

## ABSTRAK

Kualitas dan jumlah pelaksanaan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia oleh perusahaan masih rendah, padahal CSR dapat membina hubungan baik perusahaan dengan masyarakat sekitar dan membangun reputasi yang merupakan aset non fisik yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan. PT Tirta Investama Pandaan sebagai salah satu produsen AMDK terkemuka di Indonesia melaksanakan program CSR sesuai komitmen dan visi misi perusahaannya. Program CSR PT Tirta Investama Pandaan, pernah mendapatkan penghargaan Proper Hijau dari Kementerian Lingkungan untuk program CSRnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses strategik dan mengetahui faktor pendukung, penghambat Ngramut Wareh Sapen yang mana hal ini perlu dilakukan agar program dapat semakin berkembang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data terdiri dari wawancara, dokumentasi, dan observasi. Konsep reputasi, CSR dan komunikasi pembangunan dalam program pemberdayaan masyarakat digunakan untuk memperkaya analisis, teori sistem juga digunakan untuk dapat mengetahui hubungan antara pihak-pihak yang terkait dalam program ini. Hasil penelitian ini menemukan bahwa proses strategik program dilakukan melalui empat tahapan yaitu CSR *assessment*, penentuan tujuan, pengembangan strategi serta implementasi dan review. Penelitian ini juga menemukan beberapa faktor pendukung serta penghambat program.

Kata kunci : CSR, reputasi, evaluasi program, PT Tirta Investama Pandaan

## **ABSTRACT**

*The quality and number of CSR programs in Indonesia by companies are still low, whereas CSR can foster good relations between the company and the surrounding communities and also build a reputation that is a intangible assets that must be owned by a company. PT Tirta Investama Pandaan as one of the leading bottled drinking water producers in Indonesia implements a CSR program in accordance with the company's commitment, vision and mission. The CSR program of PT Tirta Investama Pandaan, once received a Proper Hijau award from the Ministry of Environment for its CSR program. This study aims to analyze Ngramut Wareh Sapen's strategic process, and to find supporting and inhibiting factors so the program can develop well. This study uses a qualitative descriptive method. Data sources consist of interviews, documentations, and observation. The concept of reputation, CSR and development communication in community empowerment programs is used to enrich the analysis, system theory is also used to be able to find out the relationship between the parties involved in this program. The results of this study*

*Find that strategic planning Ngramut Wareh Sapen done in 4 steps, there are CSR assessment, creating goals indicator, strategy developing, implementation, and evaluating. This research find some supporting and inhibiting factors.*

*Keywords : CSR, reputation, program evaluation, PT Tirta Investama Pandaan*