidak mengalami gangguan dalam rangka pemenuhan kebutuhannya. (Sihotang, 2007: 287)

Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat semakin sadar akan pentingnya perlindungan atas hak-haknya. Masyarakat menuntut perusahaan untuk lebih peduli pada masalah-masalah yang terjadi dalam masyarakat. Lebih jelasnya, masyarakat menuntut tanggung jawab sosial perusahaan. Bagi pengusaha, hal ini harus diperhatikan dengan baik agar tidak menjadi bumerang pada akhirnya. Dengan semakin baiknya kesadaran masyarakat akan hak-haknya dan kepedulian masyarakat terhadap lingkungannya, pengusaha harus mewujudkan tanggung jawab sosialnya. (Widjaja, 2008 : 17).

Suatu perusahaan seharusnya tidak hanya mengeruk keuntungan sebanyak mungkin, tetapi juga mempunyai etika dalam bertindak menggunakan sumber daya manusia dan lingkungan guna turut mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Masyarakat di lingkungan perusahaan merupakan faktor yang tidak kalah pentingnya untuk mewujudkan kesejahteraan perusahaan. Isu-isu tentang kurangnya kesejahteraan masyarakat sekitar, kerusakan lingkungan, dan lain sebagainya menjadi hal yang hangat dibicarakan.

Fenomena yang sangat jelas yaitu pada tanggal 22 Februari 2006, sekitar 500 warga Kampung Kali Kabur dan Banti, distrik Tembapapura menutup ruas jalan dan permukiman karyawan PT Freeport Indonesia ke lokasi pengolahan dan penambangan Grasberg. Akibatnya, PT Freeport

Indonesia menutup sementara kegiatan kantornya dan menghentikan produksi. (Ambadar, 2008 : 3).

Selain itu, meluapnya lumpur panas Lapindo Brantas Inc., di Sidoarjo, Jawa Timur. Ada satu pesan lain yang disampaikan oleh Lapindo Brantas, betapa kuatnya hukum keseimbangan lingkungan dalam mengatur nasib kita. Bila keseimbangan itu dirusak, alam akan bereaksi membuat keseimbangan baru yang mengejutkan. Rusaknya lingkungan membuat hancurnya perusahaan yang mencoba menguasai lingkungan tersebut melalui rekayasa yang sudah melewati batas. Akibatnya dasyat, berbagai fasilitas umum menjadi korban amukan lumpur panas, mulai dari perumahan warga, pabrik, jalan raya, jalan tol, jalan kereta api sampai jalan layang. Selain itu, semua warga yang menjadi korban menuntut agar Lapindo Brantas mengganti semua kerugian yang warga alami baik itu rumah, sawah, maupun tempat usaha. (Ambadar, 2008:17).

Kasus yang tidak jauh berbeda yaitu berakhirnya kegiatan penambangan nikel yang dikelola PT Aneka Tambang di Pulau Gebe, Halmahera Tengah. Ditandai dengan rusak parahnya tanah bekas penambangan yang merugikan masyarakat sekitar. Tampak betapa eratnya hubungan antara perusahaan dengan lingkungannya. Perusahaan yang memaksakan dirinya untuk mengeksplotir lingkungan sehingga menjadi rusak, pun ikut hancur bersama kerusakan lingkungan tersebut. (Ambadar, 2008: 18).

Dari beberapa fenomena di atas, keputusan masyarakat untuk bertindak tegas terhadap perusahaan yang dinilai merugikan kehidupannya

berkaitan dengan teori belajar yang dicetuskan oleh Albert Bandura (Dayakisni, 2003 : 13) yang menyebutkan bahwa teori belajar lebih menekankan peranan situasi dan lingkungan sebagai sumber penyebab tingkah laku. Lebih khusus teori ini menganalisa tingkah laku sosial dalam istilah “*asosiasi yang dipelajari*” antara stimulus dan respon.

Sebuah contoh langsung penggunaan teori Belajar adalah teori Pertukaran Sosial yang menelaah proses interaksi sosial dari sudut ganjaran dan kerugian yang diperoleh individu-individu yang terlibat dalam interaksi tersebut. Begitu pula hubungan antara perusahaan dengan masyarakat harus ada timbal balik yang sama-sama menguntungkan agar tercipta keadaan yang dinamis.(Dayakisni, 2003 : 14).

Dalam perkembangannya, Yusuf Wibisono (2007 dalam Widjaja, 2008 : 18), mengatakan bahwa “dunia usaha semakin menyadari bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, namun juga harus diperhatikan aspek sosial dan lingkungannya”. Dunia usaha bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan *profit* demi kelangsungan usahanya, melainkan juga tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungannya. Pemikiran yang mendasari hal ini adalah bahwa perusahaan yang sehat secara finansial sekalipun tidak menjamin perusahaan tersebut dapat terus eksis apalagi bertumbuh.

Tanggung jawab sosial perusahaan sering di sebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Istilah CSR yang mulai dikenal sejak tahun

1970-an, saat ini menjadi salah satu bentuk inovasi bagi hubungan perusahaan dengan masyarakat dan konsumen. CSR kini banyak diterapkan baik oleh perusahaan multi-nasional maupun perusahaan nasional atau lokal.

Definisi secara luas yang di tulis sebuah organisasi dunia *World Bisnis Council for Sustainable Development* (WBCD) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarga. (Widjaja, 2008 : 8).

Konosuke Matsushita, (Ambadar, 2008: 69) pendiri Matsushita Electric, mengemukakan, perusahaan yang mengolah sumber daya alam maupun sumber daya manusia pada hakikatnya adalah milik publik serta bertanggung jawab untuk memberi manfaat pada masyarakat. Pelaku bisnis membutuhkan dukungan lingkungannya. Oleh karena itu, sikap responsif terhadap kebutuhan lingkungan menjadi keharusan.

Dengan melaksanakan tanggung jawab sosialnya, ada beberapa manfaat yang akan dirasakan oleh perusahaan. Pertama, perusahaan akan terhindar dari reputasi negatif perusak lingkungan, yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruknya. Kedua, kerangka kerja yang etis yang kokoh dapat memandu para menejer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja dari lingkungan sekitarnya. Ketiga, perusahaan etis mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang sangat membutuhkan perusahaan

ini eksis, terutama pelanggan dan karyawannya. Terakhir yang keempat, banyak perusahaan yang sadar bahwa perilaku etis membuat perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar, sehingga dapat beroperasi dengan lancar. Utamanya tentu juga untuk menjamin keberlangsungan usaha.

PT. Tirta Investama merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komitmen mutlak perusahaan. Terdapat lembaga tersendiri yang disediakan perusahaan untuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi difokuskan pada Kabupaten Pasuruan. Hal itu dilakukan karena kabupaten Pasuruan memiliki potensi lokal yang beragam untuk dijadikan modal pembangunan, sektor agribisnis merupakan potensi lokal yang paling besar yang bisa dikembangkan. Tetapi ada beberapa kendala yang dihadapi untuk pengembangan sektor ini misalnya kualitas Sumber Daya Manusia yang kurang berkembang.

Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab PT. Tirta investama turut serta dalam proses pembangunan ekonomi lokal di kabupaten pasuruan. Fokus yang dilakukan adalah untuk memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan sosial masyarakat dan peningkatan kualitas lingkungan hidup. Tanggung jawab tersebut diwujudkan dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Salah satu contohnya adalah program Kampoeng Sehat. Program ini adalah bagian dari komitmen PT. Tirta Investama untuk memberikan kesehatan kepada sebanyak mungkin manusia. Program ini dilatar

belakangi oleh rendahnya fasilitas kesehatan masyarakat, serta perilaku yang kurang sehat, hal ini terlihat dari kebiasaan masyarakat yang menggunakan selokan sebagai kegiatan MCK, konsumsi air dari sumber yang kurang sehat, serta minimnya jumlah warga yang memiliki fasilitas MCK. Sasaran kegiatan ini adalah warga dusun kalongan desa Mendalan kecamatan Winongan. Program Kampoeng Sehat ini merupakan program tahun 2009 tetapi masih berjalan sampai sekarang.

Tidak hanya program-program Corporate Social Responsibility (CSR) di atas yang dilaksanakan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi tetapi ada beberapa program lain yang tersebar di wilayah Pasuruan.

Alasan penulis mengadakan penelitian ini karena menyadari bahwa begitu pentingnya CSR dilakukan oleh setiap perusahaan demi kelangsungan usahanya. Terlihat dari sering terjadinya ketegangan antara masyarakat setempat dengan perusahaan yang berada di sekitarnya akibat tidak ada komunikasi yang baik dari ke dua belah pihak. Selain itu, melihat fakta yang ada bahwasanya PT. Tirta Investama adalah perusahaan yang menjunjung tinggi nilai sosial kemasyarakatannya dan menjadikan program CSR sebagai komitmen mutlak perusahaan guna untuk membantu mensejahterakan masyarakat.

Berdasarkan fakta yang ada, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Peran PT. Tirta Investama Keboncandi terhadap Perubahan Perilaku hidup Bersih dan sehat warga Dusun Kalongan melalui Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampoeng Sehat Danone”**.

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja program *kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR)* kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi ?
2. Bagaimanakah implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi ?
3. Apa peran PT. Tirta Investama Keboncandi terhadap Perubahan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat warga dusun Kalongan melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Kampoeng Sehat Danone?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah tersebut di atas, maka dapat diuraikan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa saja program *kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR)* kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi.

3. Untuk mengetahui peran PT. Tirta Investama Keboncandi terhadap Perubahan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat warga dusun Kalongan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampong Sehat Danone.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan di PT Tirta Investama Keboncandi Pasuruan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Memberi sumbangan bagi keilmuan Psikologi, khususnya Psikologi Industri serta dapat menambah dan memberikan informasi yang dapat meningkatkan dan mengembangkan wawasan yang telah didapat.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini, dapat memberikan manfaat dan bahan pertimbangan juga reverensi bagi instansi terkait, terutama yang berhubungan dengan implementasi CSR.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Michael Porter (*The Competitive Advantage of Corporate philanthropy*) menunjukkan adanya korelasi positif antara profit dan CSR, atau tujuan finansial dan tujuan sosial perusahaan. Perusahaan mencatat laba tertinggi adalah para pionir dalam CSR. (Budi, 2008:29)

B. Corporate Social Responsibility (CSR)

1. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para strategic stakeholdersnya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. *Corporate social responsibility* merupakan suatu elemen penting dalam kerangka keberlanjutan usaha suatu industri yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan social budaya. Berikut adalah beberapa definisi dari *Corporate Social Responsibility*:

Corporate social responsibility is the commitment of businesses to contribute to sustainable economic development by working with employees, their families, the local community and society at large to improve their lives In ways that are good for business and for development. (Widjaja, 2008 : 7).

Organisasi dunia *World Business Council for Sustainable Development* (WBCD) (Widjaja, 2008 : 8) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarga.

Menurut Komisi pengawas Eropa adalah perusahaan harus bertanggung jawab secara sosial tidak hanya memenuhi peraturan undang-undang, tetapi juga pemenuhan kebutuhan mereka modal lingkungan dan hubungan dengan stakeholders. (Widjaja, 2008 : 8).

Gunawan Widjaja sendiri menyebutkan bahwa CSR adalah bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya perseroan terbatas) dengan segala sesuatu atau segala hal (*stakeholders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan tersebut, termasuk aspek sosial dan lingkungannya, untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. (Widjaja, 2008 : 9).

Kotler dan Lee (Solihin, 2008 : 5) menyatakan bahwa *corporate social responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources.*

CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial

perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan anatara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. (Budi, 2008 : 1).

Dalam Pasal 1 butir 3 UU No.40 Tahun 2007 Tentang PT CSR adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. (UURI No. 40 Tahun 2007 Tentang PT, Pasal 1 butir 3).

Berdasarkan definisi di atas maka dapat diketahui bahwa CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi, lingkungan dan masalah-masalah sosial, mempertemukan kepentingan para *Stakeholder* dan mempertahankan nilai dari dari masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjajanya beserta seluruh keluarga.

2. Pengertian *Stakeholders*

Pelaksanaan CSR tidak terlepas dari dukungan *Stakeholders* perusahaan baik yang langsung maupun tidak langsung. *Stakeholders* di sini dapat terpengaruh dan juga dapat mempengaruhi tindakan, keputusan, kebijakan atau praktik-praktik yang dilakukan oleh perusahaan.

Stakeholder dapat didefinisikan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang memiliki satu atau lebih kepentingan (*stake*) yang berbeda dalam sebuah perusahaan. *Stakeholder* dapat diartikan

juga sebagai setiap orang atau sekelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan, keputusan, kebijakan, praktik atau tujuan dari sebuah perusahaan. (Widjaja, 2008: 47).

3. Penggolongan *Stakeholders*

David Wheeler dan Maria Sillanpaa, (Widjaja, 2008: 49). menggolongkan *stakeholders* dalam 2 kategori yaitu: *stakeholders* primer dan *stakeholders* sekunder.

- a. *Stakeholders* primer meliputi pemegang saham, investor, karyawan, pelanggan, komunitas lokal, pemasok dan rekanan bisnis. *Stakeholders* primer memiliki kepentingan langsung dalam sebuah perusahaan dan sangat mempengaruhi sukses atau tidaknya perusahaan tersebut.
- b. *Stakeholders* sekunder meliputi pemerintah, institusi sipil, LSM, pers, pesaing usaha, asosiasi pengusaha dan masyarakat pada umumnya. *Stakeholders* sekunder juga dapat menjadisingat berpengaruh, terutama dalam hal yang menyangkut reputasi perusahaan dan dukungan masyarakat terhadap perusahaan, walaupun sebenarnya mereka tidak memiliki kepentingan langsung dalam kegiatan inti perusahaan

4. Dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat tiga dasar pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR), antara lain:

- a. Nilai

Suatu pergeseran nilai telah berlangsung di dalam bisnis di mana mereka tidak hanya merasakan tanggung jawab untuk memperoleh keuntungan semata tetapi juga untuk sosial dan lingkungan.

b. Strategi

Dengan lebih memperhatikan dan peduli sekaligus bertanggung jawab pada lingkungan sosial merupakan strategi yang sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan industrinya.

c. Tekanan dari publik

Konsumen akan dengan mudah menekan laju pertumbuhan suatu perusahaan ke arah kebangkrutan apabila konsumen merasa bahwa perusahaan tersebut tidak bertanggung jawab secara sosial.

5. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, pelaksanaan program CSR melibatkan beberapa pihak, yaitu perusahaan, pemerintah, lembaga swadaya, masyarakat dan lain-lain, dalam implementasi CSR diperlukan beberapa kondisi yang akan menjamin terlaksananya implementasi program CSR dengan baik, (Solihin, 2008 : 145-146) antara lain:

a. Implementasi CSR memperoleh persetujuan dan dukungan dari para pihak yang terlibat. Sebagai contoh implementasi CSR harus memperoleh persetujuan dan dukungan dari manajemen puncak perusahaan sehingga pelaksanaan program CSR didukung

se penuhnya oleh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sumber daya tersebut meliputi sumber daya finansial dalam bentuk penyediaan anggaran untuk pelaksanaan CSR, maupun sumber daya manusia yakni para karyawan perusahaan diterjunkan untuk melaksanakan program CSR.

- b. Ditetapkan pola hubungan (*relationship*) di antara pihak-pihak yang terlibat secara jelas. Hal ini akan meningkatkan kualitas koordinasi pelaksanaan program CSR. Tanpa adanya pola hubungan yang jelas di antara berbagai pihak yang terlibat dalam pelaksanaan CSR, maka kemungkinan besar pelaksanaan program CSR tersebut tidak akan berjalan optimal. Selain itu tanpa adanya pola hubungan yang jelas, maka kemungkinan program CSR tersebut untuk berlanjut (*sustainable*) akan berkurang.
- c. Pengolahan program yang baik hanya dapat terwujud apabila terdapat kejelasan tujuan program, terdapat kesepakatan mengenai strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan program dari pihak yang terlibat dalam pelaksanaan CSR.

6. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut *Princes of Wales Foundation* ada lima faktor yang mempengaruhi implementasi CSR, antara lain:

- a. *Human capital* atau pemberdayaan manusia.

Pemberdayaan manusia merupakan salah satu pendekatan yang harus menjadi prinsip utama bagi seluruh unit-unit

kepemerintahan maupun pihak korporasi dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam memberikan pelayanan sosial.

Pemberdayaan masyarakat menurut kaidah ekonomi adalah proses kesempatan bagi pelaku ekonomi untuk memperoleh *surplus value* sebagai hak manusia yang terlibat dalam kegiatan produksi.

Pemberdayaan sosial adalah usaha bagaimana keluarga yang lemah untuk memperoleh akses informasi, pengetahuan dan keterampilan, akses untuk berpartisipasi dalam organisasi sosial, dan akses ke sumber-sumber keuangan.

Pemberdayaan politik adalah usaha bagaimana keluarga yang lemah untuk memiliki akses dalam proses pengambilan keputusan publik yang mempengaruhi masa depan masyarakat.

Pemberdayaan psikologis adalah usaha bagaimana membangun kepercayaan diri setiap keluarga yang lemah agar mereka dapat berinteraksi dengan masyarakat dalam mengembangkan kegiatan sosial ekonominya (Ambadar, 2008 : 40-44).

b. *Environments* yang berbicara tentang lingkungan.

Lingkungan yang baik dan terpelihara adalah harapan dari semua pihak. Lingkungan yang baik dan terpelihara sangat menunjang aktivitas perusahaan, masalah pelestarian lingkungan ini begitu penting terutama bagi perusahaan yang bergerak dibidang sumber daya alam. Tanpa lingkungan yang baik dan terpelihara maka akan ada ancaman besar bagi perusahaan tersebut

dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Lingkungan dapat dijaga oleh perusahaan antara lain dengan cara menggunakan teknologi yang ramah lingkungan demi mengurangi emisi gas buang, mengimplementasikan sistem manajemen risiko lingkungan yang efektif dan lain-lain. (Widjaja, 2008 : 46)

c. *Good Corporate Governance*

Corporate Governance merupakan suatu sistem untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. Struktur *Corporate Governance* menetapkan distribusi hak dan kewajiban diantara berbagai pihak yang terlibat dalam suatu korporasi seperti dewan direksi, para manajer, para pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. (Solihin, 2008 : 115).

Pelaksanaan operasi perusahaan sendiri akan menimbulkan dampak, bukan saja terhadap pemangku kepentingan internal perusahaan seperti karyawan dan pemegang saham, melainkan juga kepada para pemangku kepentingan eksternal seperti pihak kreditur, konsumen, rekan bisnis, dan masyarakat. Oleh sebab itu, menurut Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia, direksi berkewajiban untuk memperhatikan kepentingan yang wajar dari para pemangku kepentingan. Demikian halnya dewan komisaris beserta perangkatnya berkewajiban untuk mengawasi penerapan *Corporate Governance* yang baik, termasuk di dalamnya masalah implementasi tanggung jawab sosial

perusahaan kepada berbagai pemangku kepentingan (Solihin, 2008 : 116-117).

