

BAB III

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian menggunakan deskriptif yaitu salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial (Wikipedia). Jenis penelitian deskriptif ini termasuk dalam penelitian kualitatif yang tujuannya mengungkap fakta, fenomena, dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan disuguhkan apa adanya. Penelitian ini akan dilakukan yaitu dengan mengolah dan menganalisis data program-program implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam menghadapi masalah di lingkungan sosial sekitar tempat usaha.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Penelitian ini berlangsung di usaha ternak ayam pedaging (*broiler*) milik Abdullah Kusbana yang berlokasi di Desa Tawangrejo RT 01/ RW 02, Kecamatan Wonodadi, Kabupaten Blitar, usaha ternak ini bermitra dengan PT. Ciomas Adisatwa (Japfa) unit Kediri.

3.2.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian berdasarkan pada teknik sampling yang telah ditentukan, yaitu dengan melakukan wawancara kepada pemilik usaha, PPL (Petugas Penyuluh Lapang), dan perwakilan warga sekitar lokasi tempat usaha.

3.3 Komponen

Komponen-komponen yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan atau bentuk usaha bisnis sebagai objek pelaku *Corporate Social Responsibility*
2. Pihak *informan* sebagai subjek penelitian
3. Permasalahan lingkungan sosial di sekitar perusahaan
4. Program-program *Corporate Social Responsibility*
5. Sasaran program-program *Corporate Social Responsibility*
6. Implementasi program-program *Corporate Social Responsibility*

3.4. Pengukuran

Untuk mengetahui penerapan etika bisnis yang telah dilakukan oleh objek terhadap lingkungan sekitarnya, maka data yang diperoleh akan diukur dalam jenis-jenis

pertanggungjawaban sesuai dengan jenis tanggung jawab yang disebutkan oleh Post (2002:69), yaitu:

1. *Economic responsibility*
2. *Legal Responsibility*
3. *Social Responsibility*

Selain itu, hasil data yang diperoleh dari para *informan* juga diukur atas pemilihan program yang dilaksanakan oleh objek berdasarkan 6 kategori CSR yang disebutkan oleh Kotler dan Lee (2006), yaitu:

1. *Cause Promotions*
2. *Cause Related Marketing*
3. *Corporate Social Marketing*
4. *Corporate Philanthropy*
5. *Community Volunteering*
6. *Socially Responsible Business Practice*

3.5. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Observasi atau pengamatan, yaitu teknik pengambilan data dan informasi yang relevan yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung proses yang terjadi di perusahaan. Data yang diperoleh berupa informasi dan wujud realisasi atas pertanggungjawaban yang telah diimplementasikan beserta hambatan-hambatan yang terjadi.
2. Wawancara, yaitu teknik pengambilan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pelaku usaha dan para informan yang dibutuhkan terkait dengan implementasi program-program *Corporate Social Responsibility* perusahaan terhadap lingkungan sosial disekitarnya. Data yang diperoleh berupa informasi secara lisan dari para narasumber terkait dengan topik penelitian.
3. Dokumentasi, yaitu cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi. Data yang di dapatkan berupa dokumen dan berkas-berkas bukti pelaku bisnis melakukan kerjasama dengan perusahaan, berkas bukti bahwa kegiatan usaha telah diakui secara legal, serta dokumen berupa surat pernyataan yang diterbitkan oleh

perusahaan untuk membuktikan bahwa peneliti benar-benar melakukan riset di perusahaan yang bersangkutan.

3.6 Jenis dan Sumber Data

3.6.1 Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dan digunakan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data berupa informasi mengenai profil dan sejarah perusahaan, eksistensi perusahaan, permasalahan-permasalahan lingkungan sosial sekitar perusahaan, dan susunan program-program yang dijalankan CSR serta sasaran program-program CSR tersebut.

3.6.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti yaitu:

1. Data primer, merupakan data yang diperoleh peneliti dengan mengadakan observasi secara langsung dilapangan guna memperoleh data intern.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari laporan-laporan diluar perusahaan.

3.7 Teknik Sampling Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Sugiono dalam Saputra (2015:42) menjelaskan bahwa *purposive sampling* yaitu teknik mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset (Sugiono:2005). Adapun kriteria yang dibutuhkan dari sampel, antara lain:

1. Pihak yang mengetahui sejarah berdirinya usaha ternak ayam pedaging (broiler) kemitraan dengan PT. Ciomas Adisatwa (Japfa) unit Kediri dan track record yang sudah dialami, serta mengetahui berlangsungnya aktivitas oprasional usaha.
2. Pihak dari PT. Ciomas Adisatwa (Japfa) unit Kediri yang menangani berlangsungnya kegiatan aktivitas usaha ternak ayam pedaging (broiler).
3. Pihak yang dituju sebagai sasaran implementasi progam-program Corporate Social Responsibility oleh pengusaha ternak ayam pedaging (broiler) kemitraan dengan PT. Ciomas Adisatwa (Japfa) unit Kediri.

Adapun yang menjadi informan atas kriteria yang telah disebutkan untuk mendapatkan informasi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pemilik atau pelaku bisnis ternak ayam pedaging (broiler) kemitraan dengan PT.Ciomas Adisatwa (Japfa) unit Kediri.

2. Petugas Penyuluh Lapang (PPL) PT. Ciomas Adisatwa (Japfa) unit Kediri.
3. Perwakilan tetangga atau warga yang tinggal disekitar lingkungan kandang usaha ternak ayam pedaging (broiler) kemitraan dengan PT. Ciomas Adisatwa (Japfa) unit Kediri.

3.8 Tahap-Tahap Analisis

Untuk melakukan analisa implementasi program-program *Corporate Social Responsibility* perusahaan terhadap lingkungan sosial melalui tahapan sebagai berikut:

1. Melihat realita di lapangan
2. Mengumpulkan informasi yang dibutuhkan.
3. Melihat susunan rencana program-program CSR.
4. Menganalisa permasalahan lingkungan sosial lokasi tempat usaha untuk mengetahui sasaran program-program CSR.
5. Menganalisa implementasi program-program CSR sesuai dengan landasan teori menurut jenis-jenis tanggung jawab yang disebutkan oleh Post (2002:69) dan kategori program CSR menurut Kotleer dan Lee (2006).