

# **TESIS**

## **PERANAN MODAL SOSIAL SEBAGAI MODERASI PENGARUH IMPLEMENTASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PT VALE INDONESIA TBK TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

Oleh:

**SIHANTO BERLIYAN BELA**  
No. Pokok: P2100208628



**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2013**

## HALAMAN PENGESAHAN

# PERANAN MODAL SOSIAL SEBAGAI MODERASI PENGARUH IMPLEMENTASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PT VALE INDONESIA TBK TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Yang disusun dan diajukan oleh:

**SIHANTO BERLIYAN BELA**  
No. Pokok: P2100208628



Telah Memenuhi Syarat untuk Ujian

Pembimbing Pertama

Pembimbing Kedua

**Prof. Dr. Haris Maupa, SE., M.Si**

**Dr. Jusni, SE., M.Si**

## ABSTRAK

**Sihanto**, *Peranan Modal Sosial Sebagai Moderasi Pengaruh Implementasi Tanggung Jawab Sosial PT Vale Indonesia Tbk Terhadap Kesejahteraan Masyarakat.* (Dibimbing oleh Prof. Dr. Haris Maupa, SE., M.Si dan Dr. Jusni, SE., M.Si.)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Implementasi Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility—CSR*) PT Vale Indonesia Tbk terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan, mengetahui dan menganalisis pengaruh modal sosial masyarakat dalam memperkuat atau memperlemah implementasi Tanggung Jawab Sosial (*CSR*) PT Vale Indonesia Tbk terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan regresi. Populasi penelitian adalah masyarakat yang tinggal di sekitar tempat pelaksanaan kegiatan CSR PT Vale di Kabupaten Luwu Timur yaitu pada tiga kecamatan: Kecamatan Nuha, Wasuponda dan Towuti, sebanyak 105 orang dengan menggunakan teknik sampling menurut rumus Slovin. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui survei dan kuesioner. Metode analisis data menggunakan teknik statistik analisis regresi dengan pengolahan data menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh Implementasi CSR, Modal Sosial dan interaksi Implementasi CSR dengan Modal Sosial terhadap Kesejahteraan masyarakat adalah positif. Saat Implementasi CSR dan Modal Sosial meningkat maka Kesejahteraan Masyarakat akan mengalami peningkatan. Keberhasilan implementasi CSR perlu didukung oleh modal sosial, sekalipun variabel Modal Sosial tidak berpengaruh langsung terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Interaksi Implementasi CSR dengan Modal Sosial-lah yang memberi pengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa Modal Sosial merupakan variabel moderasi yang dapat memperkuat dan memperlemah pengaruh Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Karena itu, dalam melakukan implementasi CSR, perusahaan harus memperhatikan modal sosial yang ada dalam masyarakat sekitarnya.

## ABSTRACT

**Sihanto**, *Social Capital as Moderating Factor to the Influence of Tbk's Corporate Social Responsibility Implementation of PT Vale Indonesia towards Social Welfare.* (Supervised by Prof. Dr. Haris Maupa, SE., M.Si and Dr. Jusni, SE., M.Si.)

This study aims at identifying and analyzing the effect of implementation of PT Vale Indonesia Tbk's CSR (Corporate Social Responsibility) program to the welfare of the community around the company, observing and analyzing the effect of social capital in strengthening or weakening the implementation of PT Vale Indonesia Tbk CSR for the welfare of the community around the company.

The study uses a descriptive and regression research method. The population of research is the people who live around of PT Vale operation in East Luwu, comprising three sub-districts: Nuha, Wasuponda and Towuti. The respondents are 105 people, a number determined using Slovin sampling techniques method. The data used is primary and secondary data which were collected through surveys and questionnaires. Method of data analysis is the regression analysis technique with data processing software using SPSS.

The study result shows that there is positive effect of the CSR implementation, Social Capital and the interaction of CSR Implementation with Social Capital towards Community welfare. When the CSR implementation and Social Capital increase, the community welfare will accordingly increase. A successful implementation of CSR tends to be supported by existence of social capital, though the variable of social capital itself does not affect directly to creation of Social Welfare. Nevertheless, the Interaction of CSR Implementation with Social Capital truly gives significant influence on the community welfare. This study shows that social capital constitutes a moderating variable which is potential to strengthen or weaken the result of CSR Implementation towards community welfare pursuance. Therefore, when implementing its CSR program, a company must pay attention to social capital that exists in the surrounding community.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang atas karunia-Nya sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini.

Gagasan yang melatari tajuk permasalahan ini timbul dari hasil pengamatan penulis terhadap dinamika Implementasi Tanggung Jawab Sosial PT Vale di Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan. Selama lebih dari empat puluh tahun kehadirannya di Sulawesi Selatan, operasi bisnis PT Vale telah banyak memberi kontribusi pada perubahan daerah dan masyarakat. Perubahan-perubahan itu tampak dalam berbagai dimensi, baik perubahan ekonomi, sarana-prasarana, hingga social dan budaya. Dalam dimensi ekonomi, geliat PT Vale telah memberikan manfaat berganda bagi masyarakat setempat, pemerintah, bahkan negara. Dalam dimensi sosial-budaya, terjadi perubahan besar tatanan masyarakat yang dipengaruhi oleh kegiatan industri dan bisnis yang terus berkembang. Dalam dimensi sarana-prasarana, berbagai perkembangan telah menjadikan Luwu Timur sebagai salah satu wilayah di Sulawesi Selatan dengan fasilitas publik yang memadai.

Di balik berbagai perubahan dan perkembangan itu, ada pertanyaan: Apakah masyarakat setempat telah mendapatkan manfaat positif dari kehadiran PT Vale di Luwu Timur? Apakah masyarakat telah menikmati kesejahteraan melalui geliat bisnis dan implementasi tanggung jawab sosial yang diemban PT Vale selama ini? Jika masyarakat

mengalami berbagai perubahan, apakah tatanan sosial (modal sosial) masih mendukung komunitas untuk tetap menikmati faedah dari keberadaan dan kinerja PT Vale di wilayahnya? Study ini bermaksud untuk menggali sekelumit realitas keberadaan PT Vale dalam interaksinya dengan masyarakat yang dikembangkannya, atau pun yang telah diubahkan oleh kehadirannya.

Banyak kendala yang dihadapi oleh penulis dalam rangka penyusunan tesis ini. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak maka tesis ini akhirnya dapat diselesaikan juga.

Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus menyampaikan terima kasih kepada :

- Prof. Dr. Haris Maupa, SE., M.Si dan Dr. Jusni, SE., M.Si selaku Ketua Komisi Penasihat atas bantuan dan bimbingan yang telah diberikan selama penulisan tesis ini dan penyelesaian studi saya di Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin.
- Segenap Manajemen, staff dan karyawan PT Vale Indonesia Tbk yang mendukung dalam penyelesaian tesis dan study penulis.
- Segenap tokoh masyarakat, tokoh pemuda, tokoh agama, dan para pekerja sosial di Luwu Timur yang telah membantu kelancaran proses pengumpulan data dan informasi untuk penyusunan penelitian ini

- Istri dan kedua buah hatiku, Gracia dan Kalycia, yang selalu menjadi penyemangat dan inspirasi dalam menjalani dan menyelesaikan studi Pascasarjana ini.
- Rekan-rekan seperjuangan MM UNHAS - PT Vale Angkatan XXXI/B3
- Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan tesis ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu

Penulis mengharapkan penelitian ini bisa memberikan masukan bagi perusahaan, dan komunitas tempat penelitian ini berlangsung, juga kepada peneliti Manajemen Stratejik, pemerhati pemberdayaan masyarakat serta para pekerja sosial.