- d. *social cohesion*, artinya, dalam melaksanakan CSR jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial
- e. *Economic Strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian dibidang ekonomi (Budi, 2008 : 11-12)

7. Alasan Perusahaan Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ada beberapa alasan mengapa sebuah perusahaan perlu melakukan CSR. Menurut Keraf, (Djakfar, 2007 : 157) ada empat motif yang dikemukakan antara lain:

- a. Karena perusahaan dan seluruh karyawannya adalah bagian integral dari masyarakat setempat. Karena itu wajar apabila perusahaan harus bertanggung jawab atas kemajuan dan kebaikan masyarakat.
- b. Perusahaan lebih diuntungkan dengan mendapatkan hak untuk mengelola sumber daya alam yang ada dalam masyarakat tersebut dengan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Bahkan sampai tingkat tertentu, masyarakat telah berhasil menyediakan tenaga-tenaga profesional yang sangat berjasa memajukan perusahaan tersebut. Ini berarti, keterlibatan sosial merupakan balas budi perusahaan terhadap masyarakat.

- c. Perusahaan memperlihatkan komitmen moralnya untuk tidak melakukan kegiatan-kegiatan bisnis yang merugikan masyarakat luas.
- d. Dengan keterlibatan sosial, perusahaan telah menjalin hubungan sosial yang lebih baik dengan masyarakat sehingga dengan demikian kehadirannya akan lebih diterima dalam masyarakat.

8. Kategori Perusahaan Menurut *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perilaku pengusaha beragam dari kelompok yang sama sekali tidak melaksanakan sampai kelompok yang telah menjadikan CSR sebagai nilai inti (*corevalue*) dalam menjalankan usaha. Terkait dengan praktik CSR, pengusaha dapat dikelompokkan menjadi empat: kelompok hitam, merah, biru, dan hijau.

Hijau : perusahaan yang sudah menempatkan CSR pada strategi inti dan jantung perusahaan. CSR tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan (modal sosial).

Biru : perusahaan yang menilai praktik CSR akan membawa dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi, bukan biaya.

Merah : perusahaan peringkat hitam yang mulai menerapkan CSR. CSR masih dipandang sebagai komponen biaya yang mengurangi keuntungan perusahaan.

Hitam : kegiatan degeneratif, mengutamakan kepentingan bisnis, tidak peduli aspek lingkungan dan sosial disekelilingnya. (Budi, 2008: 7)

9. Jenis, Benefit dan Langkah Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kortel dan Lee (Solihin, 2009 : 131-145) menyebutkan enam kategori program CSR. Pemilihan program alternatif CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan sangat tergantung kepada tujuan pelaksanaan CSR yang ingin dicapai oleh perusahaan. Keenam jenis program tersebut sebagai berikut:

a. *Cause Promotions*

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah social atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu

Komunikasi persuasif dengan tujuan menciptakan kesadaran (*awareness*) serta perhatian terhadap suatu masalah sosial, merupakan fokus utama dari kategori aktivitas CSR ini. Salah satu tujuan komunikasi persuasif yang ingin dicapai oleh perusahaan melalui pelaksanaan *cause promotions* adalah menciptakan kesadaran dan perhatian dari masyarakat terhadap suatu masalah dengan menyajikan angka-angka statistic serta fakta-fakta yang menggugah.

Berbagai benefit yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaksanakan kegiatan *cause promotions*, adalah sebagai berikut:

- 1) Pelaksanaan *cause promotions* oleh perusahaan akan memperkuat *positioning* merek perusahaan.
- 2) Pelaksanaan *cause promotions* dapat turut menciptakan jalan bagi ekspresi loyalitas konsumen terhadap suatu masalah sehingga bisa meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan penyelenggara promosi.
- 3) Memberikan peluang kepada para karyawan perusahaan untuk terlibat dalam suatu kegiatan sosial yang menjadi kepedulian mereka.
- 4) *Cause promotions* dapat menciptakan kerja sama antara perusahaan dengan pihak-pihak lain (misalnya media), sehingga memperbesar dampak pelaksanaan promosi.
- 5) Aktivitas *cause promotions* dapat meningkatkan citra perusahaan (*corporate image*), di mana citra perusahaan yang baik akan dapat memberikan berbagai pengaruh positif lainnya, misalnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan yang dapat memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kinerja financial perusahaan.

Langkah-langkah yang harus dilakukan perusahaan dalam melakukan kegiatan *cause promotions* adalah sebagai berikut:

- a) Memilih isu yang memiliki keterkaitan sangat tinggi dengan masalah sosial yang menjadi kepentingan masyarakat dan memiliki keterkaitan dengan industri dan produk yang dihasilkan perusahaan.

- b) Memilih kegiatan yang memiliki kesesuaian dengan misi dan tujuan perusahaan, sehingga kegiatan tersebut tidak dianggap sebagai aktivitas yang tempelan saja di mata karyawan perusahaan maupun di mata public.
 - c) Membuat komitmen dan menjalankan kegiatan sepenuh hati, termasuk di dalamnya mengembangkan kampanye yang bersifat solusi berkelanjutan dan bukan merupakan solusi jangka pendek.
 - d) Melakukan evaluasi mengenai sejauh mana kampanye yang dilakukan perusahaan telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai suatu masalah sosial.
- b. *Cause Related Marketing*

Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu, serta untuk aktivitas derma tertentu.

Benefit yang diperoleh perusahaan yang melaksanakan program CRM ini adalah sebagai berikut :

- 1) Perusahaan dapat menarik pelanggan melalui pelaksanaan CRM.
- 2) Aktivitas CRM dapat menjangkau relung pasar (*market niche*).

Saat ini semakin banyak perusahaan yang menyadari bahwa aktivitas CRM merupakan suatu cara yang efektif untuk

menjangkau konsumen dari segmen dengan karakteristik demografi, geografi, atau pasar sasaran tertentu.

- 3) Aktivitas CRM dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan.
- 4) Aktivitas CRM dapat membangun identitas merek yang positif di mata pelanggan. Identitas merek yang positif dapat terjadi akibat merek perusahaan disandingkan dengan program CSR yang disponsori merek perusahaan.

Langkah-langkah yang harus dilakukan perusahaan untuk melaksanakan aktivitas CRM adalah sebagai berikut:

- a) Melakukan penilaian situasi. Penilaian situasi ini dikaitkan dengan kebutuhan strategi pemasaran perusahaan, yakni apakah perusahaan akan memasuki pasar baru dengan menggunakan produk saat ini? Apakah ada produk baru yang akan diluncurkan perusahaan ke pasar yang akan turut terbantu oleh pelaksanaan kegiatan CRM? Ataukah apakah perusahaan ingin melakukan diversifikasi produk di tengah pasar yang dipenuhi produk sejenis yang dijual pada kisaran harga yang sama.
- b) Menetapkan tujuan yang ingin dicapai perusahaan melalui pelaksanaan CRM, di mana tujuan pelaksanaan CRM berkaitan erat dengan hasil penilaian situasi yang dilakukan oleh perusahaan.

- c) Setelah perusahaan menetapkan tujuan CRM, selanjutnya perusahaan menentukan target audiensi yang akan menjadi sasaran kegiatan perusahaan. Penetapan audiensi disesuaikan dengan tujuan pelaksanaan CRM, serta mempertimbangkan berbagai masalah yang menjadi perhatian utama dari para target audiensi.
- d) Setelah target audiensi ditetapkan, selanjutnya perusahaan mengembangkan rencana pemasaran yang akan menjelaskan produk yang akan dikaitkan dengan program CRM, jenis intensif yang akan diberikan oleh perusahaan untuk mendukung pelaksanaan program, disalurkan distribusi yang akan digunakan, serta bentuk promosi yang akan dipakai perusahaan untuk mendukung kampanye CRM.
- e) Membuat bujet, rencana pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan CRM.

c. *Corporate Social Marketing*

Dalam program ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan public, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye CSM lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan beberapa isu yakni *isu-isu kesehatan*, perlindungan terhadap kecelakaan/kerugian, lingkungan, serta keterlibatan masyarakat.

Benefit-benefit yang dapat diperoleh perusahaan melalui pelaksanaan CSM antara lain sebagai berikut:

- 1) Menunjang *positioning* merek perusahaan.
- 2) Menciptakan preferensi merek. Melalui penciptaan preferensi merek, maka merek produk perusahaan memiliki kemungkinan untuk lebih dipilih oleh konsumen pada saat merek melakukan pembelian produk, dibandingkan dengan merek produk pesaing.
- 3) Aktifitas CSM dapat ikut mendorong peningkatan penjualan terutama bila konsumen mengaitkan produk perusahaan dengan perubahan perilaku yang diinginkan.
- 4) Pelaksanaan CSM menarik mitra yang dapat diandalkan serta memiliki kepedulian sangat besar untuk mengubah perilaku masyarakat.
- 5) Pelaksanaan CSM dapat memberikan dampak yang nyata terhadap perubahan sosial.

Langkah-langkah yang dilakukan perusahaan pada saat melaksanakan kegiatan CSM adalah sebagai berikut:

- a) Melakukan analisis situasi untuk memperoleh gambaran mengenai berbagai perilaku yang harus diubah di dalam masyarakat agar dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan kesehatan publik, perbaikan lingkungan hidup dan peningkatan kesejahteraan masyarakat masyarakat.

- b) Memilih target audiensi yang akan menjadi sasaran kampanye dimana target audiensi ini merupakan audiensi yang diperkirakan akan sangat mendukung kampanye perusahaan.
- c) Menetapkan jenis perubahan perilaku apa yang harus dilakukan audiensi sesuai dengan kampanye yang dilakukan oleh perusahaan.
- d) Mengidentifikasi berbagai hambatan dan motivasi yang akan mendorong perubahan perilaku.
- e) Mengembangkan bauran pemasaran yang mencakup strategi produk, harga, saluran distribusi, dan promosi yang akan mendukung munculnya perilaku para target audiensi.
- f) Mengembangkan rencana evaluasi dan pengawasan aktivitas CSM, dimana evaluasi yang dilakukan didasarkan kepada perubahan perilaku yang diinginkan.
- g) Menetapkan anggaran pelaksanaan CSM dan menemukan sumber pandangan untuk melakukan kegiatan CSM, misalnya melalui kemitraan dengan yayasan, organisasi nirlaba, maupun kelompok kepentingan.
- h) Melakukan implementasi rencana CSM dengan mempertimbangkan adanya proses perubahan perilaku yang lambat dari audiensi.

d. *Corporate Philanthropy*

Dalam program ini, perusahaan memberikan sumbangan dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu.

Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma (Solihin, 2008: 137).

Corporate philanthropy biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

Beberapa benefit yang dapat diperoleh perusahaan dari pelaksanaan program *Corporate philanthropy*, antara lain sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan reputasi perusahaan.
- 2) Memperkuat masa depan perusahaan melalui penciptaan citra yang baik di mata publik, perolehan pemasok yang memiliki produk berkualitas tinggi, serta memperoleh citra yang baik dari para pembuat peraturan yang akan berpengaruh terhadap operasional perusahaan di masa mendatang.
- 3) Memberi dampak bagi penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.

Langkah-langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan yang akan menjalankan aktivitas *corporate philanthropy* adalah sebagai berikut:

- a) Memilih kegiatan amal yang akan didukung oleh perusahaan.
Pemilihan ini didasarkan kepada kesesuaian antara kegiatan yang akan didukung dengan tujuan perusahaan, kepeduluai

para karyawan terhadap kegiatan yang akan didukung, serta perhatian pelanggan perusahaan.

- b) Memilih mitra yang akan menjalankan kegiatan amal beserta pihak yang akan menjadi sasaran *corporate philanthropy*.
 - c) Menetapkan besarnya sumbangan yang akan diberikan kepada suatu pihak atau masyarakat yang akan menjadi sasaran *corporate philanthropy*.
 - d) Mengembangkan rencana komunikasi untuk mengomunikasikan kegiatan amal yang sedang dilakukan oleh perusahaan kepada para karyawan maupun pihak-pihak yang berkepentingan.
 - e) Mengembangkan rencana evaluasi untuk menilai berhasil tidaknya pelaksanaan program *corporate philanthropy*.
- e. *Community Volunteering*

Dalam program ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

Bentuk dukungan yang diberikan perusahaan kepada karyawannya untuk melaksanakan program CV, adalah sebagai berikut.

- 1) Memasyarakatkan etika perusahaan melalui komunikasi korporat yang akan mendorong karyawan untuk menjadi

sukerelawan bagi komunitas. Komunitas ini dapat pula dijadikan sarana agar karyawan mengetahui sumber daya perusahaan yang dapat digunakan untuk suatu peluang aktivitas sukarela.

- 2) Menyarankan kegiatan sosial atau aktivitas amal tertentu yang bisa diikuti oleh para karyawan. Dalam kaitan ini, perusahaan akan menyediakan informasi yang rinci mengenai bagaimana keterlibatan para karyawan perusahaan dalam aktivitas tersebut berikut kegiatan sosial atau amal yang akan dilakukan.
- 3) Mengorganisasi tim sukerelawan untuk suatu kegiatan sosial.
- 4) Membantu para karyawan menemukan kegiatan sosial yang akan dilaksanakan melalui survei ke wilayah yang diperkirakan membutuhkan bantuan sukarelawan, mencari informasi melalui situs Web atau dalam beberapa kasus dengan menggunakan perangkat lunak (*software*) khusus yang akan melacak aktivitas sosial yang cocok dengan minat karyawan yang akan menjadi tenaga sukarelawan.
- 5) Menyediakan waktu cuti dengan tanggungan perusahaan bagi karyawan yang bersedia menjadi tenaga relawan, di mana waktu cuti ini bervariasi dari hanya beberapa hari kerja sampai menggunakan waktu cuti satu tahun untuk melaksanakan kegiatan sukarela di negara berkembang atas nama perusahaan.
- 6) Memberikan penghargaan dalam bentuk uang untuk jumlah jam yang digunakan karyawan tersebut sebagai sukarelawan.

- 7) Memberikan penghormatan kepada para karyawan yang terlibat dalam kegiatan sukarela seperti memberitakan karyawan yang bersangkutan dalam majalah internal perusahaan.

Beberapa benefit yang diperoleh perusahaan melalui program ini, adalah sebagai berikut:

- a) Membangun hubungan yang tulus antara perusahaan dengan komunitas.
- b) Kegiatan ini dapat memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan.
- c) Meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan.

Langkah-langkah yang harus dilaksanakan perusahaan pada saat akan melakukan *community volunteering* adalah sebagai berikut:

- a. Membuat pedoman di dalam perusahaan yang akan memberi arahan bagi para karyawan dalam isu sosial apa kegiatan sukarela dapat mereka lakukan.
- b. Menetapkan jenis dukungan yang diberikan oleh perusahaan dan seberapa jauh dukungan itu diberikan bagi para karyawan yang terlibat dalam kegiatan *community volunteering*.
- c. Mengembangkan rencana komunikasi internal perusahaan untuk mengomunikasikan komitmen perusahaan dan kebijakan yang dibuat perusahaan dalam kegiatan *community volunteering*.

- d. Menetapkan rencana untuk memberikan pengakuan dalam bentuk penghargaan kepada karyawan yang terlibat dalam *community volunteering*.
 - e. Mengembangkan rencana komunikasi eksternal perusahaan dengan mengekspos kegiatan *community volunteering* yang dilakukan perusahaan kepada pihak luar baik dengan tujuan hanya untuk menciptakan kesadaran public terhadap kegiatan yang dilakukan maupun meningkatkan reputasi perusahaan.
 - f. Menetapkan rencana untuk mengukur keberhasilan program *community volunteering*.
- f. *Socially Responsible Business Practice*

Dalam program ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan social dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

Komunitas dalam hal ini mencakup karyawan perusahaan, pemasok, distributor, serta organisasi-organisasi nirlaba yang menjadi mitra perusahaan serta masyarakat secara umum. Sedangkan kesejahteraan yang dimaksud mencakup di dalamnya aspek-aspek kesehatan, keselamatan, serta kebutuhan pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional..

Berbagai benefit yang dapat diperoleh perusahaan melalui pelaksanaan *socially responsible business practice* adalah sebagai berikut:

- 1) Pelaksanaannya dapat menghemat uang perusahaan, memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan hidup, serta meningkatkan kesadaran energi di antara para karyawan perusahaan.
- 2) Meningkatkan kesan baik komunitas terhadap perusahaan.
- 3) Bagi perusahaan yang berhasil melaksanakan program ini, maka keberhasilan tersebut akan menciptakan preferensi konsumen terhadap merek produk perusahaan.
- 4) Dapat meningkatkan kepuasan karyawan. Hal ini disebabkan antara lain oleh munculnya rasa bangga menjadi bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. (Solihin, 2009: 131).

Langkah-langkah yang harus dilakukan perusahaan pada saat melaksanakan *socially responsible business practice* adalah sebagai berikut:

- a) Melakukan kegiatan penilaian lingkungan (*environment assessment*).
- b) Menetapkan tujuan program kegiatan sosial yang akan dilakukan oleh perusahaan.
- c) Melakukan implementasi kegiatan sosial dengan mempersiapkan terlebih dahulu pola kerja sama antar pihak

yang terlibat dalam kegiatan sosial, yaitu perusahaan, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, dan para calon penerima manfaat CSR.

10. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Sebenarnya yang diharapkan dari pelaksanaan CSR adalah pemberdayaan masyarakat, dari sisi perusahaan, jelas agar operasional berjalan lancar tanpa gangguan. Jika hubungan antara perusahaan dan masyarakat tidak mesrah bisa dipastikan ada masalah. Program pelaksanaan CSR belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Itu disebabkan oleh minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan CSR. Yusuf Wibisono (Budi, 2008: 6-7) mengungkapkan manfaat CSR bagi perusahaan antara lain :

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta merek perusahaan.

Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak *image* dan reputasi positif perusahaan. *Image* / citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.

- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara social.

Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberika kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.

c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.

Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Disharmoni dengan *stakeholders* akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk *recovery* akan jauh lebih berlipat bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan *stakeholders* perlu mendapat perhatian.

d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.

Track records yang baik dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan

e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.

Investasi yang ditanamkan untuk program *Corporate Social Responsibility* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

f. Mereduksi biaya

Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan *melakukan Corporate Social Responsibility*. Misalnya: dengan

mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi. Selain dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.

- g. Memperbaiki hubungan dengan *Stakeholders*.
- h. Implementasi *Corporate Social Responsibility* akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholder*, dimana komunikasi ini akan semakin menambah *trust stakeholders* kepada perusahaan
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
Image perusahaan yang baik di mata *stakeholders* dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.
Banyaknya penghargaan atau *reward* yang diberikan kepada pelaku *Corporate Social Responsibility* sekarang, akan menambah kans bagi perusahaan untuk mendapatkan award.

11. Kerugian Tidak Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Bagi perusahaan yang menganggap bahwa pelaksanaan program CSR tidak penting, sebenarnya mereka secara tidak langsung sedikit demi sedikit telah menghancurkan perusahaan. Ada beberapa kerugian yang akan diperoleh perusahaan apabila tidak melaksanakan CSR, antara lain: (Widjaja, 2008 : 19-20)

- a. Boikot konsumen
 - b. Serangan terhadap aset tetap seperti tanah perkebunan dan bangunan
 - c. Kegagalan untuk menarik karyawan yang berkualitas dan kehilangan dukungan dari karyawan
 - d. Pengeluaran ekstra untuk memperbaiki kesalahan dimasa lalu
 - e. Pengalihan perhatian manajemen dari aktivitas inti perusahaan
 - f. Pembatasan operasi perusahaan, seperti adanya peraturan baru
 - g. Halangan untuk menaikkan keuangan dan asuransi
12. Kesulitan dengan siklus hidup perusahaan (konsumen akhir dan pemasok).
13. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Departemen Sumber Daya Manusia merupakan departemen layanan, yang tugasnya membantu karyawan, manajemen, dan organisasi. Departemen Sumber Daya Manusia dibentuk untuk menolong unit organisasi lainnya, sehingga praktis semua aktivitas Departemen Sumber Daya Manusia secara umum boleh disebut sebagai suatu bentuk layanan.

