

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi *Corporate Social Responsibility* PT. Bukit Asam (Persero) Dalam Mempertahankan *Corporate Image*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini telah menjadi isu penting berkaitan dengan masalah dampak lingkungan dalam pembangunan berkelanjutan. Didukung dengan adanya regulasi yang mewajibkan setiap perusahaan atau persero untuk melakukan tanggung jawab sosial. Perusahaan meyakini bahwa dengan melakukan CSR dapat memberikan manfaat seperti membangun dan mempertahankan citra perusahaan maupun reputasi perusahaan. Untuk itu, pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan memerlukan suatu strategi agar program tersebut berhasil, disamping menjaga hubungan baik dengan *stakeholders* perusahaan. Strategi yang disusun oleh perusahaan pada dasarnya bertujuan agar implementasi CSR berjalan sesuai dengan ide dan konsep dasarnya. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi CSR dalam mempertahankan *corporate image*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Kontrak Sosial dan Teori Pertukaran Sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data yang paling utama adalah dengan melakukan wawancara dan memanfaatkan dokumen yang terkait dengan penelitian kemudian melakukan uji validitas dengan triangulasi sumber data. Dari hasil penelitian yang diperoleh menyatakan bahwa PT. Bukit Asam dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* menggunakan strategi CSR yang terbagi dalam tiga yaitu Pengembangan ekonomi berkelanjutan, pengembangan infrastruktur dan lingkungan serta peningkatan kapabilitas dan hubungan. Dimana pada masing-masing strategi tersebut telah ditentukan beberapa program strategis. Dalam pelaksanaan program-program strategis tersebut, terdapat beberapa tahapan, yakni perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Perencanaan strategi yakni menentukan jenis kegiatan dari program strategis yang dimulai dari pemetaan, survey lapangan, dan penentuan jenis kegiatan program strategis CSR, yang melibatkan pihak *stakeholders*. Pada tahapan implementasi yakni melakukan program strategis yang juga melibatkan pihak *stakeholder*. Pada tahapan evaluasi diketahui ada beberapa program yang belum terealisasi, diketahui kendala-kendala, serta mengetahui manfaat dari pelaksanaan strategi CSR yang diwujudkan dalam program strategis. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dengan menetapkan strategi CSR dapat mempertahankan citra perusahaan PT. Bukit Asam yang positif.

ABSTRACT

The title of this research is *Strategy of Corporate Social Responsibility PT. Bukit Asam (Ltd.)in Defending Corporate Image*. Recently, Corporate Social Responsibility (CSR) has been a significant issue related to the environmental impact in continuous improvement. There is a regulation that obligate each corporation or shareholder to do social responsibility. A corporation convinces that with CSR, it will give profit such as to build and defends its image and reputation. With the result that, each corporation needs a strategy to realize the program, despite bound in honour of the stakeholders. Fundamentally, a strategy of a corporation is arranged to achieve a success in implementation of the program as its planning. The objective of this research is to know strategy of corporate social responsibility in defending corporate image. In this research, the researcher used Social Contract theory and Social Alternation theory. This research used qualitative method. The way of the main collecting data is do interview and used documents related to the research then do validity test with triangulation of the source data. The result of the research averred that PT. Bukit Asam used three kinds of Corporate Social Responsibility (CSR) strategy. Which are; continuous economic development, infrastructure and environment development, and capability and connection development. Which each strategy has been determined some strategic programs. To realize the strategic programs, there are some steps which are; planning, implementation, and evaluation. Planning of strategy is to determine kind activity of the strategic program that started from mapping, observation, and determination of kind CSR strategic program that engage to stakeholders. In step of implementation is do strategic program that also engage to stakeholder. Whereas, in evaluation is known there are some unrealized programs, constraints, and also the advantages of CSR realization. The result of this research is known that with CSR realization can defend positive image of PT. Bukit Asam.