Makassar, Desember 2013

Sihanto Berliyan Bela

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DATAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	10
B. Modal Sosial Masyarakat .....	30
C. Kesejahteraan Masyarakat .....	44
D. Penelitian Terdahulu .....	49
E. Kerangka Konseptual .....	57
H. Hipotesis .....	61
BAB III METODE PENELITIAN .....	62
A. Rancangan Penelitian .....	62
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	62
C. Jenis dan Sumber Data .....	63
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sample .....	64
E. Variabel dan Definisi Konseptual .....	65
F. Metode Analisis Data .....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	73
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	73
B. Gambaran Umum Responden .....	89
C. Distribusi Jawaban Responden .....	90
D. Pengujian Hipotesis .....	106



E. Pembahasan .....	111
BAB V  SIMPULAN DAN SARAN .....	120
A. Simpulan .....	120
B. Saran .....	120
DAFTAR PUSTAKA .....	122

## DAFTAR TABEL

Tabel		halaman
3.1	Jumlah Penduduk pada Tiga Kecamatan di Luwu Timur 2009.....	64
3.2	Pengambilan Sampel secara Proporsional pada Tiga Kecamatan .....	65
4.1	Program Perbaikan dan Pengadaan Infrastruktural oleh PT Vale di Kabupaten Luwu Timur .....	80
4.2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	89
4.3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	90
4.4	Distribusi Frekuensi Staf PT Vale Memberikan Penjelasan dengan Mudah .....	91
4.5	Distribusi Frekuensi Peran PT Vale dalam Meningkatkan Kemampuan, Keterampilan dan Pengetahuan Masyarakat untuk Mengembangkan Diri .....	91
4.6	Distribusi Frekuensi Perusahaan Bertanggungjawab terhadap Kemajuan Masyarakat.....	92
4.7	Distribusi Frekuensi Perbaikan Infrastruktur Memudahkan Akses Lalulintas Barang.....	92
4.8	Distribusi Frekuensi Perbaikan Infrastruktur Meningkatkan Kegiatan Transportasi .....	93
4.9	Distribusi Frekuensi Perbaikan Infrastruktur Meningkatkan Pendapatan Masyarakat.....	93
4.10	Distribusi Frekuensi Komunikasi yang Baik .....	94
4.11	Distribusi Frekuensi Menjalin Hubungan yang Harmonis .....	94
4.12	Distribusi Frekuensi Program Pengadaan dan Perbaikan Infrastruktur PT Vale Lebih Mendekatkan Diri dengan Masyarakat .....	95
4.13	Distribusi Frekuensi PT Vale Tidak Hanya Mau Mengambil Keuntungan Semata .....	96
4.14	Distribusi Frekuensi PT Vale Berupaya Memudahkan Akses Masyarakat Sekitar .....	94
4.15	Distribusi Frekuensi Program Perbaikan dan Pengadaan Infrastruktur Dilakukan Secara Tulus (tanpa pamrih) oleh PT Vale .....	97
4.16	Distribusi Frekuensi PT Vale Tidak Melakukan Pengrusakan Alam Sekitar .....	97

4.17	Distribusi Frekuensi Program Perbaikan dan pengadaan infrastruktur PT Vale Tidak Menghasilkan Pencemaran Lingkungan .....	98
4.18	Distribusi Frekuensi PT Vale Juga Memperbaiki Lingkungan Sekitar dengan Menanami Pohon dan Menjaga Keasrian Lingkungan .....	98
4.19	Distribusi Frekuensi Integritas Anggota Masyarakat.....	99
4.20	Distribusi Frekuensi Sinergi Anggota Masyarakat .....	100
4.21	Distribusi Frekuensi Kepatuhan Anggota Masyarakat terhadap Norma .....	100
4.22	Distribusi Frekuensi Hubungan Interaksi Sosial Individu dalam Masyarakat .....	101
4.23	Distribusi Frekuensi Hubungan Interaksi Sosial Individu di Luar Komunitas .....	101
4.24	Distribusi Frekuensi Kepercayaan Antar Anggota Masyarakat .....	102
4.25	Distribusi Frekuensi Partisipasi Anggota dalam Mengikuti Kegiatan Kelompok Masyarakat.....	102
4.26	Distribusi Frekuensi Akses Konsumen Lebih Baik.....	103
4.27	Distribusi Frekuensi Barang Cepat Sampai dan Pendapatan Meningkatkan.....	104
4.28	Distribusi Frekuensi PT Infrastruktur Baik Memberikan Semangat untuk Melanjutkan Pendidikan .....	104
4.29	Distribusi Frekuensi Akses Untuk Mendapatkan Sarana Pendidikan Lebih Cepat .....	105
4.30	Distribusi Frekuensi PT Vale Berperan dalam Penyerapan Tenaga Kerja Lokal .....	106
4.31	Distribusi Frekuensi Investor Datang dan Menyerap Tenaga Kerja Lokal.....	106
4.32	Output Hasil Regresi Berganda .....	107
4.33	Output Uji F.....	109
4.34	Output Korelasi Simultan .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		halaman
.		
2.1	Gambar Kebutuhan Integritas dan Sinergi Organisasi pada Model Pemberdayaan Masyarakat melalui Program CSR .....	59
2.2	Skema Kerangka Konseptual .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
.	
1. Kuisisioner Penelitian .....	130
2. Tabulasi Data Hasil Kuisisioner Penelitian.....	141

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kesuksesan korporat tidak hanya ditentukan keberhasilan bisnisnya, tetapi juga kemampuannya menyukseskan program sosial dan lingkungan. “Hal ini terkait permasalahan dalam masyarakat yang mempengaruhi sekitar dan dunia usaha muncul banyaknya tekanan publik” (Sarniato, 2006:32). Dalam lima tahun terakhir di Indonesia, kian banyak perusahaan melaksanakan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) atau juga *Community Development* (CD). Bahkan kini, organisasi dan sektor swasta, serta kantor pemerintahan semakin giat memasukkan CSR dalam agenda prioritas organisasi (Republika, 2006).

Perusahaan yang mengemban tanggung jawabnya dengan sukses, merupakan perusahaan yang memiliki perhatian dan kepedulian besar terhadap pihak-pihak yang terkait dengan kelangsungan hidupnya. Tanggung jawab tersebut diwujudkan melalui investasi sosial jangka panjang. Pihak internal merupakan pihak yang utama dalam perencanaan dan pelaksanaan setiap program dalam perusahaan. Oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk menciptakan hubungan baik dengan pihak-pihak internal dalam perusahaannya. Tidak hanya pada pihak internal,

tanggung jawab perusahaan yang juga penting adalah pada pihak eksternal terutama masyarakat. Penting karena menyangkut eksistensi, pengakuan dan dukungan masyarakat terhadap perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah kesepakatan dari *World Summit on Sustainable Development* (WS-SD) di Johannesburg, Afrika Selatan pada tahun 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan di dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Peranan CSR dapat dipandang sebagai upaya untuk mewujudkan *good corporate governance*, *good corporate citizenship* dan *good business ethics* dari sebuah entitas bisnis. Sehingga perusahaan tidak cukup hanya memikirkan kepentingan *shareholder* (pemilik modal), tetapi juga mempunyai orientasi untuk memenuhi kepentingan seluruh *stakeholders* (Lihat, misalnya: Amba-Rao, 1993; Anderson, Jr., 1989; Kim, 2000; dan Raynard & Forstater, 2002).