Maksud Departemen Sumber Daya Manusia adalah memperbaiki kontribusi produktif orang-orang terhadap organisasi dengan cara yang bertanggung jawab secara strategis, etis, dan sosial.

Dalam hal ini, aspek Manajemen Sumber Daya Manusia berkaitan dengan tujuan manajemen sumber daya manusia yaitu tujuan sosial dan tujuan organisasi. (Simamora, 2006 : 37)

a. Tujuan sosial

Tujuan sosial manajemen sumber daya manusia adalah agar organisasi bertanggung jawab secara sosial dan etis terhadap kebutuhan dan tantangan masyarakat seraya meminimalkan dampak negatif tuntutan terhadap organisasi. Organisasi bisnis diharapkan dapat meningkatkan kualitas masyarakat dan membantu memecahkan masalah sosial. Implikasinya, beberapa organisasi khususnya perusahaan- perusahaan besar telah menambah tanggung jawab sosial ke dalam tujuan perusahaan mereka dan menghubungkan sumber daya mereka kepada hal-hal seperti program kesehatan lingkungan, proyek perbaikan lingkungan, program pemberdayaan masyarakat dalam jangka panjang seperti pembuatan koperasi simpan pinjam, pemberian beasiswa, bantuan usaha mikro, kecil menengah (UMKM) dan lain sebagainya. Bahkan tidak kalah pentingnya untuk membangun *human resources* (sumber daya manusia) ke depan, akhir-akhir ini banyak dilakukan program pelatihan (*skill*), rekrutmen tenaga kerja dan memperjaka masyarakat sekitar, terutama sekali dengan adanya persaingan kerja diantara para lulusan sekolah. Akan terjadi peningkatan kemungkinan untuk ditanyakannya kebijakan CSR perusahaan pada rekrutmen tenaga kerja yang berpotensi.

Dampak CSR terhadap masyarakat secara psikologis adalah mengedukasi masyarakat untuk lebih peduli pada kelompok atau anggota masyarakat lain, di samping masyarakat lebih mengenal perusahaan, dan menyadari manfaat kehadiran perusahaan itu untuk kepentingan bersama (Ambadar, 2008 : 67).

b. Tujuan organisasional

Tujuan organisasional adalah sasaran formal organisasi yang dibuat untuk membantu organisasi mencapai tujuannya. Departemen sumber daya manusia dibentuk untuk membantu para manajer mencapai tujuan organisasi. Tujuan organisasional berkaitan juga dengan dampak pelaksanaan CSR bagi karyawan dan perusahaan, antara lain:

- a) Memperkuat *positioning* merek perusahaan
- b) Meningkatkan penjualan produk perusahaan
- c) Meningkatkan citra perusahaan (*corporate image*), dimana citra perusahaan yang baik akan memberikan berbagai pengaruh positif lainnya, misalnya meningkatkan loyalitas dan kepuasan karyawan yang dapat memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kinerja finansial perusahaan.
- d) Menyediakan bagi organisasi karyawan- karyawan yang termotivasi dan terlatih dengan baik.
- e) Membentuk suatu atmosfir kerja yang nyaman diantara para staf, terutama apabila mereka dapat dilibatkan dalam

"penyisihan gaji" dan aktivitas "penggalangan dana" ataupun suka relawan (Solihin, 2008 : 132-140)

C. Perubahan Perilaku

1. Pengertian Sikap

Beberapa ahli mengemukakan pengertian tentang sikap, diantaranya:

Thurstone berpandangan bahwa sikap merupakan suatu tingkatan efek, baik itu bersifat positif maupun negative dalam hubungannya dengan obyek-obyek psikologis.

Sheriff & Sherif menyebutkan bahwa sikap menentukan keajegan dan kekhasan perilaku seseorang dalam hubungannya dengan stimulus manusia atau kejadian-kejadian tertentu. Sikap merupakan suatu keadaan yang memungkinkan timbulnya suatu perbuatan atau tingkah laku. (Dayakisni, 2003: 95)

Gerungan mengemukakan bahwa sikap dapat diterjemahkan dengan kata sikap terhadap onyek tertentu, yang dapat merupakan sikap, pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap mana disertai oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap terhadap obyek tadi. Jadi sikap lebih diterjemahkan sebagai kesediaan beraksi terhadap suatu hal. (Ahmadi, 2007: 150)

Berdasarkan definisi di atas maka dapat diketahui bahwa sikap merupakan respon dari suatu stimulus yang diterima oleh seseorang yang memungkinkan timbulnya suatu perbuatan atau tingkah laku.

2. Fungsi Sikap

Menurut Katz (Dayakisni, 2003) ada empat fungsi sikap:

- a. *Utilitarian function*: sikap memungkinkan seseorang untuk memperoleh atau memaksimalkan ganjaran (reward) atau persetujuan dan meminimalkan hukuman. Dengan kata lain, sikap dapat berfungsi sebagai penyesuaian sosial.
- b. *Knowledge function*: sikap membantu dalam memahami lingkungan (sebagai skema) dengan melengkapi ringkasan evaluasi tentang obyek dan kelompok obyek atau segala sesuatu yang dijumpai di dunia lain.
- c. *Value-expressive function*: sikap kadang-kadang mengkomunikasikan nilai dan identitas yang dimiliki seseorang terhadap orang lain.
- d. *Ego defensive function*: sikap melindungi diri, menutupi kesalahan, agresi, dan sebagainya dalam rangka mempertahankan diri. Sikap ini mencerminkan kepribadian individu yang bersangkutan dan masalah-masalah yang belum mendapatkan penyelesaian secara tuntas, sehingga individu berusaha mempertahankan dirinya secara tidak wajar karena ia merasa takut kehilangan statusnya.

3. Ciri-ciri sikap

Untuk membedakan sikap dengan pendorong-pendorong yang lain, ada beberapa ciri sikap, antara lain:

- a. Sikap tidak dibawa sejak lahir

Ini berarti manusia pada waktu dilahirkan belum membawa sikap-sikap tertentu terhadap suatu obyek. Karena sikap tidak

dibawa sejak individu dilahirkan, ini berarti sikap itu terbentuk dalam perkembangan individu yang bersangkutan.

b. Sikap selalu berhubungan dengan obyek sikap

Oleh karena itu sikap selalu terbentuk atau dipelajari dalam hubungannya dengan obyek-obyek tertentu, yaitu melalui persepsi terhadap obyek tersebut. Hubungan yang positif atau negatif antara individu dengan obyek tertentu, akan menimbulkan sikap tertentu dari individu terhadap obyek tersebut.

c. Sikap dapat tertuju pada satu obyek saja, tetapi juga dapat tertuju pada sekumpulan obyek-obyek

Bila seseorang mempunyai sikap yang negatif pada seseorang, orang tersebut akan mempunyai kecenderungan untuk menunjukkan sikap yang negatif pula kepada kelompok dimana seseorang tersebut bergabung didalamnya. Sikap itu dapat berlangsung lama atau sebentar.

Kalau suatu sikap telah terbentuk dan telah merupakan nilai dalam kehidupan seseorang, secara relatif sikap itu akan lama bertahan pada diri orang yang bersangkutan. Sikap itu mengandung faktor perasaan dan motivasi.

Ini berarti bahwa sikap terhadap sesuatu obyek tertentu akan selalu diikuti oleh perasaan tertentu yang dapat bersifat positif tetapi juga dapat bersifat negatif. (Walgito, 2003: 131-132).

4. Pembentukan dan Perubahan Sikap

Dalam perspektif psikologi terdapat teori yang menerangkan tentang perubahan perilaku individu, salah satunya dikembangkan oleh B.F. Skinner (Jhosina : 4), salah seorang pelopor psikologi behavioris antara lain:

a. Operant Conditioning

Menurut Skinner *reinforcer* tidak diasosiasikan dengan stimulus yang ditimbulkan, tetapi diasosiasikan dengan respon karena respon itu sendiri beroperasi memberi reinforcement, maka hal itu disebut dengan *operan behavior*. Setiap makhluk hidup pasti selalu dalam proses melakukan sesuatu terhadap lingkungannya, selama melakukan proses operasi ini , makhluk hidup tersebut pasti menerima stimulus -stimulus tertentu yangdisebut dengan stimulus penggugah. Stimulus tersebut berdampak pada meningkatnya proses cara kerja tadi yaitu adanya penggugah (*reinforcement*) inilah yang disebut dengan “cara kerja yang menentukan ” dalam perilaku pasti menghasilkan konsekuensi - konsekuensi tertentu dan kosekuensi-konsekuensi ini akan mengubah kecenderungan mahluk hidup untuk mengulangi perilaku yang sama. Ketentuan penggugah dalam teori Skinner adalah seagai berikut: “*perilaku yang diikuti oleh stimulus penggugah akan memperbesar kemungkinan dilaukannya kembali perilaku tersebut di masa-masa berikutnya. Perilaku yang tidak diikuti oleh stimulus – stimulus penggugah memperkecil kemungkinan dilakukannya kembali perilaku tersebut di masa – masa berikutnya.*”

Untuk membentuk (*Shaping*) suatu perilaku yang diharapkan maka dilakukan dengan cara berangsur-angsur semakin mendekati tingkah laku yang diinginkan. Suatu reporting tingkah laku juga dapat dihilangkan, salah satu caranya adalah dengan memberi hukuman.

b. Teori belajar dari perspektif behavioris

Teori ini menekankan pada pentingnya memahami keadaan awal dan konsekwensinya dalam bentuk perubahan perilaku. Belajar pun dilihat dari adanya perubahan perilaku yang terukur, terlihat serta teramati dan sedikit sekali menyinggung tentang proses mental atau internal berpikir. Singkatnya menurut perspektif ini belajar adalah perubahan perilaku atau apa yang dilakukan seseorang dalam keadaan tertentu. Secara sederhana teori ini mengajukan hubungan sederhana A-B-C yaitu *antecedents-behaviour-consequence* atau keadaan awal-perilaku-konsekwensi, pada saat perilaku dilakukan maka konsekwensi bertransformasi menjadi keadaan awal untuk tahapan ABC selanjutnya. Sehingga perilaku dipengaruhi oleh perubahan yang dilakukan dalam latar belakang, konsekwensi ataupun keduanya.

Antecedent adalah stimulus awal yang menggerakkan individu untuk melakukan perubahan perilaku. Terdiri dari empat komponen yaitu pendorong, tujuan, umpan balik dan pemodelan (*modelling*). Bila peneguhan adalah konsekwensi dari perilaku, maka *antecedent* adalah kejadian sebelum perilaku terjadi. Keadaan awal ini memberikan informasi tentang perilaku yang mana yang akan mengarah pada

konsekwensi positif dan mana yang ke konsekwensi negatif. *Behaviour* adalah tingkah laku yang muncul dari individu baik perilaku positif maupun perilaku negatif. *Consequence* adalah energi motivasi yang baik meningkatkan atau menurunkan kemungkinan perilaku terjadi lagi.

Dari tinjauan Psikologi sosial sikap ditimbulkan karena ada stimulus. Terbentuknya suatu sikap itu banyak dipengaruhi perangsang oleh lingkungan sosial dan kebudayaan (Ahmadi, 2007: 156).

Sherif & Sherif (Dayakisni, 2003: 98) bahwa sikap dapat berubah karena kondisi dan pengaruh yang diberikan. Sebagai hasil belajar sikap tidak akan berlangsung dengan sendirinya karena pembentukan sikap senantiasa akan berlangsung dalam interaksi manusia berkenaan dengan obyek tertentu.

Menurut Bimo Walgito (Dayakisni, 2003:98) bahwa pembentukan dan perubahan sikap akan ditentukan oleh dua faktor, yaitu:

- 1) Faktor Internal (individu itu sendiri), yaitu cara individu dalam menanggapi dunia luarnya dengan selektif sehingga tidak semua yang datang akan diterima atau ditolak.

Faktor ini berupa *selectivity* atau daya pilih seseorang untuk menerima dan mengolah pengaruh-pengaruh yang datang dari luar. Pilihan terhadap pengaruh dari luar itu biasanya disesuaikan dengan motif dan sikap di dalam diri manusia, terutama yang menjadi minat perhatiannya. (Ahmadi, 2007: 157)

2) Faktor Eksternal, yaitu keadaan- keadaan yang ada di luar individu yang merupakan stimulus untuk membentuk atau mengubah sikap. Faktor ini berupa interaksi sosial di luar kelompok.

5. Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS)

Kesehatan adalah hak dasar yang merupakan karunia Tuhan Yang Maha Esa yang sangat tinggi nilainya. Kesehatan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan kualitas Sumber daya Manusia. (Pusat Promosi Kesehatan RI webmaster@promosikesehatan.com diakses tanggal 9 Februari 2010)

Perilaku Hidup Bersih dan Sehat di Rumah Tangga adalah upaya untuk memperdayakan anggota rumah tangga agar tahu, mau, dan mampu mempraktikan perilaku hidup bersih dan sehat serta berperan aktif dalam gerakan kesehatan di masyarakat. (Pusat Promosi Kesehatan RI webmaster@promosikesehatan.com diakses tanggal 9 Februari 2010)

6. Sasaran Perilaku Hidup Bersih dan Sehat di Rumah Tangga adalah seluruh anggota rumah tangga yaitu:

- 1) Sasaran Primer adalah sasaran utama dalam rumah tangga yang akan dirubah perilakunya atau anggota keluarga yang bermasalah (individu dalam keluarga yang bermsalah).
- 2) Sasaran sekunder adalah yang dapat mempengaruhi keluarga dalam rumah tangga yang bermasalah.
- 3) Sasaran Tersier adalah sasaran yang diharapkan menjadi unsur pembantu dalam menunjang atau mendukung pendanaa,

kebijakan, dan kegiatan untuk tercapainya PHBS. (Manda, Nurahmi & Wahida, 2006: 4)

7. Manfaat Perilaku Hidup Bersih dan Sehat di Rumah Tangga antara lain:(Pusat Promosi Kesehatan RI webmaster@promosikesehatan.com diakses tanggal 9 Februari 2010)

No	Manfaat PHBS
1.	Anggota keluarga meningkat kesehatannya dan tidak mudah sakit.
2.	Anak tumbuh sehat dan cerdas.
3.	Produktivitas anggota keluarga meningkat.
4.	Pengeluaran biaya dapat dialokasikan untuk pemenuhan gizi keluarga, pendidikan dan modal usaha untuk peningkatan pendapatan.
5.	Mampu mengupayakan lingkungan sehat.
6.	Mampu mnecegah dan mengagulangi penyakit.
7.	Memanfaatkan pelayanan kesehatan yang ada.
8.	Mampu mengembangkan upayah kesehatan bersumber masyarakat seperti Posyandu, tabungan bersalin, arisan jamban, kelompok arisan air, ambulan desa.
9.	Alokasi biaya penanganan masalah dapat dialihkan untuk pengembangan lingkungan sehat dan penyediaan sarana kesehatan merata, bermutu dan terjangkau.

10. Menjadi pusat pembelajaran bagi daerah lain dalam pengembangan PHBS

8. Langkah – langkah pembinaan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat di Rumah Tangga di Kabupaten Kota antara lain:

- 1) Mengeluarkan kebijakan tentang pembinaan PHBS di Rumah Tangga melalui Tim Penggerak PKK di seluruh Kecamatan dan desa/ kelurahan.
- 2) Sosialisasi pembinaan PHBS di Rumah Tngga kepada Tim Penggerak PKK
- 3) Mengadvokasi Bupati/ Walikota/ DPRD untuk memperoleh dukungan kebijakan dan dana bagi pembinaan PHBS di Rumah Tangga diseluruh kecamatan dan desa/ kelurahan.
- 4) Memberikan penghargaan terhadap pelaksanaan terbaik PHBS di Rumah Tangga tingkat Kabupaten/ kota. (Pusat Promosi Kesehatan RI webmaster@promosikesehatan.com diakses tanggal 9 Februari 2010)

9. Indikator Perilaku Hidup Bersih dan Sehat di Rumah Tangga

Indikator PHBS adalah suatu alat ukur untuk ,emilai keadaan atau permasalahan kesehatan di rumah tangga. Indikator mengacu pada Standar Pelayanan Miniman (SPM) bidang kesehatan. Ada sepuluh indikator PHBS yang terdiri dari enam indikator perilaku dan empat indikator lingkungan. Dengan rincian sebagai berikut: (Manda, Nurahmi & Wahida, 2006: 4)

- 1) Persalinan ditolong oleh tenaga kesehatan adalah persalinan yang ditolong oleh tenaga keehatan (bidan, dokter dan tenaga para medis lainnya)
- 2) Memberi bayi ASI eksklusif
Adalah bayi usia 0 – 6 bulan hanya diberi ASI saja tanpa memberikan tambahan makanan atau minuman lain.
- 3) Menimbang bayi dan balita
Dimaksudkan untuk memantau pertumbuhannya setiap bulan.
- 4) Menggunakan air bersih
Air merupakan suatu unsur yang sangat penting dalam aspek kesehatan masyarakat, dimana air dapat menjadi sumber dan tempat perindukan dan media kehidupan bibit penyakit.
- 5) Mencuci tangan dengan air bersih dan sabun
Air yang tidak bersih banyak mengandung kuman dan bakteri penyebab penyakit. Bila digunakan, kuman berpindah ke tangan.
- 6) Menggunakan jamban sehat
Jamban adalah suatu ruangan yang mempunyai fasilitas pembuangan kotoran manusia yang terdiri atas tempat jongkok atau tempat duduk dengan leher angsa atau tanpa leher angsa (cemplung) yang dilengkapi dengan unit penampungan kotoran dan air untuk membersihkannya.
- 7) Memberantas jentik di rumah

Rumah bebas jentik adalah rumah tangga yang estela dilakukan pemeriksaan jentik secara berkala tidak terdapat jentik nyamuk.

8) Makan buah dan sayur setiap hari

Setiap anggota rumah tangga mengkonsumsi minimal 3 porsi buah dan 2 porsi sayuran atau sebaliknya setiap hari. Makan sayur dan buah setiap hari sangat penting, karena mengandung vitamin dan mineral yang mengatur pertumbuhan dan pemeliharaan tubuh.

9) Melakukan aktivitas fisik setiap hari

Aktivitas fisik adalah melakukan pergerakan anggota tubuh yang menyebabkan pengeluaran tenaga yang sangat penting bagi pemeliharaan kesehatan fisik, mental, dan mempertahankan kualitas hidup agar tetap sehat dan bugar sepanjang hari.

10) Tidak merokok di dalam rumah

Setiap anggota keluarga tidak boleh merokok di dalam rumah. Rokok ibarat pabrik bahan kimia. Dalam satu batang rokok yang dihisap akan dikeluarkan sekitar 4.000 bahan kimia berbahaya, diantaranya yang paling berbahaya adalah nikotin, tar, dan Carbon Monoksida (CO).

