

LAPORAN HASIL PENELITIAN

EKSPLORASI PEMAHAMAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN APLIKASINYA DALAM BINGKAI TEORI KOGNITIF SOSIAL
(STUDI KASUS PADA PT SEMEN BOSOWA)

Oleh

Zulkifli Boku, SE.,M.Si.,Ak
Mahdalena, SE.,M.Ak

NIP : 197205192002121001
NIP : 197102042008122001



JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
TAHUN 2012

DAFTAR ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami konsep CSR dan implementasinya menurut perspektif manajemen perusahaan semen Bosowa Makasar. Atas dasar data kualitatif yang diperoleh, maka studi ini akan menginterpretasikan konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) secara sosiologi sebagaimana lazimnya dalam studi penelitian interpretif (fenomenologi). Sampel penelitian adalah manajer perusahaan, karyawan, tokoh masyarakat dan anggota masyarakat yang berlokasi disekitar perusahaan semen Bosowa Makassar. Karena penelitian kualitatif, instrumen utama dalam pengumpulan data adalah wawancara, observasi lapangan dan studi dokumen. Penelitian menggunakan analisis data secara interpretif dengan metodologi fenomenologi serta alat analisis adalah teori kognitif sosial. Hasil penelitian menunjukkan pemahaman manajemen perusahaan ditunjukkan pada motif nilai. Dikatakan sebagai motif nilai karena aktivitas CSR sarat dengan kekuatan nilai dimana sisi moralitas dan etika bisnis memegang kendali dalam kegiatan bisnis perusahaan. Konsep transparansi yang merupakan bagian dari nilai ternyata belum dilaksanakan sebagaimana mestinya seperti yang tertuang dalam nilai perusahaan. Untuk melihat sampai dimana pemahaman ditingkat manajemen, dilakukan melalui pendekatan teori kognitif sosial yang menjelaskan bagaimana perilaku individu terbentuk akibat proses internalisasi atas perilaku model, yang diperoleh melalui interaksi yang saling mempengaruhi antara lingkungan, personal dan tingkah laku.

Kata Kunci: Tanggung jawab sosial perusahaan, Implementasi, Kualitatif, Teori Kognitif Sosial

1.1.1. Eksistensi Dasar Teoritis Sebagai Rujukan Paralelitas Kapal Atas Pemahaman CSR dan Aplikasinya	6
2.1 Definisi Corporate Social Responsibility	6
2.2 Teori Kognitif Sosial	8
3.0.0. Metode menuju Analisa Pemahaman dan Implementasi Corporate Social Responsibility	12
3.1. Peranigma Informatif Sebagai Pendekatan Injeksi	12
3.2 Penggunaan Fenomenologi Dalam Penelitian	13
3.3 Data Penelitian	14
3.4 Uji Keabsahan Data	16
3.5 Teknik Analisa	17