Tanggung jawab sosial perusahaan secara yuridis telah dinyatakan melalui Undang-undang No. 40 Tahun 2007, tentang Perseroan Terbatas. Bab V, Pasal 74. Dalam pasal tersebut dijelaskan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan diwujudkan atas eksistensinya dalam kegiatan bisnis. Dewasa ini, menghadapi dampak globalisasi, kemajuan informasi teknologi, dan

keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius memperhatikan CSR.

Dalam implementasinya, CSR di Indonesia masih membutuhkan banyak perhatian oleh banyak pihak, baik pemerintah, masyarakat, terlebih perusahaan. Di antara ribuan perusahaan yang ada, diindikasikan belum semua perusahaan benar-benar menerapkan CSR dalam kegiatan usahanya. CSR masih merupakan bagian lain dari manajemen perusahaan, karena keberadaannya dianggap tidak memberikan kontribusi positif terhadap kelangsungan perusahaan. Padahal sesuai dengan undang-undang yang ada, keberadaan CSR melekat secara inheren dengan manajemen perusahaan. karenanya kegiatan dalam CSR pun perlu masuk dalam kontrol manajemen perusahaan (Friedman, 1984). Lebih jauh lagi dalam lingkungan bisnis perusahaan, masyarakat di sekitar perusahaan pada dasarnya merupakan pihak yang perlu mendapatkan apresiasi. Apresiasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan hidup mereka melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan melalui program CSR perusahaan. Hal ini karena perusahaan dan masyarakat pada dasarnya merupakan kesatuan elemen yang dapat menjaga keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Tujuan ideal dari peranan CSR perusahaan dalam kehidupan sosial kemasyarakatan ada beragam. Menurut Kim (2000) praktek



CSR perusahaan dapat diidentifikasi dalam berbagai tujuan, yakni pemenuhan hukum, kepentingan ekonomi, pengutamakan moral, dan filantropi. Namun demikian, tujuan tersebut masih dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi aktual di masyarakat terkait dengan tekanan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

PT Vale Indonesia Tbk (PT Vale) merupakan satu dari sedikit produsen nikel utama dunia yang telah mengembangkan tanggung sosial perusahaan melalui program CSR dan Pemberdayaan Masyarakat atau *Community Development (Comdev)*. Dalam konteks ini, aktivitas PT Vale tidak semata-mata didorong oleh kepentingan ekonomi dan pasar, atau sekadar memenuhi regulasi dan hukum. Secara khusus sebagai perusahaan pertambangan, PT Vale mengacu pada Undang-Undang No. 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara khususnya Pasal 95. Dalam pasal ini dijelaskan bahwa pemegang Izin Usaha Pertambangan (IUP) dan Izin Usaha Pertambangan Khusus (IUPK) diwajibkan untuk, antara lain, melaksanakan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat setempat. Selain itu, juga mengupayakan agar kebutuhan dan kepentingan masyarakat dapat terfasilitasi dengan baik; tentu dengan tetap mempertimbangkan aspek lingkungan hidup.

Dengan tujuan utama meneguhkan komitmen untuk tumbuh dan berkembang bersama masyarakat, program *ComDev* PT Vale

menggunakan model penjaringan kebutuhan (*need assessment*) yang partisipatif, transparan, dan bertanggungjawab. Atas dasar itu, PT Vale sangat menaruh perhatian agar program *Comdev* yang dilaksanakan oleh masyarakat, pemerintah, dan perusahaan secara bersama-sama dapat mencapai sasaran dan tujuannya.

Program Pemberdayaan Masyarakat PT Vale dilaksanakan oleh salah satu departemen khusus yang bernama Departemen External Relations dan Corporate Affairs. Secara khusus, departemen External Relations & Corporate Affairs ini mempunyai skop tugas dalam bidang pengelolaan hubungan dengan stakeholder external, seperti pemerintah, masyarakat, lembaga swadaya masyarakat, media, dan lain-lain, serta dalam program pengembangan masyarakat.

Sementara itu, aspek CSR lain di bidang lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, *good corporate governance*, dan lain-lain, dilaksanakan oleh departemen lain, seperti Departemen Environment, Health and Safety (EHS), Human Resources and Corporate Services (HRCS), Legal, Investor Relations, dan lain-lain.

Program pengembangan masyarakat PT Vale diimplementasikan di tiga provinsi tempatnya beroperasi: Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Tengah, dengan fokus pada enam sektor : (1) Pendidikan, (2) Kesehatan, (3) UMKM (usaha

mikro, kecil, dan menengah), (4) Pertanian, (5) Prasarana, (6) Sosial Budaya. Program-program tersebut di atas ditujukan bagi kesejahteraan masyarakat, terutama yang tinggal di sekitar wilayah operasi perusahaan. Program Comdev merupakan bagian dari kinerja PT Vale secara keseluruhan, karena PT Vale ingin tumbuh dan berkembang bersama masyarakat secara nyata. Bentuk tanggung jawab sosial tersebut diejawantahkan dalam berbagai aktivitas di antaranya pembangunan infrastruktur pemukiman bagi masyarakat sekitar. Di antaranya adalah proyek revitalisasi kawasan melalui penataan pemukiman masyarakat tepian Danau Matano dan pemukiman kembali (*resettlement*) masyarakat adat lokal. Beberapa aktivitas terkait itu antara lain pembangunan dan pengembangan jalan dan drainase di Perumahan Tapuondau, Sumasang, pembangunan sarana air bersih di Pekaloa dan Timampu, pembangunan pompa hydram di Towuti, di Kabupaten Luwu Timur, Propinsi Sulawesi Selatan.

Keberhasilan program CSR perusahaan tidak hanya bergantung pada perencanaan dan implementasi program yang berbasis *top down*, namun juga harus melibatkan modal sosial yang berbasis *bottom up* dari masyarakat. Keberhasilan program CSR perlu didukung integritas, sinergi, norma dan kebutuhan sosial masyarakat sebagai target program. Tanpa melibatkan modal sosial, program dapat menjadi tidak efektif karena tidak sesuai kebutuhan

masyarakat, tidak tepat sasaran, bahkan dapat menimbulkan konflik, korupsi dan predasi. Sebaliknya pelibatan modal sosial akan menimbulkan sinergi, kepercayaan dan integritas (Woolcock, 1998).

Hasil penelitian Gogali (2012) melalui pendekatan kualitatif menemukan bahwa program pengembangan masyarakat melalui CSR tidak berkontribusi dalam kemajuan ekonomi, sosial dan lingkungan. Pembangunan fasilitas pendidikan seperti Taman Kanak-Kanak dan Gedung Puskesmas menjadi potensi untuk korupsi. Di Desa One Pute Jaya misalnya dana pembangunan Taman Kanak-kanak sejumlah Rp.250 juta dipermasalahkan karena berjalan sangat lambat dari yang dijadwalkan sehingga menimbulkan kecurigaan terjadi *mark up*. Demikian pula ketika kepala desa memutuskan untuk membeli sendiri mesin traktor sebanyak 6 unit tanpa pemberitahuan kepada masyarakat. Hal ini menimbulkan kecurigaan sekaligus kecemburuan di dalam masyarakat.