D. Kajian Keislaman

1. Kajian Keislaman tentang *Corporate Social Responsibility*

a. Telaah Konsep *Corporate Social Responsibility* dalam Perspektif Psikologi

Corporate Social Responsibility adalah bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya perseroan terbatas) dengan segala sesuatu atau segala hal (*stakeholders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan tersebut, termasuk aspek sosial dan lingkungannya, untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. (Widjaja, 2008 : 9).

b. Telaah Konsep *Corporate Social Responsibility* dalam Menurut Al-Qur'an

Dilihat dari perspektif etika bisnis islam, program CSR merupakan pengejawantahan dari konsep ajaran *ihsan* sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. *Ihsan (benevolence)*, artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa mengharap balas jasa dari perbuatan itu. (Djakfar, 2007: 160)

Siddiqi (Dalam Djakfar, 2007: 160) berpendapat bahwa perbuatan *ihsan* lebih penting dibandingkan perbuatan adil. Perbuatan adil hanya merupakan *the corner stone of society*, sedangkan perbuatan *ihsan* merupakan *beauty and perfection* dalam kehidupan masyarakat. Dengan tindakan *ihsan*, kehidupan akan terasa indah dan sempurna dengan bertabur kebajikan yang menyejukkan semua pihak, karena yang berlebih (kuat) secara ikhlas bersedia berbagi rasa dengan yang lemah. Dengan demikian dalam ajaran *ihsan* terdapat nilai *moral*

altruistic yang menempatkan kepentingan orang lain di atas kepentingan diri sendiri.

Program CSR juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah adalah Pemilik Mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan manusia hanya terbatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Menurut Ahmad (Djakfar, 2007 : 161), Allah sebagai pemilik mutlak memberikan mandat kepada manusia untuk menjadi khalifah-Nya dan penerima karunia-Nya.. Seperti yang dijelaskan dalam Surat Al-Qashash ayat 77:

وَأَبْتَعْ فِي مَاءِ آتِنَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا

وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

المُفْسِدِينَ

Artinya : Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan). (DEPAG RI, 2005 :315)

Ayat di atas dapat disimpulkan bahwa manusia didorong untuk mencari rezeki, namun tanpa mengabaikan kepentingan akhirat. Selain

itu manusia didorong untuk berbuat ihsan (baik) dan dilarang membuat kerusakan di muka bumi. Berbuat baik di sini maksudnya adalah setiap manusia harus peduli dengan manusia yang lainnya.

Suatu perusahaan hendaknya melaksanakan kewajiban sosialnya yaitu dalam bentuk kegiatan CSR dengan tujuan membantu masyarakat lainnya.

Pada dasarnya perusahaan mencari laba, tetapi dalam Islam dituntut agar perusahaan tersebut menyisakan sebagian dari pendapatannya untuk kegiatan yang bersifat sosial serta tidak merusak apa yang telah disediakan oleh Tuhan.

SCR juga dijelaskan dalam surat Hud ayat 87 :

قَالُوا يَنْشُعِيبُ أَصْلَوْتُكَ تَأْمُرُكَ أَنْ نَتْرَكَ مَا يَعْبُدُ آبَاؤُنَا وَأَنْ نَفْعَلَ فِي أَمْوَالِنَا

مَا ذَنْتُوا إِنَّكَ لَأَنْتَ الْحَلِيمُ الرَّشِيدُ

Artinya : Mereka berkata: "Hai Syu'aib, apakah sembahyangmu menyuruh kamu agar kami meninggalkan apa yang disembah oleh bapak-bapak kami atau melarang kami memperbuat apa yang kami kehendaki tentang harta kami. Sesungguhnya kamu adalah orang yang sangat penyantun lagi berakal. (DEPAG RI, 2005 : 184)

Berdasarkan firman Allah SWT di atas diharuskan kepada manusia sebagai pemilik sementara, untuk mendistribusikan bagian yang dimiliki kepada orang-orang yang berhak menerimanya, karena sebagian dari harta itu ada hak bagi orang lain. (Djakfar, 2007 : 162). Dengan kata lain, perusahaan dituntut untuk memberikan sebagian kecil

dari keuntungan perusahaan kepada masyarakat. Melalui penerapan program CSR perusahaan diharapkan mampu mensejahterakan masyarakat.

Dalam ayat di atas mengharuskan seorang pembisnis mampu menyeimbangkan antara dua kepentingan secara proporsional yaitu kepentingan diri (*corporate*) dan orang lain (*stakeholder*). Antara kepentingan ekonomi dan sosial, sekaligus tuntutan moral yang mengandung nilai kebajikan (*wisdom*) baik dihadapan manusia maupun Allah SWT.

Selain ayat di atas, Allah juga telah memperingatkan manusia agar menjaga kelestarian alam. Telah berfirman Allah SWT dalam surat Al-Rum ayat 41:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا

لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

Artinya : *Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusi, karena Allah hendak membuat mereka merasakan sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).* (DEPAG RI, 2005 :326)

Maksud ayat di atas adalah masalah lingkungan hidup yang sekarang semakin memprihatinkan. Masalah kerusakan lingkungan hidup secara langsung atau tidak langsung sebagian disebabkan oleh bisnis modern, khususnya oleh cara memproduksi dalam industri yang

berlandaskan ilmu dan teknologi maju. Selain itu, berkaitan dengan masalah polusi yang ditimbulkan oleh kegiatan proses produksi karena akibat asap, ampas, atau zat kimia yang dihasilkan oleh pabrik dibuang ke alam terbuka, yang semua kerusakan ini tidak terlepas dari kegiatan tangan –tangan manusia juga dan berakibat buruk terhadap kehidupan manusia.

Sumber daya alam merupakan nikmat Allah kepada Makhluk-Nya. Manusia wajib mensyukurinya. Diantara bentuk syukur itu adalah menjaganya dari kerusakan, kehancuran, polusi, dan lain-lain yang tergolong sebagai kerusakan di bumi. (Djakfar, 2007 : 151).

Maksud ayat di atas adalah kegiatan produksi baik berskala besar, menengah maupun kecil dituntut untuk tidak merusak alam yang telah memberinya penghidupan. Pemanfaatan baha-bahan yang berada di alam harus pada posisi yang benar agar nantinya tidak mejadi musibah.

Di dalam Al-Qur'an sering menyebutkan bahwasanya Allah tidak mencintai orang-orang yang membuat kerusakan sebagaimana firman-Nya dalam surat Al-Ma'idah ayat 64:

وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٦٤﴾

Artinya : Dan Allah tidak menyukai orang-orang yang membuat kerusakan. (DEPAG RI, 2005 :94)

Dalam firman-Nya yang lain juga dijelaskan dalam surat Al-Baqarah ayat 205:

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ

الْفَسَادَ

Artinya : *Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan.* (DEPAG RI, 2005 :25)

Jadi pada dasarnya lingkungan hidup adalah ruang kehidupan seluruh makhluk, baik itu manusia, hewan, tumbuhan dan lain-lainnya. Lingkungan hidup bukanlah hanya objek untuk dieksploitasi, tetapi di samping itu juga perlu dilestarikan dengan penuh tanggung jawab. Karena itu setiap kali mengeksploitasi sumber daya alam harus memperhitungkan dengan seksama manfaat apa yang akan dihasilkan bagi kebaikan bersama, terutama bagi manusia.

Oleh karena itu di sinilah arti penting perlu adanya kesadaran bahwa aktivitas bisnis yang mengelola alam perlu berpijak pada norma-norma etis, khususnya yang bersumber dari ajaran wahyu, yakni Al-Qur'an dan Hadist. Islam dengan tegas menyatakan bahwa mengelola alam dengan motif yang baik mempunyai nilai ibadah, karena itu, barang siapa yang merusak lingkungan akan mendapatkan sanksi tidak hanya di dunia, bahkan juga di akhirat.

2. Prinsip-prinsip etika bisnis dalam islam

Corporate Social Responsibility merupakan perwujudan dari etika bisnis. Persyaratan untuk meraih keberkahan atas nilai transeden seorang

pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa etika yang telah digariskan dalam Islam, antara lain:

a) Jujur dalam takaran.

Jujur dalam takaran sangat penting untuk diperhatikan. Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam. Tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. William C. Byham (Djakfar, 2007 : 24) menyatakan:

“business ethics build trust, and trust is basic of modern business. If we accept the view, argued for earlier, that there are not two moralities – one for individuals and for business – but a common moral framework for judging both individual and corporate activities, then we can gain some guidance for business behavior by looking at what philosophers have seen as the morally good life”.

Makna pernyataan Byham di atas bahwa etika bisnis membangun kepercayaan dan kepercayaan adalah dasar dari pada bisnis modern. Jika kita menerima pandangan tersebut bahwa tidak ada dua moralitas yaitu untuk individu dan untuk bisnis, melainkan suatu kerangka moral umum yang berlaku baik bagi aktivitas individual maupun kelompok. Sehingga kita bisa memperoleh petunjuk untuk pelaku bisnis dengan melihat sesuatu yang oleh para filosof dipandang sebagai kehidupan yang bahagia secara moral.

Bertolak dari pernyataan di atas, bagaimanapun kepercayaan adalah sangat mendasar dalam kegiatan bisnis. Dalam bisnis untuk

membangun kerangka kepercayaan itu seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain.

b) Menjual barang yang baik mutunya

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggungjawab moral dunia bisnis. Padahal tanggungjawab yang diharapkan adalah tanggungjawab yang berkesinambungan (*balance*) antara perolehan keuntungan dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat.

c) Dilarang menggunakan sumpah

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dikalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan *obral sumpah*. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas, dengan harapan agar orang terdorong untuk membeli. Dalam Islam perbuatan semacam ini tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan sebagaimana sabda Rosulullah saw:

Dari Abu Hurairah r.a, saya mendengar Rosulullah saw. Bersabda: “sumpah itu melariskan dagangan tetapi menghapuskan keberkahan (Djakfar, 2006 : 28).

d) Ramah dan bermurah hati

Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan

bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan bersikap ramah dan bermurah hati penjual akan mendapatkan berkah dan penjualannya akan diminati oleh pembeli.

e) Membangun hubungan baik antar kolega

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun, inklud antar sesama pelaku bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligoli maupun bentuk-bentuk yang lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan. Dalam kaitan dengan hubungan pribadi antar pelaku bisnis ini, Diana Rowland (Djakfar, 2006 : 29) mengemukakan cara berpikir menurut orang Jepang bahwa bisnis lebih merupakan suatu komitmen dari pada sekedar transaksi. Karenanya, hubungan pribadi dianggap sangat penting. Dalam mengembangkan ikatan perasaan dan kemanusiaan dan perlu diyakini secara timbale balik setelah hubungan bisnis selesai.

f) Menetapkan harga dengan transparan

Penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Proses Pencarian Subjek Penelitian

Proses pencarian subyek penelitian dimulai dari mencari informasi tentang perusahaan yang menerapkan kegiatan CSR. Informasi pertama penelitian ini diperoleh dari Bpk Tri Jayadi selaku HRD PT. Boma Bisma Indra Pasuruan pada akhir bulan Nopember 2009. Bpk Tri Jayadi memberikan informasi berkaitan dengan program CSR PT. Tirta Investama Keboncandi. Beliau juga memberikan masukan-masukan kepada peneliti berkaitan dengan CSR.

Setelah mendapatkan informasi dari Bpk Tri Jayadi, peneliti mencari informasi berkaitan dengan program CSR PT. Tirta Investama Keboncandi melalui media elektronik.

Peneliti kemudian mengajukan proposal penelitian kepada PT. Tirta Investama Keboncandi pada tanggal 08 Desember 2009. Pada saat itu proposal penelitian diterima oleh Satpam dengan alasan belum ada janji terlebih dahulu dengan pihak CSR. Setelah itu peneliti diberikan nomor telepon PT. Tirta Investama Keboncandi dan disarankan menghubungi kembali pada tanggal 11 Desember 2009.

Pada tanggal 11 Desember 2009 pukul 10.00 wib, peneliti menghubungi PT. Tirta Investama Keboncandi dan meminta disambungkan dengan Ibu Ida. Beliau mengatakan bahwa belum mempelajari isi proposal sehingga peneliti disarankan untuk menghubungi lagi pada pukul 15.00.

Pada pukul 15.00 peneliti menghubungi kembali, beliau mengatakan tidak bisa memberikan keputusan karena bukan wewenangnya setelah itu, beliau memberikan nomor telepon Pak Arif Fatullah selaku *Head OF Coord CSR*.

Pada pukul 15.30, peneliti menghubungi Pak Arif Fatullah, beliau mengatakan bahwa pada tanggal 12 Desember 2009 peneliti disuruh menemuinya di kantor.

Pada tanggal 12 Desember 2009, peneliti mendatangi PT. Tirta Investama Keboncandi guna untuk menemui Pak Arif Fatullah, di sana peneliti diminta untuk menjelaskan ulang isi proposal penelitian tersebut. Setelah menjelaskan kemudian peneliti resmi diterima untuk penelitian di PT. Tirta Investama Keboncandi.

Pada tanggal 16 Desember 2009, peneliti mendatangi PT. Tirta Investama Keboncandi guna untuk presentasi berkaitan dengan program kerja selama penelitian. Pak Arif Fatullah kemudian menjelaskan kepada peneliti berkaitan dengan macam-macam program CSR yang telah dilakukan serta lokasi pelaksanaan program. Lokasi pelaksanaan program terdiri dari tiga wilayah yaitu desa Tenggilis, desa Keboncandi, dan dusun Kalongan desa Mendalan.

Peneliti disarankan untuk meneliti atau mengevaluasi keberhasilan program Kampong Sehat Danone yang berada di dusun Kalongan, dengan alasan program tersebut masih berjalan sampai saat ini tetapi belum mencapai tahap evaluasi, selain itu *Head Of Coord CSR* menginginkan

evaluasi program dilakukan oleh pihak selain perusahaan supaya hasilnya lebih objektif.

B. Jenis dan Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Terdapat beberapa definisi tentang penelitian kualitatif, antara lain:

Kirk dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental tergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. (Moleong, 2008: 4)

David Williams menulis bahwa penelitian kualitatif adalah menggunakan metode ilmiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah. (Moleong, 2008: 5)

Jane Richie, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan persepsinya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi dan persoalan tentang manusia yang diteliti. (Moleong, 2008: 6)

Dari beberapa definisi tersebut, dapat diketahui bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian deskriptif yang membuat gambaran atau lukisan secara sistematis. Penggunaan metode deskriptif ini diharapkan dapat melukiskan variabel penelitian secara sistematis, aktual dan cermat. Penelitian deskriptif adalah suatu metode yang digunakan dalam meneliti

suatu kasus kelompok manusia, subjek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Desain penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. (Mulyana, 2001: 201)

Sebagai suatu metode kualitatif, studi kasus mempunyai beberapa keuntungan. Lincoln dan Guba (Mulyana, 2001: 201) mengemukakan bahwa keistimewaan studi kasus meliputi hal-hal berikut:

- a. Studi kasus merupakan sarana utama bagi penelitian emik, yakni menyajikan pandangan subyek yang diteliti.
- b. Studi kasus menyajikan uraian menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca dalam kehidupan sehari-hari.
- c. sStudi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dan responden.
- d. Studi kasus memungkinkan pembaca untuk menemukan konsistensi internal yang tidak hanya merupakan konsistensi gaya dan konsistensi faktual tetapi juga kepercayaan.
- e. Studi kasus memberikan ‘uraian tebal’ yang diperlukan bagi penilaian atas transferabilitas.
- f. Studi kasus terbuka bagi penilaian atas konteks yang turut berperan bagi pemaknaan atas fenomena dalam konteks tersebut.

Adapun studi kasus dalam penelitian ini adalah tentang apa saja kegiatan CSR Kampoeng Sehat Danone yang dilaksanakan oleh PT. Tirta

Investama Keboncandi untuk warga dusun Kalongan. Hal ini berkaitan dengan latar belakang dilaksanakannya program, waktu pelaksanaan program, lokasi pelaksanaan program, proses evaluasi program. Selain itu studi kasus dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana implementasi kegiatan program Kampong Sehat Danone serta pengaruh program Kampong Sehat Danone terhadap perubahan perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) warga dusun Kalongan

C. Batasan Istilah

Agar penelitian ini berjalan searah dengan tema dan tujuan yang telah ditetapkan, maka dibutuhkan adanya batasan istilah. Adapun batasan istilah tersebut adalah:

1. Rangkaian kegiatan dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampong Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi untuk warga dusun Kalongan
2. Indikator perubahan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat

D. Instrumen Penelitian

Penelitian kualitatif menggunakan peneliti sebagai instrumen utama penelitian. Dalam hal ini peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan atau sasaran dari penelitian. Sebagai instrumen penelitian, peneliti bertindak sebagai *observer* (pengamat) atas fenomena yang terjadi, *interviewer* (pewawancara) terhadap informasi di lapangan yang dilakukan secara

terperinci untuk mendapatkan data yang komprehensif atas fenomena yang diteliti.

Pada penelitian ini, kehadiran peneliti diketahui oleh para warga yang sedang melakukan kegiatan kerja bakti memperbaiki jembatan. Untuk menambah keabsahan data yang diteliti, peneliti akan menggunakan alat bantu dalam pengumpulan data lapangan, seperti alat tulis, kamera, dan lain-lain.

Pada penelitian ini instrumen penelitian yang dilakukan adalah observasi wawancara, catatan lapangan, dan penggunaan dokumen.

1. Observasi, yaitu penelitian terjun langsung pada obyek penelitian agar diperoleh data yang dapat dipertanggung jawabkan. Menurut Kerlinger observasi adalah penerimaan data yang dilakukan dengan cara merekam kejadian, menghitungnya, dan mencatatnya. (Arikunto, 2006: 229).

Menurut para ahli pemahaman observasi sebagai berikut:

- a. Alwasilah C. (Satori, 2009: 104) menyatakan bahwa, observasi adalah penelitian atau pengamatan sistematis dan terencana yang diniati untuk perolehan data yang dikontrol validitas dan reliabilitasnya.
- b. Nasution (Satori, 2009: 105) mengungkapkan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

Menurut M. Q. Patton (Satori, 2009: 110-111) manfaat observasi adalah:

- a. Dengan berada di lapangan peneliti lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi, jadi ia dapat memperoleh pandangan yang holistik atau menyeluruh.
- b. Pengalaman langsung memungkinkan peneliti menggunakan pendekatan induktif, jadi tidak dipengaruhi oleh konsep-konsep atau pandangan sebelumnya. Pendekatan induktif membuka kemungkinan melakukan penemuan.
- c. Peneliti dapat melihat hal-hal yang kurang atau tidak diamati orang lain, khususnya orang yang berada dalam lingkungan itu, karena telah dianggap biasa dan karena itu tidak akan terungkap dalam wawancara.
- d. Peneliti dapat menemukan hal-hal yang sedianya tidak akan terungkap oleh responden dalam wawancara karena bersifat sensitive atau ingin ditutupi karena dapat merugikan nama lembaga.
- e. Peneliti dapat menemukan hal-hal di luar persepsi responden, sehingga peneliti memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.
- f. Dalam lapangan tidak hanya dapat mengadakan pengamatan akan tetapi juga memperoleh kesan-kesan pribadi.

Data yang digali dengan menggunakan metode ini adalah:

- a. Lokasi subyek penelitian
- b. Perilaku warga sehari-hari setelah memperoleh program
- c. Kondisi sosial masyarakat

2. Wawancara, yaitu percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu *pewawancara* (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan *terwawancara* (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moleong, 2008: 186)

Menurut Patton (Moleong, 2008: 187) ada tiga macam wawancara antara lain:

- a. Wawancara informal

Pada jenis wawancara ini pertanyaan yang diajukan sangat bergantung pada pewawancara itu sendiri, jadi bergantung pada spontanitasnya dalam mengajukan pertanyaan kepada terwawancara. Hubungan pewawancara dengan terwawancara adalah dalam suasana biasa, wajar, sedangkan pertanyaan dan jawabannya berjalan seperti pembicaraan biasa dalam kehidupan sehari-hari.

- 2) Pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara

Jenis wawancara ini mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan tidak perlu ditanyakan secara berurutan. Petunjuk wawancara hanyalah berisi petunjuk secara garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok-pokok yang direncanakan dapat seluruhnya tercakup.

- 3) Wawancara baku terbuka

Jenis wawancara ini adalah wawancara yang menggunakan seperangkat pertanyaan baku. Urutan pertanyaannya, kata-katanya,

dan cara penyajiannya juga sama untuk setiap responden. Wawancara ini dipandang perlu untuk mengurangi variasi yang bisa terjadi antara seorang terwawancara dengan yang lainnya.

Dalam hal ini peneliti mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala, peristiwa ataupun perilaku dari obyek yang diteliti.

Data yang digali dengan menggunakan metode ini adalah:

- a. Program-program yang diberikan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi kepada warga dusun Kalongan.
- b. Program-program yang telah dilaksanakan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi pada semua sasaran program.
- c. Kondisi awal dusun Kalongan
- d. Kondisi dusun setelah ada program dari PT. Tirta Investama Keboncandi.
- e. Perilaku warga sebelum ada program
- f. Perilaku warga setelah ada program
- g. Respon masyarakat terhadap adanya program.

E. Subyek Penelitian

Subyek pada penelitian ini adalah *Head of Coord* CSR PT. Tirta Investama Keboncandi yaitu Bpk. Arif Fatullah yang merupakan penanggungjawab dari program “Kampoeng Sehat“. Sekretaris desa Mendalan, kepala dusun Kalongan, serta warga dusun Kalongan desa Mendalan yang merupakan penerima program “Kampoeng Sehat“.

F. Lokasi Penelitian

Setelah melalui proses yang dipaparkan pada sub bab subyek penelitian, maka dapat disebutkan lokasi penelitian yaitu:

1. PT. Tirta Investama Keboncandi.
2. Dusun kalongan yang merupakan sasaran program CSR Kampong Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi.

G. Prosedur Pengumpulan Data

Adapun posisi peneliti pada kegiatan lapangan adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hadir bersama dengan *Head Of Coord* CSR PT. Tirta Investama Keboncandi Bpk Arif Fatullah serta sekretaris desa Kalongan Bpk Ubet guna untuk memperkenalkan peneliti sekaligus meminta ijin penelitian di Dusun Kalongan. Keberadaan peneliti tidak mengganggu dan menghambat proses kerja bakti yang dilakukan oleh warga.
2. Peneliti ikut serta dalam proses observasi lingkungan yang dilakukan pada tanggal 12 Desember 2009. Observasi dilakukan untuk mengetahui lokasi penempatan fasilitas kesehatan dan kebersihan yang diberikan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi kepada Dusun Kalongan.
3. Pada tanggal 16 Desember 2009 pukul 08.00 wib, peneliti datang ke PT. Tirta Investama Keboncandi untuk menemui *Head Of Coord* CSR Bpk Arif Fatullah dengan maksud untuk mengetahui data- data program

CSR, tetapi beliau sedang tidak masuk kantor. Akhirnya peneliti ditemui oleh asisten *Head Of Coord CSR* mas Marta dan beliau memberikan serta menjelaskan dengan sangat rinci tentang program CSR.

4. Pada tanggal 16 Desember 2009 pukul 10.00 wib, peneliti hadir di Dusun Kalongan bersama dengan Asisten *Head Of Coord CSR* menemui kepala desa guna untuk menyampaikan bahwasanya peneliti akan memulai penelitiannya tetapi tidak bertemu dengan Sekertaris Desa.
5. Pada tanggal 21-23 peneliti berada di kantor PT. Tirta Investama Keboncandi untuk mengetahui lebih lanjut tentang program CSR, sekaligus presentasi berkaitan dengan program kerja selama penelitian.
6. Pada tanggal 28 Desember 2009, peneliti berada di kantor PT. Tirta Investama Keboncandi untuk mengikuti *meeting* evaluasi program CSR PT. Tirta Investama. Setelah meeting selesai, peneliti bersama dengan *Head Of Coord CSR* dan asistennya menuju ke Dusun Kalongan guna untuk melihat hasil kerja warga berkaitan dengan konservasi dusun dengan tanaman produktif.
7. Pada tanggal 29 Desember 2009, peneliti dengan didampingi oleh Sekertaris Desa dan Kepala Dusun memulai wawancara dengan warga dusun Kalongan. Respon warga pada saat peneliti hadir untuk mewawancarai sangat baik, semua warga menjawab dengan seksama setiap pertanyaan yang diajukan.

8. Tanggal 03 Januari 2010 peneliti kembali melakukan survey kepada 93 Kepala Keluarga guna untuk mengetahui tingkat prosentase warga yang telah merubah perilakunya dari yang sebelumnya melakukan aktivitas mandi, mencuci dan buang air di sungai beralih menggunakan MCK umum yang telah disediakan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi sehingga dapat diketahui keberhasilan program tersebut.
9. Data-data yang diperoleh dari jawaban warga kemudian didiskusikan dengan *Head Of Coord CSR*.

H. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan.

Analisa data menurut Bogdan & Biklen (Moleong, 2008: 248) adalah upayah yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain.

Menurut Seiddel (Moleong, 2008: 248), analisis data adalah merupakan proses yang jalannya seperti dibawah ini:

1. Mencatat dan meghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri,
2. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesiskan, membuat ikhtisar, dan membuat indeksnya.

3. Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah

I. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data adalah suatu cara yang digunakan untuk menilai kebenaran data dalam penelitian, agar penelitian yang telah dilakukan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut, yaitu salah satunya dengan cara triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. (Moleong, 2008: 320)

Denzin (Moleong, 2008: 320) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

Triangulasi dengan sumber berate membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2008: 320). Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

1. membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu

4. membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah dan tinggi, orang beradab, orang pemerintahan
5. membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dalam hal ini jangan sampai banyak mengharapkan bahwa hasil perbandingan tersebut merupakan kesamaan pandangan, pendapat, atau pemikiran. Yang penting di sini ialah bisa mengetahui adanya alasan-alasan terjadinya perbedaan-perbedaan tersebut (Moleong 2008: 331).

Pada triangulasi dengan metode, menurut Patton (Moleong, 2008: 331), terdapat dua strategi, yaitu:

1. pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data.
2. pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Teknik triangulasi jenis ketiga ini ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data.

Triangulasi dengan teori, menurut Patton (Moleong, 2008: 331), hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding.

Jadi triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan

dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa dengan triangulasi, peneliti dapat *me-recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan:

1. mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
2. mengecek dengan berbagai sumber data.
3. memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Sejarah lokasi penelitian

1. PT. Tira Investama Keboncandi

Pada 1973 PT AQUA Golden Mississippi didirikan sebagai pioner perusahaan air minum mineral pertama di Indonesia. Pabrik pertama didirikan di Bekasi. 1974 Produksi pertama AQUA diluncurkan dalam bentuk kemasan botol kaca ukuran 950ml dari pabrik di Bekasi. Harga per botol adalah Rp.75,-. 1984 Pabrik AQUA kedua didirikan di Pandaan di Jawa Timur, sebagai upaya agar lebih mendekatkan diri pada konsumen yang berada di wilayah tersebut.

Kemudian tahun 1985 pengembangan produk AQUA dalam bentuk kemasan PET 220 ml. Pengembangan ini membuat produk AQUA menjadi lebih berkualitas dan lebih aman dikonsumsi. 1993 Menyelenggarakan program AQUA Peduli (AQUA Cares), sebagai langkah daur ulang botol plastik AQUA menjadi materi plastik yang dapat digunakan kembali.

Pada 1995 AQUA menjadi pabrik air mineral pertama yang menerapkan sistem produksi in line di pabrik Mekarsari. Pemrosesan air dan pembuatan kemasan AQUA dilakukan bersamaan. Hasil sistem in line ini adalah botol AQUA yang baru dibuat dapat segera diisi air bersih di ujung proses produksi., sehingga proses produksi menjadi lebih higienis. 1998 Penyatuan AQUA dan grup DANONE pada tanggal 4

September 1998. Langkah ini berdampak pada peningkatan kualitas produk dan menempatkan AQUA sebagai produsen air mineral dalam kemasan (AMDK) yang terbesar di Indonesia.

Bertepatan dengan pergantian milenium, AQUA meluncurkan produk berlabel Danone-AQUA pada tahun 2000. Kemudian 2001 DANONE meningkatkan kepemilikan saham di PT Tirta Investama dari 40 % menjadi 74 %, sehingga DANONE kemudian menjadi pemegang saham mayoritas AQUA Group. AQUA menghadirkan kemasan botol kaca baru 380 ml pada 1 November 2001. 2002 Banjir besar yang melanda Jakarta pada awal tahun menggerakkan perusahaan untuk membantu masyarakat dan juga para karyawan AQUA sendiri yang terkena musibah tersebut. AQUA menang telak di ajang Indonesian Best Brand Award. Mulai diberlakukannya Kesepakatan Kerja Bersama (KKB 2002 – 2004) pada 1 Juni 2002.

Perluasan kegiatan produksi AQUA Group ditindaklanjuti melalui peresmian sebuah pabrik baru di Klaten pada awal tahun. Upaya mengintegrasikan proses kerja perusahaan melalui penerapan SAP (System Application and Products for Data Processing) dan HRIS (Human Resources Information System) pada tahun 2003. Tahun 2004 Peluncuran logo baru AQUA. AQUA menghadirkan kemurnian alam baik dari sisi isi maupun penampilan luarnya. AQUA meluncurkan varian baru AQUA Splash of Fruit, jenis air dalam kemasan yang diberi esens rasa buah strawberry dan orange-mango. Peluncuran produk ini memperkuat posisi AQUA sebagai produsen minuman.

DANONE membantu korban tsunami di Aceh tahun 2005. Pada tanggal 27 September, AQUA memproduksi MIZONE, minuman bernutrisi yang merupakan produk dari DANONE. MIZONE hadir dengan dua rasa, orange lime dan passion fruit.

2. Dusun Kalongan

Dusun Kalongan terletak di kota Pasuruan, dengan jumlah warganya 404. Terdiri dari tiga RT, dusun Kalongan termasuk bagian dari desa Mendalah kecamatan Winongan. Fasilitas yang ada di dusun Kalongan antara lain balai desa, balai dusun dan masjid. Tingkat pendidikan sebagian besar adalah Sekolah Dasar (SD) dengan mata pencaharian adalah petani. Warga dusun Kalongan lebih mengutamakan pendidikan agama (Diniyyah) dibandingkan dengan pendidikan formal.

Kondisi masyarakat dusun Kalongan dapat dikatakan tradisional dari segi sosial. Contohnya anak wanita harus sudah menikah apabila telah lulus Sekolah Dasar atau Diniyyah. Selain itu masyarakat dusun Kalongan sebagian besar tidak mempunyai fasilitas MCK, warga dusun Kalongan melakukan aktivitas MCK di sungai kecil yang terdapat di tengah-tengah dusun.

B. Kancan penelitian

Awal pemikiran diadakannya program *Corporate Social Responsibility* oleh PT. Tirta Investama Keboncandi adalah pembangunan merupakan tanggung jawab bersama seluruh lapisan masyarakat, bukan hanya tanggung jawab pemerintah semata. Pembangunan ekonomi bukan hanya terbatas pada bagaimana masyarakat mendapatkan penghasilan dan

memenuhi kebutuhan hidupnya, akan tetapi lebih kepada pembentukan suatu sistem yang stabil dimana masyarakat secara mandiri mampu membentuk unit-unit usaha untuk kepentingan dirinya dan masyarakat disekitarnya.

Diharapkan dengan sistem ini masyarakat lebih aktif membangun dirinya daripada harus terus menggantungkan hidupnya pada pemerintah dan lembaga bisnis dalam bentuk lowongan pekerjaan.

Permasalahan mendasar yang menjadikan masyarakat kurang mandiri adalah kurangnya bimbingan, program stimulan, budaya buruh dan bantuan permodalan. Program stimulan perlu dilakukan untuk membuka wawasan masyarakat tentang wawasan wirausaha, peluang bisnis, pengembangan diri serta menumbuhkan jiwa wirausaha. Program ini diperlukan untuk menghilangkan budaya buruh dimasyarakat, sehingga tidak selalu tergantung pada orang lain.

Permasalahan tidak akan selesai dengan hanya menumbuhkan jiwa untuk berwirausaha secara mandiri akan tetapi perlu pendampingan dan penambahan ilmu secara terus menerus, untuk menjalankan peran ini diperlukan lembaga yang mampu mengarahkan dan mendorong agar selalu tahan menghadapi segala permasalahan yang dihadapi.

Kabupaten Pasuruan memiliki potensi lokal yang sangat beragam untuk dijadikan modal pembangunan, sektor agribisnis merupakan potensi lokal paling besar yang bisa dikembangkan. Beberapa kendala yang dihadapi untuk pengembangan sektor ini adalah :

1. Kualitas Sumber daya manusia yang kurang berkembang terutama pasuruan bagian timur
2. Kurangnya inovasi yang terintegrasi untuk mengembangkan potensi yang ada menjadi produk yang bernilai jual tinggi.
3. Kurangnya ekspose potensi daerah baik ditingkat lokal maupun ditingkat nasional
4. Kurangnya kerjasama antar bidang untuk membangun bersama sehingga arah pembangunan terkesan sendiri-sendiri.

Pembangunan ekonomi lokal (*Local Economic Development*) sangat tepat digunakan untuk menyelesaikan persoalan ini, pembangunan dengan berbasis potensi lokal lebih mengutamakan peran serta masyarakat dengan berbagai kemampuan dan potensi yang dimiliki.

Faktor kritisnya adalah bagaimana mengorganisasi semua komponen dan kekuatan sehingga berjalan sepaham, terarah dan terencana. Komponen-komponen yang sangat menentukan dalam berhasilnya LED adalah adanya potensi unggulan, peran serta sumberdaya manusia yang tangguh, pemerintah yang memiliki komitmen terhadap pembangunan, sektor perbankan yang sehat serta sektor pendidikan yang berkualitas.

Sektor pendidikan memiliki peran untuk mencetak sumber daya manusia yang memiliki keahlian dan inovasi untuk merubah sumber daya alam menjadi lebih bernilai guna sehingga memiliki nilai jual yang tinggi dengan demikian akan menjadi income untuk masyarakat setempat.

Peran yang lain adalah menggerakkan potensi yang ada untuk dikelola sehingga memunculkan investor pembangunan serta masuknya

teknologi yang akan berimbas pada perputaran uang yang lebih banyak di wilayah tersebut.

Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab PT. Tirta investama turut serta dalam proses pembangunan ekonomi lokal di kabupaten pasuruan. Fokus yang dilakukan adalah untuk memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan sosial masyarakat dan peningkatan kualitas lingkungan hidup. Tanggung jawab tersebut diwujudkan dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Key Person dalam penelitian ini adalah Bpk. Arif Fatullah selaku *Head OF Coord CSR*. PT. Tirta Investama Keboncandi. Setelah melakukan studi pendahuluan tentang program CSR, maka peneliti mulai berusaha mencari subyek penelitian dengan jalan mencari informasi tentang perusahaan yang melakukan kegiatan CSR.

Pada penelitian ini, program yang akan diteliti yaitu program “ kampoeng Sehat Danone” yang dilaksanakan di dusun Kalongan. Secara umum peneliti memaparkan semua program yang telah dilaksanakan oleh PT. Tirta Investama keboncandi tahun 2009 dengan tujuan agar pembaca mengetahui apa saja program –program yang dilaksanakan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi. Sedangkan secara khusus peneliti akan memaparkan secara rinci tentang program Kampoeng Sehat Danone.

C. Paparan Data

1. Apa saja kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama keboncandi untuk warga dusun Kalongan

Secara umum akan dipaparkan semua program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi pada tahun 2009, antara lain:

- a) Pengembangan sistem pertanian terpadu
- b) Kampoeng sehat danone
- c) Aqua Supporting School
- d) Aqua preneurship school
- e) Aqua Bersama Warga
- f) Aqua Volunteer Club

Secara khusus akan dipaparkan secara rinci program Kampoeng Sehat Danone sebagai berikut:

- a. Latar Belakang

Program ini dilatar belakangi oleh rendahnya fasilitas kesehatan masyarakat, serta perilaku yang kurang sehat, hal ini terlihat dari kebiasaan masyarakat yang menggunakan selokan sebagai kegiatan MCK, konsumsi air dari sumber yang kurang sehat, serta minimnya jumlah warga yang memiliki fasilitas MCK.

Data Penduduk

Kondisi	Data
Jumlah penduduk desa Kalongan	404
Jumlah rumah dusun Kalongan	88
Jumlah rumah yang memiliki fasilitas MCK	8
Jumlah warga yang memanfaatkan sungai untuk MCK	323
Jumlah sumur yang ada di dusun Kalongan	12

b. Tujuan

Tujuan dari program ini adalah membuat kampoeng / dusun kalongan sebagai kampoeng percontohan yang sehat, dinamis serta mandiri.

c. Sasaran

Sasaran kegiatan ini adalah warga dusun kalongan desa Mendalan kecamatan Winongan.

d. Kegiatan

Kegiatan program ini meliputi :

- 1) Pengadaan sumber air bersih
- 2) PIPANISASI air bersih ke rumah penduduk
- 3) Pembuatan MCK
- 4) Konservasi dusun dengan tanaman produktif
- 5) Pembuatan bank sampah
- 6) Komposting
- 7) Penyuluhan kesehatan
- 8) Pembentukan kelembagaan kampoeng

2. Bagaimana implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama keboncandi untuk warga dusun Kalongan

Secara umum sebelum dilakukan penyusunan program CSR, terlebih dahulu dilakukan pemetaan sosial (*mapping social*) kepada sasaran program. Setelah pemetaan di buat maka perusahaan menemui kepala desa guna untuk menawarkan program yang telah disusun berdasarkan kebutuhan dari sasaran program CSR. Setelah itu dilakukan perundingan atau rapat yang dihadiri oleh perwakilan desa atau dusun serta beberapa warga desa atau dusun. Dalam rapat tersebut perusahaan menguraikan isi program, tujuan program, sasaran program, kegiatan yang akan dilakukan oleh warga dengan bantuan perusahaan berkaitan dengan tema program, serta dampak program tersebut bagi masyarakat.

Dari perundingan atau rapat tersebut, perusahaan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengajukan usul atau ide yang bersifat membangun demi kelancaran pelaksanaan program tersebut. Kemudian masyarakat dan perusahaan saling menyepakati dan berkomitmen untuk melaksanakan program dengan maksimal. Setelah mencapai kesepakatan, maka perusahaan menyediakan semua fasilitas yang berkaitan dengan isi kegiatan yang akan dilakukan. Dalam proses evaluasi program, selain melibatkan pihak perusahaan juga melibatkan perwakilan dari masyarakat atau instansi terkait serta pihak lain yang berminat mengevaluasi keberhasilan program CSR tersebut. Hal ini

dimaksudkan supaya data yang diperoleh benar-benar obyektif atau sesuai dengan kenyataan.