Globalisasi dan teknologi informasi menjadi warna baru budaya pada masyarakat. Persaingan antar individu dalam satu desa, kekompakan menurun dratis yang sekaligus merefleksikan hilangnya kohesivitas sosial di pedesaan. Semangat gotong royong, tolong-menolong, dan saling ingat-mengingat antar individu dalam suatu entitas masyarakat desa menurun dratis, bahkan lebih dari itu, hilangnya rasa dan semangat untuk saling memberi (*reciprocity*), rasa saling percaya (*trust*) dan menipisnya jaringan-jaringan sosial (*social*

*networking*) di pedesaan. Budaya dengan orientasi *inward looking* dan sulit menerima ide-ide pembaharuan yang berasal dari luar kelompok dan lingkungan sosial dari suatu entitas sosial telah menghambat masyarakat untuk melakukan penyesuaian-penyesuaian nilai, norma, dan perilaku kelompok. Akibatnya, bantuan fasilitas pendidikan, kesehatan dan sarana fisik menjadi potensi korupsi. Bantuan dana (kredit) UMKM yang mengalir tidak banyak menolong pencapaian tujuan-tujuan seperti yang diinginkan. Dana Kredit yang diterima digunakan untuk keperluan kenduri, pemenuhan kebutuhan-kebutuhan konsumtif keluarga seperti membeli sepeda motor, membeli pakaian baru, memperbaiki rumah. Dana kredit yang diterima tidak dimanfaatkan sesuai dengan tujuan adanya kredit itu sendiri, sehingga menjadi kendala karena memperlemah efektivitas implementasi program CSR perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat.

Uraian di atas memberikan motivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “Peranan Modal Sosial Sebagai Moderasi Pengaruh Implementasi Tanggung Jawab Sosial PT Vale Indonesia Tbk Terhadap Kesejahteraan Masyarakat”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Vale Indonesia Tbk terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan?

2. Bagaimana pengaruh modal sosial masyarakat dalam memperkuat atau memperlemah implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Vale Indonesia Tbk terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Vale Indonesia Tbk terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal sosial masyarakat dalam memperkuat atau memperlemah implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Vale Indonesia Tbk terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan beberapa manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Secara teoritis diharapkan penelitian dapat menambah informasi atau wawasan yang lebih konkrit bagi lembaga legislatif, pemerintah, para praktisi ekonomi, dan khususnya para pengusaha mengenai manfaat penerapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini juga diharapkan dapat

memberikan sumbangan pemikiran ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan

- b. Memperkaya khasanah studi kasus bagi para peneliti yang berkecimpung dalam kajian tanggung jawab sosial perusahaan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian serupa di masa mendatang.

## 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi PT Vale dalam implementasi dan pengembangan program CSR yang berkaitan dengan aktivitas masyarakat.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

##### **1. Pengertian**

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility/CSR*), disebut juga *corporate conscience*, *corporate citizenship*, *social performance*, atau *sustainable responsible business/Responsible Business*) adalah strategi dan kebijakan perusahaan yang mengintegrasikan tanggung jawab ekonomi dengan tanggung jawab hukum, etika dan sosial yang diintegrasikan ke dalam suatu model bisnis. Tanggung jawab ekonomis berarti perusahaan perlu menghasilkan laba sebagai fondasi untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya. Namun dalam tujuan mencari laba, sebuah perusahaan juga harus bertanggung jawab secara hukum dengan mentaati ketentuan hukum yang berlaku. Secara etis perusahaan juga bertanggung jawab untuk mempraktekkan hal-hal yang baik dan benar sesuai dengan nilai-nilai, etika, dan norma-norma kemasyarakatan. Tanggung jawab sosial berarti perusahaan harus memberikan kontribusi bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat sejalan dengan operasi bisnisnya (Wood, 1991).



Istilah CSR mulai semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*, karya John Elkington (1998). Mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas sebelumnya oleh *The World Commission on Environment and Development (WCED)* dalam *Brundtland Report* (1987), John Elkington mengemas tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam tiga fokus: *3P*, singkatan dari *Profit*, *Planet* dan *People*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*Profit*). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*Planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*People*).

Berdasar pada *Trinidad and Tobago Bureau of Standards (TTBS)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Budimanta, Prasetijo & Rudito, 2004).

“*World Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan

memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan” (Iriantara, 2004).

“*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan” (Kotler & Nancy, 2005:4). “CSR Forum mendefinikan *Corporate Social Responsibility* sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan” (Wibisono, 2007).

Terdapat kasus moral yang kuat dalam tanggung jawab sosial dan bisnis. Penerapan tanggung jawab sosial dalam praktek manajemen berpusat pada memaksimalkan kontribusi bagi keberhasilan usaha dan mencapai tujuan yang berkesinambungan. *Corporate Social Reputation* merefleksikan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaksanakan oleh warga negara yang memiliki tata kelola yang baik, menyakini bahwa strategi non-pasar yang efektif dirumuskan dan diimplementasikan untuk pengelolaan dari citra dengan stakeholder, khususnya pelanggan dan special interest groups (Puente *et al.*, 2007).

Konsep mengenai tanggung jawab sosial perusahaan adalah perusahaan yang komersil berkewajiban untuk peduli pada seluruh *stakeholders* pada semua aspek dalam kegiatan operasional perusahaan (Oetzel *et al.*, 2007). Tanggung jawab sosial dihubungkan dengan prinsip untuk pembangunan yang berkelanjutan, di mana bertentangan dengan kewajiban perusahaan yang berdasarkan faktor keuangan dan ekonomi, perusahaan juga harus melihat konsekuensi dari kegiatan operasional mereka dari segi sosial, lingkungan dan lainnya.

Belum ada definisi CSR yang secara universal diterima oleh berbagai lembaga. Beberapa definisi di bawah ini menunjukkan keragaman pengertian CSR. Dalam penelitian ini, penulis melihat konsep CSR Asia lebih memenuhi kebutuhan yang disesuaikan dengan kondisi dalam CSR di PT Vale pada khususnya. CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempatan. Secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic-stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam pandangan CSR adalah

pengedepanan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, dengan paling sedikit merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah *Golden Rules*, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan. Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat.

CSR bukan hanya sebagai media perusahaan untuk menyampaikan pesan moral dan etis, melainkan juga merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan, keluarganya, masyarakat sekitar dan para pemangku kepentingan. Karena itu, CSR dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta terus-menerus menjaga agar pengelolaan dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomi-bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. Dengan pemahaman seperti itu, dapat dikatakan bahwa, CSR adalah prasyarat perusahaan untuk bisa meraih

legitimasi sosiologis kultural yang kuat dari masyarakatnya. Dengan demikian CSR dapat diterjemahkan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan.

## **2. Motivasi dan Manfaat CSR**

Menurut Achmad Daniri (2005), terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan menerapkan program tanggung jawab sosial, yaitu yang berasal dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dari dalam perusahaan (*internal drivers*). Termasuk kategori pendorong dari luar, misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah memberlakukan audit Proper (Program penilaian peningkatan kinerja perusahaan). Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholders*), termasuk tingkat kepedulian/tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*Community Development Responsibility*).

Menurut Ahmad Daniri (2005) ada empat manfaat yang diperoleh oleh perusahaan dengan mengimplementasikan program tanggung jawab sosial, sebagai berikut:

1. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan; perusahaan juga mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas.

2. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal).
3. Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
4. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

Penerapan CSR di perusahaan akan menciptakan iklim saling percaya di dalamnya, yang akan menaikkan motivasi dan komitmen karyawan. Pihak konsumen, investor, pemasok, dan *stakeholders* yang lain juga telah terbukti lebih mendukung perusahaan yang dinilai bertanggung jawab sosial, sehingga meningkatkan peluang pasar dan keunggulan kompetitifnya. Dengan segala kelebihan itu, perusahaan yang menerapkan CSR akan menunjukkan kinerja yang lebih baik serta keuntungan dan pertumbuhan yang meningkat. Memang saat ini belum tersedia formula yang dapat memperlihatkan hubungan praktik CSR terhadap keuntungan perusahaan sehingga banyak kalangan dunia usaha yang bersikap skeptis dan menganggap CSR tidak memberi dampak atas prestasi usaha, karena mereka memandang bahwa CSR hanya merupakan komponen biaya yang mengurangi keuntungan. Praktek CSR akan berdampak positif jika dipandang

sebagai investasi jangka panjang, karena dengan melakukan praktek CSR yang berkelanjutan, perusahaan akan mendapat tempat di hati, sehingga izin operasional dari masyarakat, bahkan mampu memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan. (Susanto,2007)

“Perusahaan yang menjalankan model bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang stratejik dan *sustainable* akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat” (Wibisono, 2007, p.66). Philip Kotler dan Nancy Lee juga mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan karena jika perusahaan menjalankan tata kelola bisnisnya dengan baik dan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah maka pemerintah dan masyarakat akan memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi di wilayah mereka. Citra positif ini akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan hidupnya saat mengalami krisis (Kotler & Nancy, 2005)

Melihat pentingnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam membantu perusahaan menciptakan citra positifnya, perusahaan seharusnya melihat CSR bukan sebagai

sentra biaya (cost center) melainkan sebagai sentra laba (profit center) di masa mendatang. Logikanya sederhana, jika CSR diabaikan, akan terjadi insiden. Biaya yang dikeluarkan untuk *recovery* bisa jadi lebih besar dibandingkan biaya yang ingin dihemat melalui peniadaan CSR itu sendiri. Hal ini belum termasuk risiko non-finansial berupa memburuknya citra perusahaan di mata publiknya (Wibisono, 2007).

### **3. Lima Pilar Aktivitas *Corporate Social Responsibility***

Dalam penelitian kali ini konsep *Corporate Social Responsibility* akan diukur dengan menggunakan lima pilar aktivitas CSR dari Prince of Wales International Business Forum, yaitu (Wibisono, 2007:119) :

- a. *Building Human Capital*. Secara internal, perusahaan dituntut untuk menciptakan SDM yang andal. Secara eksternal, perusahaan dituntut untuk melakukan pemberdayaan masyarakat, biasanya melalui *Community Development*.
- b. *Strengthening Economies*. Perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin, mereka harus memberdayakan ekonomi sekitar.
- c. *Assessing Social Cohesion*. Perusahaan dituntut untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik



- d. *Encouraging Good Governence*. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan harus menjalankan tata kelola bisnis dengan baik
- e. *Protecting the Environment*. Perusahaan berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan.

#### **4. Bentuk Program *Corporate Social Responsibility***

Kotler dalam buku “*Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company*” (2005) menyebutkan beberapa bentuk program CSR yang dapat dipilih, yaitu:

- a. *Cause Promotions*

Dalam *cause promotions* ini perusahaan berusaha untuk meningkatkan *awareness* masyarakat mengenai suatu isu tertentu, dimana isu ini tidak harus berhubungan atau berkaitan dengan lini bisnis perusahaan. Kemudian perusahaan mengajak masyarakat untuk menyumbangkan waktu, dana atau benda mereka untuk membantu mengatasi atau mencegah permasalahan tersebut. Dalam *cause promotions* ini, perusahaan bisa melaksanakan programnya secara sendiri atau pun bekerjasama dengan lembaga lain, misalnya: *non government organization*. *Cause Promotions* dapat dilakukan dalam bentuk: 1) meningkatkan *awareness* dan *concern* masyarakat terhadap satu isu tertentu, 2) mengajak masyarakat untuk mencari tahu lebih mendalam mengenai suatu isu dalam masyarakat, 3) mengajak masyarakat untuk menyumbangkan

uang, waktu, ataupun barang milik mereka untuk membantu mengatasi dan mencegah suatu permasalahan tertentu, 4) mengajak orang untuk ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event tertentu, misalnya: mengikuti gerak jalan, menandatangani petisi, dll.

b. *Cause-Related Marketing*

Dalam *cause related marketing*, perusahaan akan mengajak masyarakat untuk membeli atau menggunakan produknya, baik itu barang atau jasa, di mana sebagian dari keuntungan yang didapat perusahaan akan didonasikan untuk membantu mengatasi atau mencegah masalah tertentu. *Cause related marketing* dapat berupa: 1) Setiap barang yang terjual, maka sekian persen akan didonasikan, 2) Setiap pembukaan rekening atau account baru, maka beberapa rupiah akan didonasikan, 3)

c. *Corporate Social Marketing*

*Corporate Social Marketing* ini dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk mengubah perilaku masyarakat (*behavioral changes*) dalam suatu isu tertentu. Biasanya *corporate social marketing*, berfokus pada bidang-bidang di bawah ini, yaitu: 1) Bidang kesehatan (*health issues*), misalnya: mengurangi kebiasaan merokok, HIV/AIDS, kanker, *eating disorders*, dll., 2) Bidang keselamatan (*injury prevention issues*), misalnya:

keselamatan berkendara, pengurangan peredaran senjata api, dll., 3) Bidang lingkungan hidup (*environmental issues*) , misalnya: konservasi air, polusi, pengurangan penggunaan pestisida, 4) Bidang kemasyarakatan (*community involvement issues*), misalnya: memberikan suara dalam pemilu, menyumbangkan darah, perlindungan hak-hak binatang, dll.

d. *Corporate Philanthropy*

*Corporate philanthropy* mungkin merupakan bentuk CSR yang paling tua. *Corporate philanthropy* dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan kontribusi/sumbangan secara langsung dalam bentuk dana, jasa atau alat kepada pihak yang membutuhkan baik itu lembaga, perorangan ataupun kelompok tertentu. *Corporate philanthropy* dapat dilakukan dengan menyumbangkan: 1) uang secara langsung, misalnya memberikan beasiswa kepada anak-anak yang tidak mampu, dll., 2) barang/produk, misalnya memberikan bantuan peralatan tulis untuk anak-anak yang belajar di sekolah-sekolah terbuka, dll., 3) jasa, misalnya memberikan bantuan imunisasi kepada anak-anak di daerah terpencil, dll., 4) izin untuk menggunakan fasilitas atau jalur distribusi yang dimiliki oleh perusahaan, misalnya sebuah hotel menyediakan satu ruangan khusus untuk menjadi *showroom* bagi produk-produk kerajinan tangan rakyat setempat, dll.

#### e. *Corporate Volunteering*

Community Volunteering adalah bentuk CSR di mana perusahaan mendorong atau mengajak karyawannya ikut terlibat dalam program CSR yang sedang dijalankan dengan jalan mengkontribusikan waktu dan tenaganya. Beberapa bentuk community volunteering, yaitu: 1) Perusahaan mengorganisir karyawannya untuk ikut berpartisipasi dalam program CSR yang sedang dijalankan oleh perusahaan, misalnya sebagai staff pengajar, dll., 2) perusahaan memberikan dukungan dan informasi kepada karyawannya untuk ikut serta dalam program-program CSR yang sedang dijalankan oleh lembaga-lembaga lain, di mana program-program CSR tersebut disesuaikan dengan bakat dan minat karyawan, 3) memberikan kesempatan (waktu) bagi karyawan untuk mengikuti kegiatan CSR pada jam kerja, di mana karyawan tersebut tetap mendapatkan gajinya, 4) memberikan bantuan dana ke tempat-tempat di mana karyawan terlibat dalam program CSR. Banyaknya dana yang disumbangkan tergantung pada banyaknya jam yang dihabiskan karyawan untuk mengikuti program CSR di tempat tersebut.