Secara khusus implementasi kegiatan program Kampong Sehat Danone sebagai berikut:

a. Pengadaan sumber air bersih

Pengadaan sumber air bersih dilakukan dengan melakukan perbaikan pada sumber air yang sudah ada, harapannya adalah bisa mensuplai kebutuhan konsumsi dan MCK seluruh warga dusun kalongan. Pelaksanaan pengeboran dilakukan oleh tukang pengeboran air dengan dibantu oleh warga dusun Kalongan. Biaya pelaksanaan serta keperluan lainnya disediakan semua oleh PT. Tirta Investama Keboncandi.

b. PIPANISASI air bersih ke rumah penduduk

Tujuannya kegiatan ini adalah menyediakan akses air bersih dari sumber ke rumah warga. Kegiatan dilakukan gotong royong antara warga, karyawan dan aparat desa. Pada kegiatan ini biaya pipa ditanggung oleh PT. Tirta Investama Keboncandi sedangkan untuk iuran pembayaran air sebesar Rp. 3000 per bulan dalam satu rumah ditanggung dan dikelola sendiri oleh warga. Dibentuk pula panitia yang bertugas menarik iuran air ke rumah warga.

c. Pembuatan MCK

Fasilitas MCK yang dibangun sebanyak 3 unit, dimasing-masing RT dibangun 1 unit MCK permanen dengan septik tank dan fasilitas air bersih.

Tujuan dibangunnya MCK ini adalah supaya masyarakat tidak menggunakan sungai sebagai tempat untuk kegiatan kebersihan. Pembangunan MCK dilaksanakan oleh tukang dengan dibantu oleh warga. Biaya serta keperluan lainnya disediakan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi. Pemesanan bahan material dilaksanakan oleh pihak perusahaan, sehingga apabila terjadi kekurangan bahan material warga yang ditunjuk sebagai pengawas pembangunan (sekretaris desa & kepala dusun) melapor kepada pihak perusahaan (*Head of Coord CSR* atau sekretarisnya). Sedangkan apabila perusahaan tidak sempat memesan maka pengawas pembangunan memesan sendiri bahan material yang kurang kepada toko yang telah ditentukan oleh perusahaan dengan dilengkapi nota sebagai tanda bukti pembelian. Pada setiap RT dibentuk jadwal piket untuk membersihkan fasilitas MCK secara bergiliran agar kebersihannya tetap terjaga.

d. Konservasi dusun dengan tanaman produktif

Tujuannya adalah untuk menambah tegakan tanaman sehingga lebih sehat dan banyak menghasilkan oksigen, selain itu tanaman yang ditanam bisa memberikan nilai tambah untuk perekonomian warga. Tanaman yang dipilih adalah anggur “*red princes* “, sereh, mangga, rosella dan bunga. Pembelian tanaman dilakukan oleh sekretaris desa Kalongan dengan biaya dari PT. Tirta Investama Keboncandi, untuk pemilihan lokasi pembelian tanaman tidak ditentukan oleh perusahaan yang terpenting adalah

jumlahnya memenuhi target serta kualitasnya baik. Untuk anggur dibeli dari kota Probolingga Jawa Timur, rosella dari Prigen Jawa Timur, sereh dan mangga dari Pasuruan, sedangkan untuk dibeli di kota Malang Jawa Timur. Penanamannya dilakukan oleh warga sendiri dengan dibantu oleh karyawan PT. Tirta Investama Keboncandi yang tergabung dalam Aqua Voluntery Club. Lokasi penanaman ditentukan oleh perusahaan agar ada keseragaman yaitu di depan rumah warga membentuk seperti pagar rumah.

e. Pembuatan bank sampah

Bank sampah adalah suatu tempat untuk menyimpan, menukar, atau menabung sampah organik, plastik dan sampah logam untuk kemudian dijual kembali atau diolah menjadi pupuk organik sehingga memberikan penghasilan kepada warga dari aktivitas membuang sampah. Dengan bank sampah ini diharapkan warga bisa tergerak untuk mengelola sampah dengan baik sehingga tidak mengotori lingkungan. Bank sampah diletakkan di depan halaman rumah warga.

f. Komposting

Dalam proses komposting, warga dibekali dengan informasi bagaimana cara melakukannya serta bahan apa saja yang digunakan untuk proses komposting. Pihak perusahaan memperagakan bagaimana cara komposting kemudian diikuti oleh warga. Setelah dirasa warga telah mampu melakukannya sendiri maka praktek disudahi. Tempat komposting disediakan oleh PT. Tirta Investama

dan diletakkan di pinggir sawah sehinggalah agak jauh dari rumah warga. Pembangunan tempat komposting dilakukan oleh warga, perusahaan hanya menentukan lokasi dan menyediakan bahan yang diperlukan.

g. Penyuluhan kesehatan

Penyuluhan kesehatan dilakukan untuk mendorong warga agar bisa berperilaku hidup sehat, penyuluhan dilakukan dengan bekerjasama antara aparat desa, bidan desa, karyawan Aqua serta mahasiswa KKN. Selain penyuluhan juga diberikan buku panduan berperilaku hidup sehat. Tema penyuluhan disesuaikan dengan fenomena yang tengah terjadi seperti, demam berdarah, penanganan awal terhadap anak sakit, Perilaku Hidup Bersih dan Sehat, Gizi bayi dan balita, dan lain-lain.

h. Pembentukan kelembagaan kampoeng

Maksudnya adalah pembentukan panitia setelah adanya program Kampoeng Sehat Danone seperti, organisasi PKK dan kader untuk ibu-ibu, panitia pelapor apabila adanya kerusakan fasilitas kebersihan dan kesehatan yang telah disediakan, panitia penarik uang air, panitia piket membersihkan MCK, serta panitia pengambilan sampah di rumah- rumah warga. Dalam kegiatan ini, perusahaan hanya mengutarakan keinginan untuk dibentuknya kelembagaan terkait dengan kegiatan program agar program dapat terus dilaksanakan dengan baik, tetapi untuk memilih siapa dan

berapa warga yang terlibat ditentukan sendiri oleh warga melalui rapat warga.

3. Apa peran PT. Tirta Investama keboncandi terhadap perubahan perilaku hidup bersih dan sehat warga dusun Kelongan melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) Kampoeng Sehat Danone.

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kegiatan program Kampoeng Sehat Danone maka peneliti memaparkan kondisi pra adanya program dengan kondisi pasca adanya program sebagai bahan pembanding. Ada beberapa hal yang akan dibandingkan yaitu:

- a. Kondisi dusun pra adanya program dengan kondisi dusun pasca adanya program.

Gambaran dusun pra adanya program Kampoeng Sehat Danone dan pasca adanya program Kampoeng Sehat Danone diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada 30 orang warga dusun Kalongan.

Gambaran kondisi dusun Kalongan pra adanya program Kampoeng Sehat Danone diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan sekretaris desa, kepala dusun dan warga dusun Kalongan serta dokumentasi dari PT. Tirta Investama Keboncandi. Dari hasil wawancara menggambarkan bahwa kondisi dusun Kalongan sebelum adanya program dapat dikatakan sangat kotor. Warga mengatakan bahwa masyarakat dusun Kalongan sangat tradisional, hal itu dilihat dari kebiasaan warga yang menggunakan fasilitas sungai untuk aktivitas mandi, mencuci, dan buang air besar.

Kebanyakan warga dusun Kalongan belum mempunyai fasilitas MCK. Selain itu kurang tersedianya air bersih untuk memasak (termasuk minum) dan mencuci prabotan rumah tangga (piring, gelas mangkok, dll). Memang warga mengaku terdapat sumur, tetapi sumur tersebut dapat dikatakan tidak layak untuk diambil airnya. Sebab sumur tersebut merupakan sumur tua dan tidak dilengkapi dengan penutup atau atap di atasnya, sehingga pada saat hujan turun maka air hujan akan masuk ke dalam sumur tersebut. Lingkungan dusun juga sangat kotor karena di dusun Kalongan warga tidak mempunyai tempat sampah sehingga sampah dibuang dibekas tanah galian atau di sungai, apalagi pada musim hujan terjadi banjir. Hal itu dikarenakan sungai yang terdapat di dusun Kalongan kecil sehinggalah apabila hujan maka, sungai tidak dapat menampung kapasitas air yang terlalu banyak. Warga dusun kalongan juga termasuk kurang pengetahuan baik dalam segi kesehatan maupun kebersihan. Seperti nampak pada dokumentasi di bawah ini.



Kondisi awal dusun kalongan.

Gambar 1.1 Dokumentasi kondisi dusun Kalongan pra adanya program dari PT.

Tirta Investama Keboncandi

Gambaran kondisi dusun Kalongan pasca adanya program Kampong Sehat Danone diperoleh dari hasil observasi dan

wawancara. Kondisi dusun Kalongan untuk saat ini dapat dikatakan sangat bersih serta tersedia beberapa fasilitas kebersihan misalnya, adanya tempat sampah pada setiap jalan-jalan utama rumah warga, adanya gerobak sampah, adanya selokan air sehingga pada saat musim hujan jalan tidak terjadi banjir. Sarana lain yang juga disediakan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi yaitu adanya tanaman produktif yang ditanam disekitar rumah warga seperti, bunga Rosela, anggur merah, sayuran, dan tanaman hias lainnya. Hal itu dimaksudkan untuk jangka panjang yaitu meningkatkan pendapatan warga. Dengan adanya pengeboran air bersih sehingga warga dapat dengan mudah menyalur dan mendapatkan suplay air bersih tanpa membayar biaya yang mahal. Selain itu fasilitas kesehatan dan kebersihan yang disediakan yaitu pembangunan MCK umum, terdapat tiga lokasi MCK umum dan masing –masing terdiri dari dua kamar mandi, satu kamar mandi dengan dilengkapi jamban dan tempat untuk mencuci. Untuk fasilitas sungai yang sebelumnya digunakan warga untuk mandi, mencuci dan buang air besar, sekarang tidak difungsikan lagi. Semua warga khususnya yang belum mempunyai fasilitas MCK pribadi telah memanfaatkan fasilitas MCK umum yang telah disediakan.

Tidak hanya kondisi dusun secara fisik yang berubah tetapi, kondisi sosial masyarakatnya juga berubah. Sebelumnya warga hanya memperhatikan urusan rumah tangganya, tetapi saat ini

warga lebih peduli terhadap warga yang lainnya. Hal tersebut karena, saat ini dusun Kalongan telah dibentuk organisasi untuk para ibu yaitu PKK, adanya kader, serta adanya penyuluhan tentang perilaku hidup bersih dan sehat. Dari segi pengetahuan umum, warga mengaku bahwa saat ini lebih pintar dari sebelumnya. Pintar yang dimaksud adalah warga mengetahui tentang informasi kesehatan, mampu membuat ketrampilan (memasak aneka masakan dan menyulam). Masyarakat dusun Kalongan saat ini mengaku merasa senang karena dusun mereka lebih maju dari sebelumnya.



Gambar 1.2 Dokumentasi kondisi dusun Kalongan pasca adanya program dari PT.

Tirta Investama Keboncandi

- b. Kondisi perilaku warga pra adanya program dengan pasca adanya program berdasarkan kegiatan program Kampong Sehat Danone.

Kondisi perilaku warga dusun Kalongan pra dan pasca adanya kegiatan program Kampong Sehat Danone diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada 30 orang subjek.

Tabel 1.1 kondisi perilaku warga pra dan pasca adanya program kampong Sehat Danone

No.	Jenis Kegiatan program	Kondisi Perilaku pra kegiatan	Kondisi Perilaku pasca kegiatan

	Kampoeng Sehat Danone	program	program
1.	Pengadaan sumber air bersih	<p>Warga memperoleh air bersih dari sumur tua yang ada, tetapi apabila musim hujan maka air sumur kotor karena sumur tidak dilengkapi penutup atas. Sehingga warga sulit memperoleh air bersih.</p> <p>Air dari sumur hanya digunakan warga untuk memasak.</p>	<p>Warga dengan mudah memperoleh air bersih sehingga pada saat musim hujan tetap dapat memperoleh suplai air bersih untuk memasak, mandi, mencuci dan buang air besar.</p>
2.	Pipanisasi air bersih ke rumah penduduk	<p>Warga sebagian besar tidak mempunyai saluran air bersih di rumah, karena pada saat itu untuk menyalur air bersih harus menggunakan listrik dengan biaya yang cukup mahal.</p> <p>Bagi warga yang belum mempunyai fasilitas MCK pribadi maka mandi, mencuci dan buang air besar dilakukan di sungai.</p>	<p>Setiap warga menyalur air bersih bahkan yang sebelumnya telah menyalur air bersih dengan listrik berganti menyalur air dari sumber, sehingga biaya lebih murah.</p> <p>Baik warga yang mempunyai maupun tidak mempunyai fasilitas MCK pribadi melakukan aktivitas kebersihan dengan air bersih.</p>
3.	Pembuatan MCK	Hanya 9 rumah yang mempunyai fasilitas MCK pribadi, jadi selebihnya menggunakan fasilitas sungai untuk aktivitas kebersihan.	Warga yang belum mempunyai fasilitas MCK pribadi melakukan aktivitas kebersihan di MCK umum yang tersedia sehingga saat ini dan seterusnya sungai tidak lagi difungsikan untuk aktivitas

			kebersihan warga.
4.	Konservasi dusun dengan tanaman produktif	Warga dusun Kalongan rata –rata mempunyai tanaman di pekarangan depan rumahnya, tetapi bukan tanaman produktif.	Semua warga dusun Kalongan mempunyai tanaman produktif sehingga untuk jangka panjang dapat bernilai jual yang dapat membantu perekonomian warga dan menambah indah dusun.
5.	Pembuatan bank sampah	Warga tidak mempunyai tempat sampah pribadi sehingga setelah menyapu maka, sampah dibuang di tanah bekas galian atau di sungai yang dapat mencemari lingkungan.	Setelah menyapu maka warga dapat membuangnya di tempat sampah yang tersedia sehingga tidak mencemari lingkungan, karena setiap hari dilakukan pengambilan sampah untuk dibuang di TPA.
6.	Komposting	Warga yang mempunyai hewan ternak tidak pernah melakukan proses komposting terhadap kotoran ternak yang akibatnya warga yang lain sering terganggu dengan bau kotora hewan.	Warga yang mempunyai hewan ternak telah dibekali proses komposting agar kotoran tidak menimbulkan bau, sehingga kotoran hewan ternak tidak mencemari lingkungan.
7.	Penyuluhan kesehatan	Warga sangat jarang memperoleh penyuluhan tentang kebersihan dan kesehatan. Hanya kegiatan posyandu yang diadakan secara rutin. Dengan jarang diadakannya penyuluhan kesehatan dan	Setiap bulan dilakukan penyuluhan kebersihan dan kesehatan agar warga mengetahui, memahami dan mampu menerapkan pola hidup bersih dan sehat. Penyuluhan yang diberikan memberikan dampak yang cukup

		kebersihan maka warga kurang peduli dengan kebersihan dan kesehatan. Contohnya, warga memandikan anak balitanya di sungai, membiarkan anak balita bermain di tanah tanpa memakai baju, membiarkan anaknya membeli jajan yang tidak sehat asalkan anak tidak menangis, rumah bersebelahan dengan kandang binatang ternak, tidak mencuci tangan dan kaki setelah melakukan aktivitas, dll.	baik seperti, ibu tidak membiarkan anaknya jajan sembarangan, membiasakan mencuci tangan dan kaki setelah aktivitas, tidak memandikan anaknya di sungai, mengerti tentang gizi yang diperlukan tubuh.
8.	Pembentukan kelembagaan kampoeng	Kelembagaan kampung yang ada yaitu RT, RW, Kasun, Sekretaris Desa.	Kelembagaan yang sudah ada dilengkapi dengan adanya organisasi ibu-ibu PKK, Kader, dan pembentukan panitia terkait dengan kegiatan program.

- c. Kondisi perilaku warga pra adanya program dengan pasca adanya program berdasarkan indikator Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) dinas kesehatan.

Kondisi perilaku warga dusun Kalongan pra dan pasca adanya kegiatan program Kampoeng Sehat Danone berdasarkan indikator PHBS diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada 30 orang subjek. Di sini pertanyaan wawancara terdiri dari dua pokok pertanyaan yaitu kondisi pra adanya program dengan

kondisi pasca adanya program. Subjek wawancara juga berbeda usia, jadi ada perbandingan hasil wawancara.

Tabel 1.2 kondisi perilaku warga pra dan pasca adanya program kampoeng Sehat Danone berdasarkan indikator PHBS

No.	Indikator PHBS	Kondisi perilaku warga pra kegiatan program	Kondisi perilaku warga pasca kegiatan program	Keterangan
1.	Persalinan ditolong oleh tenaga kesehatan.	Dari 30 subjek penelitian, 5 orang subjek mengaku proses persalinan ditolong oleh tenaga kesehatan (bidan). Dan 10 orang mengaku ditolong oleh dukun.	Dari 30 subjek, 15 orang mengaku persalinan ditolong oleh tenaga kesehatan (bidan).	Meningkat 10 orang setelah adanya program.
2.	Pemberian ASI eksklusif.	Dari 30 subjek mengaku 10 orang memberikan ASI eksklusif, 5 orang yang tidak memberikan ASI eksklusif beralasan bahwa ASI tidak keluar dan tidak lancar serta bayi kurang puas kalau hanya minum ASI.	Dari 30 subjek, 15 orang mengaku memberikan ASI eksklusif kepada bayinya.	Meningkat 5 orang setelah adanya program.
3.	Menimbang bayi dan balita setiap bulan.	Dari 30 subjek mengaku 10 orang menimbang bayi dan balita setiap bulan dan 5 orang mengaku tidak pernah menimbang	Dari 30 subjek, 15 orang mengaku menimbang bayi dan balitanya setiap bulan.	Meningkat 5 orang setelah adanya program.

		anaknya dengan alasan tidak mengerti.		
4.	Menggunakan air bersih.	Dari 30 subjek mengaku menggunakan air bersih hanya untuk memasak.	Dari 30 subjek mengaku menggunakan air bersih untuk aktivitas MCK.	Meningkat 30 orang menggunakan air bersih untuk aktivitas MCK setelah program.
5.	Mencuci tangan dengan air bersih dan sabun.	Dari 30 subjek mengaku mencuci tangan hanya menggunakan air (tidak selalu air bersih).	Dari 30 subjek hanya 10 orang yang mengaku mencuci tangan dengan menggunakan air bersih dan sabun.	Meningkat meskipun tidak banyak yaitu 10 orang setelah program.
6.	Menggunakan jamban sehat.	Dari 30 subjek mengaku 6 orang yang menggunakan jamban sehat.	Dari 30 subjek mengaku menggunakan jamban sehat.	Meningkat 24 subjek menggunakan jamban sehat setelah adanya program.
7.	Memberantas jentik nyamuk di rumah.	Dari 30 subjek mengaku 10 orang memberantas jentik nyamuk di rumah.	Dari 30 subjek mengaku memberantas jentik nyamuk di rumah.	Meningkat 20 orang setelah adanya program.
8.	Makan buah dan sayur setiap hari.	Dari 30 subjek mengaku makan sayur setiap hari karena sayur mudah didapat dan harganya murah. Untuk konsumsi buah-buahan semua subjek mengaku jarang dengan alasan buah lebih	Dari 30 subjek mengaku makan sayur setiap hari karena sayur mudah didapat dan harganya murah. Untuk konsumsi buah-buahan semua subjek mengaku jarang dengan alasan buah lebih	Tidak ada peningkatan antara pra dengan pasca program.

		mahal.	mahal.	
9.	Melakukan aktivitas fisik setiap hari.	Dari 30 subjek mengaku melakukan aktivitas fisik setiap hari, aktivitas fisik yang dilakukan seperti mencangkul di sawah.	Dari 30 subjek mengaku melakukan aktivitas fisik setiap hari, aktivitas fisik yang dilakukan seperti mencangkul di sawah.	Tidak berubah antara pra dengan pasca program.
10.	Tidak merokok di dalam rumah.	Dari 30 subjek mengaku anggota keluarganya merokok setiap hari baik di dalam maupun di luar rumah.	Dari 30 subjek, 10 orang mengaku tidak merokok di dalam rumah dengan alasan anggota keluarganya tidak menyukai bau asap rokok.	Meningkat 10 orang setelah adanya program.

d. Kesesuaian antara kegiatan dalam program Kampong Sehat Danone dengan indikator Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS). Tujuannya adalah agar dapat diketahui apakah kegiatan dalam program Kampong Sehat Danone telah sesuai dengan Indikator Perilaku Hidup Bersih dan Sehat.