#### f. *Socially Responsible Bussiness*

Dalam hal ini, perusahaan melakukan perubahan terhadap salah satu atau keseluruhan sistem kerjanya agar dapat mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan dan

masyarakat. *Socially responsible business*, dapat dilakukan dalam bentuk: 1) memperbaiki proses produksi, misalnya melakukan penyaringan terhadap limbah sebelum dibuang ke alam bebas untuk menghilangkan zat-zat yang berbahaya bagi lingkungan, menggunakan pembungkus yang dapat didaur ulang (ramah lingkungan), 2) menghentikan produk-produk yang dianggap berbahaya tapi tidak ilegal, 3) hanya menggunakan distributor yang memenuhi persyaratan dalam menjaga lingkungan hidup, 4) membuat batasan umur dalam melakukan penjualan, misalnya barang-barang tertentu tidak akan dijual kepada anak yang belum berumur 18 tahun

Program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu (Himawan, 2005):

- a. *Community Relation*, yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) perusahaan.
- b. *Community Services* merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah dilakukan oleh masyarakat

sendiri sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.

- c. *Community Empowering* adalah program yang berkaitan dengan pemberian akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan usaha industri kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya dan perusahaan memberikan akses kepada pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini, sasaran utama adalah kemandirian komunitas.

## **5. Landasan Hukum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan & Pemberdayaan Masyarakat**

Di Tanah Air, debut program tanggung jawab sosial perusahaan semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007. Disebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1). UU PT tidak menyebutkan secara rinci berapa besaran biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan program tanggung jawab sosial serta sanksi bagi yang melanggar. Pada ayat 2, 3 dan 4 hanya disebutkan bahwa program tanggung jawab sosial "dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang

pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran”.

Peraturan lain yang menyentuh CSR adalah UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa ”setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Meskipun UU ini telah mengatur sanksi-sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha perseorangan yang mengabaikan CSR (Pasal 34), UU ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal program tanggung jawab sosial bagi perusahaan nasional.

Jika dicermati, peraturan tentang program tanggung jawab sosial yang relatif lebih terperinci adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan. Seperti kita ketahui, program tanggung jawab sosial perusahaan milik BUMN adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) (Edi Suharto/CSRAudit/2008)

Dalam UU BUMN dinyatakan bahwa selain mencari keuntungan, peran BUMN adalah juga memberikan bimbingan bantuan secara aktif kepada pengusaha golongan lemah, koperasi

dan masyarakat. Selanjutnya, Permen Negara BUMN menjelaskan bahwa sumber dana PKBL berasal dari penyisihan laba bersih perusahaan sebesar 2 persen yang dapat digunakan untuk Program Kemitraan ataupun Bina Lingkungan. Peraturan ini juga menegaskan bahwa pihak-pihak yang berhak mendapat pinjaman adalah pengusaha beraset bersih maksimal Rp.200 juta atau beromset paling banyak Rp.1 miliar per-tahun (lihat Majalah Bisnis dan CSR, 2007)

Namun, UU ini pun masih menyisakan pertanyaan. Selain hanya mengatur BUMN, program kemitraan perlu dikritisi sebelum disebut sebagai kegiatan program tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Sribugo Suratmo (2008), kegiatan kemitraan mirip dengan sebuah aktivitas sosial dari perusahaan, namun di sini masih ada bau bisnisnya. Masing-masing pihak harus memperoleh keuntungan.

Secara khusus, sebagai perusahaan tambang, PT Vale senantiasa berkomitmen untuk mematuhi Undang-Undang No. 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara khususnya pasal 95. Dalam pasal ini dijelaskan bahwa pemegang Izin Usaha Pertambangan (IUP) dan Izin Usaha Pertambangan Khusus (IUPK) diwajibkan untuk, antara lain melaksanakan pengembangan dan pembedayaan masyarakat setempat.



## 6. Standarisasi Pelaksanaan CSR di Indonesia

Pada tahun 2001, ISO—suatu lembaga internasional dalam perumusan standar atau pedoman, menggagas perlunya standar tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR standard*). Setelah mengalami diskusi panjang selama hampir 4 tahun tentang gagasan ini, akhirnya Dewan manajemen ISO menetapkan bahwa yang diperlukan adalah Standar Tanggungjawab Sosial atau *Social Responsibility Standard* (ISO, 2005). CSR merupakan salah satu bagian dari SR. Tidak hanya perusahaan yang perlu terpanggil melakukan SR tetapi semua organisasi, termasuk pemerintah dan LSM. (Hardiansyah, 2007)

Sejak Januari 2005 dibentuk kelompok kerja ISO 26000 untuk merumuskan draf standar SR. Definisi tanggungjawab Sosial/*Social Responsibility* (SR), berdasarkan dokumen draf dokumen ISO 26000, adalah etika dan tindakan terkait tanggungjawab organisasi yang mempertimbangkan dampak aktivitas organisasi pada berbagai pihak dengan cara-cara yang konsisten dengan kebutuhan masyarakat. *Social Responsibility* (SR) merupakan kepedulian dan tindakan manajemen organisasi pada masyarakat dan lingkungan, di samping harus menaati aspek legal yang berlaku. ISO 26000 memberikan prinsip-prinsip dasar, isu-isu universal dan kerangka pikir yang menjadi landasan umum bagi penyelenggaraan SR oleh setiap organisasi, tanpa

membedakan ukuran dan jenis organisasi. ISO 26000 tidak dimaksudkan untuk menjadi standar sistem manajemen dan tidak untuk sertifikasi perusahaan. ISO 26000 juga tidak dimaksudkan untuk menggantikan konsensus internasional yang sudah ada, tetapi untuk melengkapi dan memperkuat berbagai konsensus internasional, misalnya tentang lingkungan, hak asasi manusia, perlindungan pekerja, MDGs, dan lain sebagainya. Prinsip Penyelenggaraan SR antara lain terkait dengan pembangunan berkelanjutan, penentuan dan pelipatan *stakeholders*; komunikasi kebijakan kinerja SR; penghargaan terhadap nilai-nilai universal, pengintegrasian SR dalam kegiatan normal organisasi. Oleh karena itu, ada tujuh isu utama dalam perumusan ISO 26000 yaitu 1) isu lingkungan, 2) isu hak asasi manusia, 3) isu praktek ketenagakerjaan, 4) isu pengelolaan organisasi, 5) isu praktik beroperasi yang adil, 6) isu hak dan perlindungan konsumen, dan 7) isu partisipasi masyarakat. Dokumen Final ISO 26000 dipublikasi pada awal tahun 2009. Diharapkan keberadaan ISO 26000 akan berdampak positif pada upaya percepatan penanggulangan masalah kemiskinan, masalah pangan dan gizi, masalah kesehatan, masalah pendidikan, dan masalah kesejahteraan sosial.

Sebagai salah satu instrumen untuk mendorong gagasan pemerataan ekonomi, keadilan sosial dan pemeliharaan

lingkungan yang berkelanjutan, implementasi CSR merupakan tanggungjawab perusahaan dalam arti menyeluruh. Implementasi yang baik dari instrumen ini membutuhkan penjabaran nilai-nilai etika sosial dan lingkungan lebih jauh dalam organisasi perusahaan.