Kegiatan Program Kampong Sehat

Indikator PHBS

- | | | |
|--|---|--------------------------------------|
| 1) Pengadaan sumber air bersih | } | menggunakan air bersih |
| 2) PIPANISASI air bersih ke rumah penduduk | | |
| 3) Pembuatan bank sampah | } | memberantas jentik menyamuk di rumah |

- 4) Komposting
- 5) Pembuatan MCK → menggunakan jamban sehat
- 6) Penyuluhan kesehatan → persalinan,ASI eksklusif, menimbang, mencuci tangan, memberantas jentik nyamuk, makan buah & sayur, melakukan aktivitas fisik, tidak merokok di dalam rumah.
- 7) Konservasi dusun dengan tanaman produktif
- 8) Pembentukan kelembagaan kampoeng

D. Analisis Data

1. Apa saja kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama keboncandi untuk warga dusun Kalongan.

Kegiatan Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Kboncandi untuk warga dusun Kalongan tersirat tujuan perusahaan yaitu pemberdayaan ekonomi lokal yang bearti memampukan masyarakat sekitar agar dapat mandiri secara ekonomi atau setidaknya memberikan pemacu agar terjadi perkembangan ekonomi di daerah tersebut. Pemberdayaan masyarakat dapat digolongkan dalam penyediaan modal, fasilitas dan pengetahuan. Pemacu tersebut dapat

menjadi *multiplier effect* yang akan melipatgandakan dampak berupa nilai tambah bagi masyarakat. (Nindita, 2008: 7-8).

Program Kampoeng Sehat Danone merupakan kegiatan CSR jenis *Cause Promotions* dimana program ini perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah social atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu (Solihin, 2008: 131).

Adapun keuntungan yang akan diperoleh perusahaan adalah:

- 6) Pelaksanaan *cause promotions* oleh perusahaan akan memperkuat *positioning* merek perusahaan.
- 7) Pelaksanaan *cause promotions* dapat turut menciptakan jalan bagi ekspresi loyalitas konsumen terhadap suatu masalah sehingga bisa meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan penyelenggara promosi.
- 8) Memberikan peluang kepada para karyawan perusahaan untuk terlibat dalam suatu kegiatan sosial yang menjadi kepedulian mereka.
- 9) *Cause promotions* dapat menciptakan kerja sama antara perusahaan dengan pihak-pihak lain (misalnya media), sehingga memperbesar dampak pelaksanaan promosi.
- 10) Aktivitas *cause promotions* dapat meningkatkan citra perusahaan (*corporate image*), di mana citra perusahaan yang baik akan dapat memberikan berbagai pengaruh positif lainnya, misalnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan yang dapat

memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kinerja financial perusahaan (Solihin, 2008: 131).

Selain jenis di atas, program Kampong Sehat juga termasuk jenis *socially Responsible Business Practice (Community Development)*. Dalam program ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan social dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup (Solihin, 2008: 141). Hal ini berkaitan rangkaian kegiatan Kampong Sehat yaitu sanitasi air bersih di rumah warga.

Komunitas dalam hal ini mencakup karyawan perusahaan, pemasok, distributor, serta organisasi-organisasi nirlaba yang menjadi mitra perusahaan serta masyarakat secara umum. Sedangkan kesejahteraan yang dimaksud mencakup di dalamnya aspek-aspek kesehatan, keselamatan, serta kebutuhan pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional..

Berbagai benefit yang dapat diperoleh perusahaan melalui pelaksanaan *socially responsible business practice* adalah sebagai berikut:

- a) Pelaksanaanny dapat menghemat uang perusahaan, memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan hidup, serta meningkatkan kesadaran energi di antara para karyawan perusahaan.
- b) Meningkatkan kesan baik komunitas terhadap perusahaan.

- c) Bagi perusahaan yang berhasil melaksanakan program ini, maka keberhasilan tersebut akan menciptakan preferensi konsumen terhadap merek produk perusahaan.
- d) Dapat meningkatkan kepuasan karyawan. Hal ini disebabkan antara lain oleh munculnya rasa bangga menjadi bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. (Solihin, 2009: 144).

2. Bagaimana implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama keboncandi untuk warga dusun Kalongan.

Dari semua kegiatan program Kampoeng Sehat Danone, perusahaan selalu melibatkan masyarakat di dalamnya. Tujuannya adalah agar masyarakat merasa bahwa program yang akan dilaksanakan merupakan bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat. Proses implementasi tidak hanya diterapkan satu atau dua bulan saja, akan tetapi berlangsung sampai masyarakat dapat hidup secara mandiri, dalam arti semua warga mempunyai fasilitas MCK, semua warga menyalur sanitasi air bersih, semua warga dapat meningkatkan ekonomi keluarga dengan tanaman produktif dan lain-lain.

Pihak perusahaan dibantu oleh aparat desa setiap satu bulan sekali mengecek tentang kondisi dusun, kondisi fasilitas kebersihan dan perubahan perilaku warga pasca program sehingga program dapat berjalan lancar. Dalam kegiatan program Kampoeng Sehat Danone yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi mengacu pada aspek

kebersihan, kesehatan dan pendidikan. Untuk mengelola potensi yang ada dalam diri dan di luar dirinya diperlukan kemampuan pengetahuan dan teknikal (*skills*). Semakin tinggi pengetahuan dan terampil seseorang, semakin tinggi pula kualitas SDM yang dimiliki. (Nursaid, 2008: 3). Oleh karena itu, pengetahuan dan ketrampilan seringkali menjadi ukuran untuk menilai kualitas SDM seseorang, dan untuk mencapai tingkat pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan dilakukan melalui pendidikan formal maupun nonformal melalui berbagai pelatihan.

3. Adakah pengaruh kegiatan program “Kampoeng Sehat Danone” terhadap perubahan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat warga dusun kalongan.
 - a) Kondisi dusun pra adanya program dengan kondisi dusun pasca adanya program.

Analisa didasarkan pada perbandingan fasilitas kebersihan dan kesehatan yang terdapat pada dusun Kalongan pra adanya program dengan pasca adanya program sebagai berikut:

Tabel 1.3analisa kondisi perilaku warga pra dan pasca adanya program kampoeng Sehat Danone

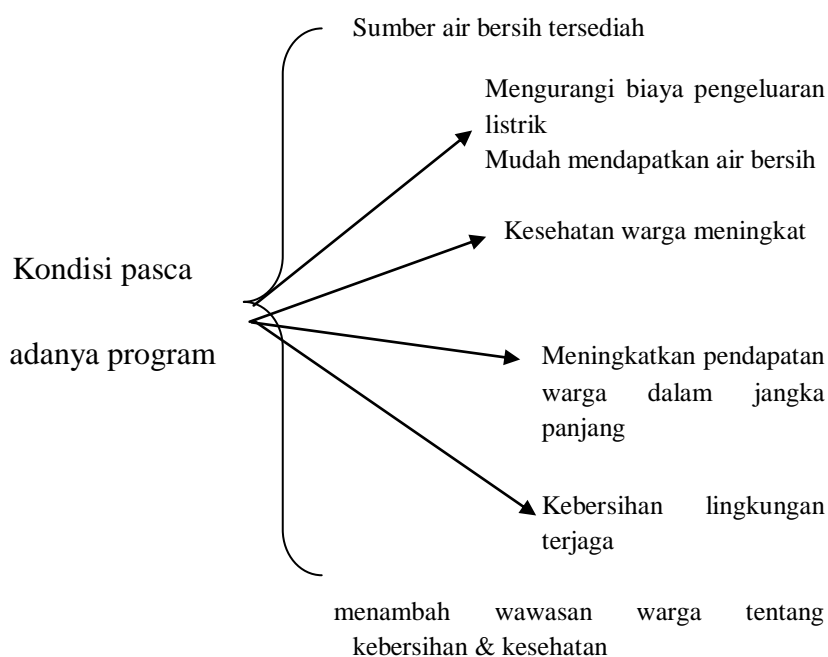
No.	Jenis Fasilitas	Pra Program	Pasca Program	Keterangan
1.	Sumber air bersih	Dari sumur lama	Dari pengeboran sehingga terjamin kebersihannya	Akses air bersih warga terpenuhi dari kondisi pra

				program.
2.	Pipanisasi air bersih	Tidak ada	Ada untuk MCK umum & rumah-rumah warga	Suplai air bersih lebih mudah.
3.	MCK umum	Sungai (Tidak ada)	Tersedia 3 unit masing-masing RT	Warga lebih bersih dan sehat.
4.	Konservasi tanaman produktif	Hanya tanaman bunga biasa	Anggur merah, sereh, rosella, dan mangga.	Lebih bernilai ekonomi guna membantu perekonomian warga.
5.	Bank sampah	Tidak ada	Ada di tiap jalan utama rumah warga	Dusun menjadi lebih bersih karena warga membuang sampah pada tempatnya.
6.	Komposting	Tidak ada	Ada	Menambah wawasan warga tentang pengolahan kotoran hewan ternak.
7.	Penyuluhan	Jarang	Satu bulan sekali	Menambah pengetahuan warga akan

				kesehatan dan kebersihan.
--	--	--	--	------------------------------

b) Kondisi perilaku warga pra adanya program dengan pasca adanya program berdasarkan kegiatan program Kampong Sehat Danone.

Berdasarkan paparan data kondisi perilaku warga pra adanya program dengan pasca adanya program maka dapat diketahui bahwa pasca dilakukannya kegiatan program Kampong Sehat Danone memberikan manfaat kepada warga sebagai berikut:



c) Kondisi perilaku warga pra adanya program dengan pasca adanya program berdasarkan indikator Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) dinas kesehatan.

Dari paparan data sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa berdasarkan indikator PHBS perilaku warga pra program dengan perilaku warga pasca program mengalami peningkatan, hanya saja untuk merubah perilaku warga agar makan buah setiap hari masih sulit dilakukan. Kendala yang dihadapi yaitu faktor ekonomi warga.

Faktor keberhasilan program untuk merubah perilaku hidup bersih dan sehat warga adalah:

- 1) Fasilitas kebersihan telah tersedia.
- 2) Adanya informasi melalui penyuluhan- penyuluhan yang rutin dilakukan tentang PHBS.
- 3) Kedasaran warga untuk merubah perilakunya menjadi lebih baik.
- 4) Termotivasi dengan tujuan program perusahaan yang akan menimbulkan rasa bangga warga akan kondisi dusunnya.

Tujuan program Kampoeng Sehat Danone yaitu menjadikan kampoeng Kalongan sebagai kampoeng percontohan yang sukses menerapkan pola hidup bersih dan sehat.

- 5) Semua fasilitas yang diberikan tidak dipungut biaya.

Dari 10 indikator di atas memiliki manfaat bagi kesehatan. Berikut akan dipaparkan manfaat yang ada pada indikator PHBS sebagai berikut:



Gambar 1.3 Indikator PHBS Rumah Tangga

1) Persalinan ditolong oleh tenaga kesehatan

Adalah persalinan yang ditolong oleh tenaga kesehatan (bidan, dokter dan tenaga para medis lainnya). Warga tersebut menyadari akan pentingnya pertolongan yang benar pada saat proses melahirkan untuk mengurangi resiko yang terjadi.

2) Memberi bayi ASI eksklusif

Adalah bayi usia 0 – 6 bulan hanya diberi ASI saja tanpa memberikan tambahan makanan atau minuman lain. Subjek juga mengaku memberikan ASI eksklusif dengan tujuan supaya ada kedekatan batin antara ibu dan anak. Secara medis keunggulan ASI dan manfaat menyusui dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu: aspek gizi, aspek imunologik, aspek psikologi, aspek kecerdasan, neurologis, ekonomis dan aspek penundaan kehamilan.

a) Aspek Gizi.

Manfaat Kolostrum: Kolostrum mengandung zat kekebalan terutama IgA untuk melindungi bayi dari berbagai penyakit infeksi terutama diare, Jumlah kolostrum yang diproduksi bervariasi tergantung dari hisapan bayi pada hari-hari pertama kelahiran. Walaupun sedikit namun cukup untuk memenuhi kebutuhan gizi bayi. Oleh karena itu kolostrum harus diberikan pada bayi, Kolostrum mengandung protein, vitamin A yang tinggi dan mengandung karbohidrat dan lemak rendah, sehingga sesuai dengan kebutuhan gizi bayi pada hari-hari

pertama kelahiran, membantu mengeluarkan mekonium yaitu kotoran bayi yang pertama berwarna hitam kehijauan.

- b) Komposisi ASI: ASI mudah dicerna, karena selain mengandung zat gizi yang sesuai, juga mengandung enzim-enzim untuk mencernakan zat-zat gizi yang terdapat dalam ASI tersebut, ASI mengandung zat-zat gizi berkualitas tinggi yang berguna untuk pertumbuhan dan perkembangan kecerdasan bayi/anak, selain mengandung protein yang tinggi, ASI memiliki perbandingan antara Whei dan Casein yang sesuai untuk bayi. Rasio Whei dengan Casein merupakan salah satu keunggulan ASI dibandingkan dengan susu sapi. ASI mengandung whey lebih banyak yaitu 65:35. Komposisi ini menyebabkan protein ASI lebih mudah diserap. Sedangkan pada susu sapi mempunyai perbandingan Whey :Casein adalah 20 : 80, sehingga tidak mudah diserap.
- c) Komposisi Taurin, DHA dan AA pada ASI: Taurin adalah sejenis asam amino kedua yang terbanyak dalam ASI yang berfungsi sebagai neuro-transmitter dan berperan penting untuk proses maturasi sel otak. Percobaan pada binatang menunjukkan bahwa defisiensi taurin akan berakibat terjadinya gangguan pada retina mata, Decosahexanoic Acid (DHA) dan Arachidonic Acid (AA) adalah asam lemak tak jenuh rantai panjang (polyunsaturated fatty acids) yang diperlukan untuk pembentukan sel-sel otak yang optimal. Jumlah DHA dan AA

dalam ASI sangat mencukupi untuk menjamin pertumbuhan dan kecerdasan anak. Disamping itu DHA dan AA dalam tubuh dapat dibentuk/disintesa dari substansi pembentuknya (precursor) yaitu masing-masing dari Omega 3 (asam linolenat) dan Omega 6 (asam linoleat).

- d) Aspek Immunologik: ASI mengandung zat anti infeksi, bersih dan bebas kontaminasi, Immunoglobulin A (Ig.A) dalam kolostrum atau ASI kadarnya cukup tinggi. Sekretori Ig.A tidak diserap tetapi dapat melumpuhkan bakteri patogen E. coli dan berbagai virus pada saluran pencernaan, Laktoferin yaitu sejenis protein yang merupakan komponen zat kekebalan yang mengikat zat besi di saluran pencernaan, Lysosim, enzim yang melindungi bayi terhadap bakteri (E. coli dan salmonella) dan virus. Jumlah lysosim dalam ASI 300 kali lebih banyak daripada susu sapi, Sel darah putih pada ASI pada 2 minggu pertama lebih dari 4000 sel per mil.

Terdiri dari 3 macam yaitu: Brochus-Asociated Lymocyte Tissue (BALT) antibodi pernafasan, Gut Asociated Lymocyte Tissue (GALT) antibodi saluran pernafasan, dan Mammary Asociated Lymocyte Tissue (MALT) antibodi jaringan payudara ibu. Faktor bifidus, sejenis karbohidrat yang mengandung nitrogen, menunjang pertumbuhan bakteri lactobacillus bifidus. Bakteri ini menjaga keasaman flora usus

bayi dan berguna untuk menghambat pertumbuhan bakteri yang merugikan.

- e) Aspek Psikologik : rasa percaya diri ibu untuk menyusui : bahwa ibu mampu menyusui dengan produksi ASI yang mencukupi untuk bayi. Menyusui dipengaruhi oleh emosi ibu dan kasih sayang terhadap bayi akan meningkatkan produksi hormon terutama oksitosin yang pada akhirnya akan meningkatkan produksi ASI, interaksi Ibu dan Bayi: Pertumbuhan dan perkembangan psikologik bayi tergantung pada kesatuan ibu-bayi tersebut, pengaruh kontak langsung ibu-bayi : ikatan kasih sayang ibu-bayi terjadi karena berbagai rangsangan seperti sentuhan kulit (skin to skin contact). Bayi akan merasa aman dan puas karena bayi merasakan kehangatan tubuh ibu dan mendengar denyut jantung ibu yang sudah dikenal sejak bayi masih dalam rahim.
- f) Aspek Kecerdasan: interaksi ibu-bayi dan kandungan nilai gizi ASI sangat dibutuhkan untuk perkembangan system syaraf otak yang dapat meningkatkan kecerdasan bayi. Penelitian menunjukkan bahwa IQ pada bayi yang diberi ASI memiliki IQ point 4.3 point lebih tinggi pada usia 18 bulan, 4-6 point lebih tinggi pada usia 3 tahun, dan 8.3 point lebih tinggi pada usia 8.5 tahun, dibandingkan dengan bayi yang tidak diberi ASI.

- g) Aspek Neurologis: dengan menghisap payudara, koordinasi syaraf menelan, menghisap dan bernafas yang terjadi pada bayi baru lahir dapat lebih sempurna.
- h) Aspek Ekonomis: dengan menyusui secara eksklusif, ibu tidak perlu mengeluarkan biaya untuk makanan bayi sampai bayi berumur 4 bulan. Dengan demikian akan menghemat pengeluaran rumah tangga untuk membeli susu formula dan peralatannya.
- i) Aspek Penundaan Kehamilan: dengan menyusui secara eksklusif dapat menunda haid dan kehamilan, sehingga dapat digunakan sebagai alat kontrasepsi alamiah yang secara umum dikenal sebagai Metode Amenorea Laktasi (MAL). (Buku Panduan Manajemen Laktasi: Dit.Gizi Masyarakat-Depkes RI,2001)

3) Menimbang bayi dan balita

Penimbangan bayi dan balita dimaksudkan untuk memantau pertumbuhannya setiap bulan.

4) Menggunakan air bersih

Air adalah kebutuhan dasar yang dipergunakan sehari-hari untuk minum, memasak, mandi, berkumur, membersihkan lantai, mencuci alat-alat dapur, mencuci pakaian, dan sebagainya, agar kita tidak terkena penyakit atau terhindar dari sakit. Air bersih dan air minum harus memenuhi syarat kesehatan, baik syarat fisik, biologi maupun kimiawi yaitu, air tidak berwarna, bening/ jernih,

air tidak keruh, bebas dari lumpur, sampah busa, dll, air tidak berasa, tidak rasa asin, tidak rasa asam, tidak payau, air tidak berbau, tidak bau amis, anyir, busuk, tidak bau belerang. (Manda, Nurahmi & Wahida, 2006: 4)

5) Mencuci tangan dengan air bersih dan sabun

Air yang tidak bersih banyak mengandung kuman dan bakteri penyebab penyakit. Bila digunakan, kuman berpindah ke tangan. Pada saat makan, kuman dengan cepat masuk ke dalam tubuh, yang bisa menimbulkan penyakit. Sabun dapat membersihkan kotoran dan membunuh kuman, karena tanpa sabun kotoran dan kuman masih tertinggal di tangan. Kendala yang dihadapi untuk masalah ini adalah belum dibudayakan mencuci tangan dengan air bersih dan sabun di lingkungan keluarga/ rumah tangga, selain itu subjek masih menganggap bahwa meskipun mencuci tangan hanya dengan air bersih kuman atau penyakit pasti sudah hilang. Menurut kesehatan mencuci tangan dengan air bersih dan sabun mempunyai banyak manfaat seperti, membunuh kuman penyakit yang ada di tangan, mencegah penularan penyakit, serta tangan menjadi bersih dan terbebas dari penyakit. (Manda, Nurahmi & Wahida, 2006: 4)

6) Menggunakan jamban sehat

Jamban adalah suatu ruangan yang mempunyai fasilitas pembuangan kotoran manusia yang terdiri atas tempat jongkok atau tempat duduk dengan leher angsa atau tanpa leher angsa

(ceplung) yang dilengkapi dengan unit penampungan kotoran dan air untuk membersihkannya. Seperti yang dikemukakan sebelumnya bahwa PT. Tirta Investama Keboncandi telah membangun tiga unit MCK umum di dusun tersebut. Sebelumnya warga dusun Kalongan mengaku menggunakan sungai untuk buang air besar, hal tersebut sangat tidak memenuhi kaidah kesehatan. Kebiasaan yang demikian ini harus dirubah karena akibat kebiasaan yang tidak mendukung pola hidup bersih dan sehat jelas akan memperbesar masalah kesehatan. Di pihak lain bilamana masyarakat berperilaku higienis, dengan membuang air besar sesuai dengan kaidah kesehatan, hal tersebut akan dapat mencegah dan menurunkan kasus – kasus penyakit menular.

7) Memberantas jentik di rumah

Rumah bebas jentik adalah rumah tangga yang estela dilakukan pemeriksaan jentik secara berkala tidak terdapat jentik nyamuk.

8) Makan buah dan sayur setiap hari

Setiap anggota rumah tangga mengkonsumsi minimal 3 porsi buah dan 2 porsi sayuran atau sebaliknya setiap hari. Makan sayur dan buah setiap hari sangat penting, karena mengandung vitamin dan mineral yang mengatur pertumbuhan dan pemeliharaan tubuh.

9) Melakukan aktivitas fisik setiap hari

Aktivitas fisik adalah melakukan pergerakan anggota tubuh yang menyebabkan pengeluaran tenaga yang sangat penting bagi pemeliharaan kesehatan fisik, mental, dan mempertahankan kualitas hidup agar tetap sehat dan bugar sepanjang hari.

10) Tidak merokok di dalam rumah

Setiap anggota keluarga tidak boleh merokok di dalam rumah. Rokok ibarat pabrik bahan kimia. Dalam satu batang rokok yang dihisap akan dikeluarkan sekitar 4.000 bahan kimia berbahaya, diantaranya yang paling berbahaya adalah nikotin, tar, dan Carbon Monoksida (CO).

d) Kesesuaian antara kegiatan dalam program Kampoeng Sehat Danone dengan indikator Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS).

Tujuan dilaksanakannya kegiatan program Kampoeng Sehat Danone adalah memberikan kesehatan kepada sebanyak mungkin masyarakat serta menjadikan kampoeng Kalongan sebagai kampoeng percontohan yang sukses menerapkan pola hidup bersih dan sehat sehingga rangkaian kegiatan yang ada telah disesuaikan dengan standar atau indikator Perilaku Hidup Bersih dan Sehat dari dinas kesehatan.

Keputusan warga dusun Kalongan untuk menerima program yang diberikan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi dapat dianalisis berdasarkan teori kepribadian yaitu sikap selektif individu untuk menerima pengaruh yang datang dari luar sangat kuat. Data yang

diperoleh dari 30 subyek yang telah diwawancarai, menyatakan menerima perubahan yang datang dari luar selama itu menguntungkan. Menurut pengamatan peneliti hal itu bisa terjadi karena subyek merasa kebutuhan yang selama ini belum terpenuhi menjadi terpenuhi setelah adanya program Kampong Sehat Danone.

Menurut Abraham Maslow (Jhosina: 49) manusia memiliki di dalam dirinya potensi untuk berkembang sehat dan kreatif, dan jika orang mau menerima tanggung jawab untuk hidupnya sendiri, dia akan menyadari akan potensinya yang lebih kuat di banding pengaruh pendidikan orang tua, sekolah, dan tekanan sosial lainnya.

Abraham Maslow menyusun teori motivasi manusia, dimana variasi kebutuhan manusia dipandang tersusun dalam bentuk hirarki atau berjenjang. Ada empat jenjang basic need. (Jhosina: 50) yaitu,

- a. *Physiological Need* yaitu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi pertama.
- b. *Safety Need* sesudah kebutuhan pokok terpenuhi, muncul kebutuhan keamanan, stabilitas, proteksi, struktur hukum, keteraturan, batas, kebebasan dari takut dan cemas. Keduanya pada dasarnya adalah kebutuhan untuk mempertahankan kehidupan
- c. *Belongingness & Love Needs* setelah kedua kebutuhan di atas terpenuhi maka kebutuhan dari kelompok sosial dan cinta muncul menjadi tujuan yang dominant. Orang sangat peka terhadap

kesendirian, pengasingan, ditolak lingkungan, dan kehilangan sahabat/ cinta. Kebutuhan ini terus penting sepanjang hidup.

d. *Self –Esteem Need*. Manakala kebutuhan mencintai dan dicintai telah retatif terpenuhi, kekuatan motivasinya melemah diganti motivasi harga diri. Ada dua jenis yaitu kebutuhan akan prestasi dan *prestise*.

Dari teori hierarki *need* Maslow di atas maka dapat digunakan untuk menganalisa perubahan perilaku warga dusun Kalongan yang dengan mudah menerima program yang ditawarkan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi. Pertama, program yang ditawarkan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi sesuai dengan kebutuhan dasar warga dusun Kalongan. Fasilitas MCK umum yang disediakan merupakan kebutuhan warga yang selama ini belum terpenuhi secara maksimal. Kedua, dari hasil wawancara diketahui bahwa sebenarnya warga dusun Kalongan sangat memperhatikan kebersihan dan kesehatannya, akan tetapi selama ini masih belum maksimal diterapkan dengan berbagai kendala misalnya, ekonomi untuk membangun sebuah fasilitas MCK diperlukan dana yang cukup, kebiasaan yang selama bertahun-tahun dilakukan yaitu mencuci, mandi, dan buang air besar di sungai. Saat ini kebutuhan akan rasa aman dari segi kesehatan sudah terpenuhi berkat adanya fasilitas MCK umum yang diberikan untuk warga dengan saluran air bersih. Masyarakat tidak perlu khawatir akan terkena penyakit kulit yang disebabkan oleh air yang kotor, juga tidak perlu khawatir untuk dilihat

orang apabila melakukan aktivitas mandi dan buang air bersih. Ketiga, kebutuhan akan rasa kasih sayang dari segi hubungan sosial telah terpenuhi, warga menyadari dan mengetahui bahwa masih ada kelompok yang peduli terhadap kehidupannya dan bersedia membangun fasilitas yang sangat dibutuhkan warga. Keempat, setelah ketiga kebutuhan tersebut telah terpenuhi maka, warga mempunyai kesempatan untuk hidup mandiri.

Selain teori kebutuhan yang diungkapkan oleh Abraham Maslow, ada teori lain yang menguatkan alasan perubahan perilaku individu. B. F. Skinner (Jhosina: 3) menjelaskan dinamika kepribadian antara lain:

a. Kepribadian dan belajar

Kepedulian utama Skinner adalah mengenai perubahan tingkah laku. Jadi hakekatnya teori Skinner adalah teori belajar; berubah menjadi memiliki tingkah laku baru, menjadi lebih trampil, menjadi lebih tahu. Kehidupan terus menerus dihadapkan pada situasi eksternal yang baru, dan organisme harus belajar merespon situasi baru itu memakai respon lama atau respon yang baru dipelajari. Dia yakin bahwa kepribadian dapat difahami dengan mempertimbangkan tingkah laku dalam hubungannya yang terus menerus dengan lingkungannya. Cara yang tepat untuk merubah dan mengontrol tingkah laku adalah dengan melakukan *reinforcement* atau penguat. Seperti yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi berusaha merubah perilaku warga dusun Kalongan yang sebelumnya kurang

memperhatikan kesehatan dan kebersihan dengan cara memberikan *reinforcement* berupa pembangunan MCK umum dan saluran air bersih untuk warga. Sehingga warga dengan senang hati merubah perilaku yang sebelumnya.

b. Operant Conditioning

Tingkah laku responden adalah tingkah otomatis atau reflek, yang dalam kondisioning klasik respon itu diusahakan dapat dimunculkan dalam situasi yang lain dengan situasi aslinya. Tingkah laku operan mungkin belum pernah dimiliki individu, tetapi ketika orang melakukannya dia mendapat hadiah. Respon seperti ini berpeluang lebih sering terjadi.

Untuk perubahan tingkah laku warga Kalongan secara cepat didasarkan oleh teori ini. Dimana perusahaan menyediakan MCK umum, sanitasi air bersih serta fasilitas lainnya yang mendukung guna untuk merubah perilaku warga. Posisi MCK umum dan sanitasi air bersih adalah sebagai stimulus yang memunculkan respon baru. Respon tersebut berupa perilaku warga yang menggunakan fasilitas MCK dan air bersih untuk aktivitas mandi, mencuci, dan buang air besar sehingga diharapkan tidak menggunakan sungai lagi. Reward yang diterima warga berupa kesehatan dan rasa aman karena MCK dibuat dengan berbentuk bangunan dan dilengkapi dengan air yang bersih. Sehingga diharapkan dengan adanya *reward* positif yang didapatkan warga dapat merubah perilaku warga secara terus-menerus.

c. Teori Belajar dari Perspektif Behavioris

Teori ini menekankan pada pentingnya memahami keadaan awal dan konsekwensinya dalam bentuk perubahan perilaku. Belajar pun dilihat dari adanya perubahan perilaku yang terukur, terlihat serta teramati dan sedikit sekali menyinggung tentang proses mental atau internal berpikir. Singkatnya menurut perspektif ini belajar adalah perubahan perilaku atau apa yang dilakukan seseorang dalam keadaan tertentu. Secara sederhana teori ini mengajukan hubungan sederhana A-B-C yaitu *Antecedents-Behaviour-Consequence* atau keadaan awal-perilaku-konsekwensi, pada saat perilaku dilakukan maka konsekwensi bertransformasi menjadi keadaan awal untuk tahapan ABC selanjutnya. Sehingga perilaku dipengaruhi oleh perubahan yang dilakukan dalam latar belakang, konsekwensi ataupun keduanya.

Belajar menurut pandangan behavioris, adalah konsekwensi dari satu perilaku yang akan menentukan apakah perilaku tersebut akan terjadi pengulangan atau tidak. Jenis konsekwensi yang diterima bisa berdampak meneguhkan (*reinforce*) atau memperlemah (*punish*) suatu perilaku. Arti yang sangat biasa tentang meneguhkan suatu perilaku adalah adanya penghargaan, walaupun dalam teori belajar ini, maksud meneguhkan mempunyai konotasi yang spesifik. Hal yang meneguhkan perilaku adalah konsekwensi yang menguatkan satu perbuatan sehingga hal itu meningkatkan frekuensi atau durasi perilaku tertentu.

Sama halnya dengan apa yang dilakukan oleh warga dusun Kalongan setelah adanya program kampoeng Sehat Danone. Setelah PT. Tirta Investama Keboncandi memberikan beberapa fasilitas kesehatan dan kebersihan kepada warga dusun Kalongan seperti MCK umum, sanitasi air bersih dan lainnya kemudian dengan adanya fasilitas tersebut maka memunculkan perilaku baru warga yaitu beralih menggunakan fasilitas kebersihan yang telah disediakan, konsumsi positif yang didapat warga yaitu kesehatan warga lebih terjamin.

Dilihat dari pribadi warga, keputusan warga untuk merubah perilaku yang sebelumnya menjadi perilaku baru yaitu secara pribadi warga menyadari pentingnya kebersihan dan kesehatan untuk keluarga tetapi terhambat oleh faktor ekonomi keluarga sehingga sulit untuk mewujudkannya, kemudian PT. Tirta Investama Keboncandi menyediakan fasilitas yang sangat dibutuhkan oleh warga sehingga memunculkan perilaku baru dari setiap individu yaitu menggunakan semua fasilitas kebersihan dari perusahaan, konsekuensinya yaitu setiap pribadi merasa kesehatan keluarganya lebih terjamin dan dalam jangka panjang dapat meningkatkan perekonomian keluarga dari hasil tanaman produktif yang bisa bernilai jual.

Perubahan perilaku juga dapat dipengaruhi oleh interaksi individu dengan masyarakat lainnya atau interaksi sosial. Interaksi social adalah hubungan antara satu individu dengan individu yang lain, individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau

sebaliknya, jadi terdapat adanya hubungan yang saling timbale balik. (Walgito, 2003: 65). Di dalam interaksi social ada kemungkinan individu dapat menyesuaikan dengan yang lain, atau sebaliknya. Pengertian penyesuaian diri di sini dalam arti luas, yaitu bahwa individu dapat meleburkan diri dengan keadaan di sekitarnya, atau sebaliknya individu dapat mengubah lingkungan sesuai dengan keadaan dalam diri individu, sesuai dengan apa yang diinginkan oleh individu yang bersangkutan.

Dari paparan teori di atas, dapat diketahui bahwa perubahan perilaku yang dilakukan oleh warga dusun Kalongan juga dipengaruhi oleh interaksi sosial.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kegiatan program Kampoeng Sehat Danone antara lain:

1. Pengadaan sumber air bersih
2. PIPANISASI air bersih ke rumah penduduk
3. Pembuatan MCK
4. Konservasi dusun dengan tanaman produktif
5. Pembuatan bank sampah
6. Komposting
7. Penyuluhan kesehatan
8. Pembentukan kelembagaan kampoeng

Secara keseluruhan implementasi kegiatan program Kampoeng Sehat Danone melibatkan warga dalam prosesnya, dana dan bahan material ditanggung dan disediakan oleh PT. Tirta Investama Keboncandi. Proses pengawasan terhadap jalannya kegiatan program dilakukan oleh pihak perusahaan dengan dibantu oleh warga yang telah ditentukan.

Setelah membandingkan data pra dan pasca adanya program Kampoeng Sehat Danone maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kegiatan program Kampoeng Sehat Danone terhadap perubahan perilaku hidup bersih dan sehat warga dusun Kalongan. Adapun perubahan tersebut antara lain:

- Kebersihan → lingkungan menjadi lebih bersih
- Kesehatan → Kesehatan warga lebih terjamin dengan adanya fasilitas yang disediakan perusahaan.
- Wawasan → warga mengerti, memahami dan mampu melaksanakan perilaku hidup bersih dan sehat.
- Ekonomi → dalam jangka panjang dapat menambah pendapatan masyarakat melalui tanaman produktif yang telah diberikan.

B. Saran

1. Saran peneliti untuk perusahaan yaitu:
 - a) Terus menjadikan kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen mutlak perusahaan, supaya masyarakat merasa diuntungkan dan terbantu atas keberadaan perusahaan di tengah-tengah kehidupan mereka.
 - b) Menjadikan program *Corporate Social Responsibility* bukan hanya semata-mata untuk meredam konflik atau meningkatkan keuntungan perusahaan, tetapi lebih kepada hakikat hidup sebagai manusia yaitu saling peduli satu sama lainnya.
2. Saran peneliti untuk masyarakat yaitu:

Masyarakat lebih meningkatkan Sumber Daya Manusia dalam bidang pendidikan, kesehatan, ketrampilan, dan ekonomi agar tidak bergantung kepada perusahaan karena dengan terbentuknya SDM yang berkualitas akan meningkatkan kehidupan dari segi apapun, yang terpenting dapat hidup secara maju dan mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Abu, (2007), *Psikologi Sosial*, Jakarta: Rineka Cipta
- Ambadar Jackie (CEO Le Monde dan Surindo), (2008), *Corporate Social Responsibility CSR Dalam Praktik Di Indonesia*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Arikunto Suharsimi, (2006), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Budi Untung, H, (2008), *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika
- Dayakisni Tri & Hudaniah. (1982), *Psikologi Sosia Edisi Revisi*, Malang : UMM Press
- Djakfar, Muhammad. (2007). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press.
- Departemen Agama RI. (2007). *Al-Qur'an dan Terjemahnya. Edisi Tahun 2005*. Jakarta: CV Dsrus Sunnah.
- Jhosina, *Pengantar Psikologi Kepribadian Non- Psikoanalitik*
- Manda S, Nurahmi, Wahida. (2006), *Pedoman Pengembangan Kabupaten/ Kota Percontohan Program Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat (PHBS) Pemerintah Provpinsi Sulawesi Selatan Dinas Kesehatan*, Makassar: Subdin Promosi Dan Kesehatan Masyarakat.
- Moleong, J. (2008), *metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Deddy. (2004), *Metodologi penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi & Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Puwakarya Offset

Nindita Radyati Maria. (2008), *CSR Untuk Pemberdayaan Ekonomi Lokal*, Jakarta: Indonesia Business Link

Nursaid Fjar. (2008), *CSR Bidang Kesehatan & Pendidikan Mengembangkan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Indonesia Business Link

(Pusat Promosi Kesehatan RI webmaster@promosikesehatan.com diakses tanggal 9 Februari 2010)

Satori Djama'an & Aan Komariah. (2009), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta

Sihotang, A. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Pradnya Paramita

Solihin, Ismail. (2009), *Corporate Social responsibility (from Charity to Sustainability)*, Jakarta: Salemba Empat.

Simamora, Henry. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi III*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Sukardi. (2003), *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara

Undang-Undang No.40 Tahun 2007 Tentang PT (Perseroan Terbatas), Pasal 1 butir 3

Walgito Bimo. (2003), *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*, Yogyakarta: C.V Andi Offset

Widjaja, Gunawan. (2008). *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Jakarta: Forum Sahabat.

www.csrAqua.com, diakses tanggal 3 Desember 2009