## **B. Modal Sosial Masyarakat**

Istilah "Modal" banyak digunakan dalam analogi bentuk-bentuk modal ekonomi. Dalam pendekatan produksi, sumberdaya utama untuk menentukan tingkat produksi adalah kekayaan alam, modal manusia, modal fisik, modal keuangan, dan modal sosial (Sakata, 2002). Teknologi, kekayaan alam, modal fisik, modal keuangan dan sumberdaya manusia merupakan faktor penting dalam menentukan kapasitas masyarakat untuk menghasilkan suatu produk dalam mendukung kesejahteraan ekonomi. Namun demikian, faktor produksi tersebut belum mampu melihat tingkat interdependensi antar individu dalam masyarakat kalau tidak didukung oleh faktor institusi dan nilai yang berlaku di masyarakat. Determinan kesejahteraan (*well-being*) hanya terbatas pada faktor fisik (alam, ekonomi, dan sumberdaya manusia), dan sedikit sekali melihat kesejahteraan dalam konteks modal sosial. Padahal modal sosial merupakan sumberdaya terpenting dalam kehidupan masyarakat karena modal ini merupakan jaringan/hubungan keluarga terhadap dunia luar baik bersifat formal

maupun informal untuk memecahkan berbagai persoalan yang ada di masyarakat termasuk masalah peningkatan kesejahteraan keluarga.

Istilah modal sosial pertama kali muncul pada tulisan Hanifan (1916) dalam konteks peningkatan kondisi hidup masyarakat melalui keterlibatan masyarakat, niat baik serta atribut-atribut sosial lain dalam bertetangga. Dalam karya tersebut, muncul ciri utama dari modal sosial yakni membawa manfaat internal dan eksternal. Setelah karya Hanifan, *The Rural School of Community Center*, istilah modal sosial tidak muncul dalam literatur ilmiah selama beberapa dekade. Pada tahun 1956, sekelompok ahli sosiologi perkotaan Kanada menggunakannya dan diperkuat dengan kemunculan teori pertukaran George C. Homans pada tahun 1961. Pada era ini, istilah modal sosial muncul pada pembahasan mengenai ikatan-ikatan komunitas. Penelitian yang dilakukan Coleman (1988) di bidang pendidikan dan Putnam (1993) mengenai partisipasi dan performa institusi telah menginspirasi banyak kajian mengenai modal sosial saat ini (Wallis dan Killerby, 2004).

Modal sosial dalam konsep sosiologis, mengacu pada hubungan dalam jaringan sosial (Portes, 1998). Modal sosial tidak seperti bentuk-bentuk modal tradisional. Tidak habis penggunaannya, tetapi dapat habis tanpa digunakan ("hilang"). Sama seperti modal fisik atau modal manusia, modal sosial dapat meningkatkan produktivitas (baik individu maupun kolektif). Jadi modal sosial mempengaruhi produktivitas individu dan kelompok (Putnam, 2000).

Modal sosial berbeda dengan istilah populer lainnya, yaitu modal manusia (*human capital*). Pada modal manusia segala sesuatunya lebih merujuk ke dimensi individual yaitu daya dan keahlian yang dimiliki oleh seorang individu. Pada modal sosial lebih menekankan pada potensi kelompok dan pola-pola hubungan antarindividu dalam suatu kelompok dan antarkelompok dengan ruang perhatian pada jaringan sosial, norma, nilai, dan kepercayaan antarsesama yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok. Selain itu, modal sosial digunakan juga untuk memahami berbagai masalah sosial yang lain. Konsep modal sosial dapat dipakai untuk memahami berfungsinya pasar, di mana adanya modal sosial menurunkan biaya transaksi. Karena adanya kepercayaan dalam bertransaksi akan menghilangkan atau meminimalkan kontrak-kontrak resmi (Fukuyama, 2000, dan Coleman, 2000).

Fukuyama (2000) mendefinisikan modal sosial sebagai norma informal yang dapat mendorong kerjasama antar anggota masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, modal sosial akan tampak dari suasana saling percaya antar warga masyarakat. Fukuyama (2000) berpendapat bahwa ada hubungan erat antara modal sosial dengan tingkat kesejahteraan suatu masyarakat atau bangsa. Negara atau bangsa-bangsa yang tingkat kesejahteraannya tinggi adalah bangsa-bangsa yang memiliki modal sosial tinggi. Argumennya, rasa saling percaya antar warga masyarakat dan kemauan untuk bekerjasama

menyebabkan "biaya transaksi" dan "biaya kontrol" menjadi rendah, dan hasilnya adalah kehidupan yang lebih efisien dan produktif. Dengan demikian, sumber daya yang ada, dapat dioptimalkan untuk melakukan kegiatan yang membangun nilai tambah bagi kehidupan masyarakatnya. Melalui kegiatan yang membangun nilai tambah inilah maka *multiplier effects* bagi kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat dapat terwujud.

Situasi tersebutlah yang akan menjadi resep kunci bagi keberhasilan pembangunan di segala bidang kehidupan, dan terutama bagi kestabilan pembangunan ekonomi dan demokrasi. Pada masyarakat yang secara tradisional telah terbiasa dengan bergotong royong serta bekerjasama dalam kelompok atau organisasi yang besar cenderung akan merasakan kemajuan dan mampu, secara efisien dan efektif, memberikan kontribusi penting bagi kemajuan negara dan masyarakat.

Modal sosial merupakan kekuatan yang mampu membangun *civil community* yang dapat meningkatkan pembangunan partisipatif, dengan demikian basis modal sosial adalah kepercayaan (*trust*), ideologi dan religi. Modal sosial dapat dicirikan sebagai bentuk kerelaan individu untuk mengutamakan keputusan komunitas. Dampak dari kerelaan ini akan menumbuhkan interaksi kumulatif yang menghasilkan kinerja yang mengandung nilai sosial. Fukuyama (2000) mengilustrasikan modal sosial dalam *trust*, *believe* dan *vertrauen*,

artinya bahwa pentingnya kepercayaan yang mengakar dalam faktor kultural seperti etika dan moral. *Trust* muncul maka komunitas membagikan sekumpulan nilai-nilai moral, sebagai jalan untuk menciptakan pengharapan umum dan kejujuran. Ia juga menyatakan bahwa asosiasi dan jaringan lokal sungguh mempunyai dampak positif bagi peningkatan kesejahteraan ekonomi dan pembangunan lokal serta memainkan peran penting dalam manajemen lingkungan. Terkait nilai ekonomi, Coleman (2000) menegaskan modal sosial sebagai alat untuk memahami aksi sosial secara teoretis yang mengkombinasikan perspektif sosiologi dan ekonomi. Pengertian ini dipertegas oleh ismail Serageldin (1998) bahwa modal sosial selalu melibatkan masyarakat. Ia muncul bukan semata dari interaksipasar dan memiliki nilai ekonomis.

Modal sosial juga sangat dekat dengan terminologi sosial lainnya seperti yang dikenal sebagai kebajikan sosial (*social virtue*). Perbedaan keduanya terletak pada dimensi jaringan. Kebajikan sosial akan sangat kuat dan berpengaruh jika di dalamnya melekat perasaan keterikatan untuk saling berhubungan yang bersifat timbal balik dalam suatu bentuk hubungan sosial. Putnam (2000) memberikan proposisi bahwa suatu entitas masyarakat yang memiliki kebajikan sosial yang tinggi, tetapi hidup secara sosial terisolasi akan dipandang sebagai masyarakat yang memiliki tingkat modal sosial yang rendah

Bank Dunia (World Bank, 2001), menggunakan konsep modal sosial untuk menerangkan berbagai kemajuan dalam pengentasan

kemiskinan. Kaum miskin menggunakan hubungan sosial dalam mengatasi kemiskinannya, terutama pada waktu terjadi guncangan-guncangan karena kegagalan panen ataupun keadaan mendesak lainnya. Dengan istilah “*social fabric*” yang menunjuk pada *the bond of reciprocity and trust* atau kelekatan/ikatan timbal balik dan kepercayaan merupakan suatu bentuk asuransi bagi kaum miskin. Karena ketiadaan atau kekurangan kekayaan-kekayaan yang lain seperti kekayaan fisik dan modal manusia (*human capital*), maka kaum miskin sangat tergantung pada kekayaan sosial (modal sosial).

Berdasarkan konsepsi modal sosial di atas, dipahami bahwa konsep modal sosial bukan sesuatu yang baru dan terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Konsep utama modal sosial tersebut adalah: hubungan jaringan-jaringan (*networks*), kepercayaan, norma-norma dan nilai-nilai yang dibagikan dalam suatu kelompok yang mengarahkan pada tindakan yang bermanfaat.

Woolcock (2001) membedakan tiga tipe modal sosial, yaitu (1) *social bounding*, yang bekerja pada kelompok-kelompok sosial dan Komunitas; (2) *social bridging*, yang muncul dan berkembang dalam hubungan antar kelompok-kelompok sosial pada satu komunitas dan; (3) *social linking*, yang muncul dan berkembang dalam hubungan antara kelompok-kelompok social atau komunitas dengan pemerintah. Menurut Woolcock (2001), *social bounding* bisa berupa nilai, kultur, persepsi dan tradisi atau adat-istiadat (*custom*). Pengertian *social*



*bounding* adalah tipe modal sosial dengan karakteristik adanya ikatan yang kuat dalam sistem sosial seperti halnya keluarga yang mempunyai hubungan kekerabatan dengan keluarga lain yang masih satu etnik. Hubungan kekerabatan ini bisa menyebabkan adanya rasa empati/kebersamaan, rasa simpati, rasa berkewajiban, rasa percaya, resiprositas, pengakuan timbal balik nilai kebudayaan yang mereka percaya. Norma-norma seperti nilai, kultur, persepsi dan tradisi atau adat-istiadat (*custom*) tercermin dalam kehidupan sehari-hari. *Social bridging* bisa berupa institusi atau mekanisme. *Social bridging* merupakan ikatan sosial yang timbul sebagai reaksi atas berbagai macam karakteristik kelompoknya. Ia bisa muncul karena adanya berbagai macam kelemahan yang ada didalamnya sehingga memutuskan untuk membangaun kekuatan dari luar dirinya. Wilayah kerja *social bridging* lebih luas dari *social bounding* karena dapat bekerja lintas kelompok etnik, maupun kelompok kepentingan. *Social bridging* bisa juga dilihat dengan adanya keterlibatan umum sebagai warga negara (*civic engagement*), asosiasi, dan jaringan. *Social linking* bisa berupa hubungan atau jaringan sosial. Hubungan sosial dicirikan dengan adanya hubungan di antara beberapa level dari kekuatan sosial maupun status sosial yang ada dalam masyarakat. Misalnya hubungan antara masyarakat pesisir propinsi Sulawesi Selatan dengan lembaga perbankan atau pemerintah yang dianggap memiliki modal ekonomi

yang dapat mendukung kegiatan produksi dan memfasilitasi pemasarannya secara lebih proporsional.

Ketiga tipe modal sosial ini dapat bekerja tergantung keadaannya. Ia dapat bekerja dalam kelemahan maupun kelebihan suatu masyarakat. Ia juga dapat digunakan dan dijadikan pendukung sekaligus penghambat dalam ikatan sosial sehingga tergantung bagaimana individu dan masyarakat memaknainya. Apa pun bentuk modalnya, baik material (*physical*) atau non material seperti modal manusia, semuanya memperlihatkan adanya suatu *asset* (kekayaan) atau suatu tingkatan kekayaan yang memproduksi aliran keuntungan (*benefit*). Aliran keuntungan dari modal sosial atau sangkutan yang mana modal sosial mempengaruhi pembangunan memasukkan seluruh elemen seperti informasi yang dibagikan, tindakan bersama, pengambilan keputusan bersama dan pengurangan perilaku yang oportunistis.

Modal sosial dapat didiskusikan dalam konteks komunitas yang kuat (*strong community*), masyarakat sipil yang kokoh, maupun identitas negara-bangsa (*nation-state identity*). Modal sosial, termasuk elemen-elemennya seperti kepercayaan, kohesivitas, altruisme, gotong-royong, jaringan, dan kolaborasi sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi melalui beragam mekanisme, seperti meningkatnya rasa tanggungjawab terhadap kepentingan publik, meluasnya partisipasi dalam proses

demokrasi, menguatnya keserasian masyarakat dan menurunnya tingkat kekerasan dan kejahatan (Suharto, 2005a; Suharto 2005b).

Dua tokoh utama yang mengembangkan konsep modal sosial, Putnam dan Fukuyama, memberikan definisi modal sosial yang penting. Meskipun berbeda, definisi keduanya memiliki kaitan yang erat (Spellerberg, 1997), terutama menyangkut konsep kepercayaan (*trust*). Putnam mengartikan modal sosial sebagai penampilan organisasi sosial seperti jaringan-jaringan dan kepercayaan yang memfasilitasi adanya koordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama. Menurut Fukuyama, modal sosial adalah kemampuan yang timbul dan adanya kepercayaan dalam sebuah komunitas.

Elemen-elemen pokok modal sosial tersebut antara lain adalah: (1) hubungan saling percaya (*trust*); (2) jaringan sosial (*social networks*) (3) pranata (*institutions*); dan (4) resiprositas (*pertukaran timbal balik*) (Ostrom, 1993; Putnam, 1993; Fukuyama, 1995; Adams & Someswar, 1996; Grootaert, 1998; Pretty & Ward, 1999; Krishna & Uphoff, 1999; Lubis, 2002; Badaruddin, 2006).

Inti telaah modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat dalam suatu entitas atau kelompok untuk bekerja sama. Kerjasama tersebut ditandai oleh suatu pola interrelasi timbal balik yang saling menguntungkan, dan dibangun di atas kepercayaan yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat.

Kekuatan tersebut akan maksimal jika didukung oleh semangat proaktif membuat jalinan hubungan di atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

a. Norma (*norm*)

Norma-norma sosial akan sangat berperan dalam mengontrol bentuk-bentuk perilaku yang tumbuh dalam masyarakat. Pengertian norma itu sendiri adalah sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada suatu entitas sosial tertentu. Norma-norma ini biasanya terinstitusionalisasi dan mengandung sanksi sosial yang dapat mencegah individu berbuat sesuatu yang menyimpang dari kebiasaan yang berlaku di masyarakatnya. Aturan-aturan kolektif tersebut biasanya tidak tertulis tapi dipahami oleh setiap anggota masyarakat dan menentukan pola tingkah laku yang diharapkan dalam konteks hubungan sosial.

Aturan-aturan kolektif ini misalnya, bagaimana cara menghormati orang yang lebih tua, menghormati pendapat orang lain, norma untuk hidup sehat, norma untuk tidak mencurangi orang lain, norma untuk selalu bersama-sama dan sejenisnya. Jika dalam suatu komunitas, asosiasi, kelompok atau group, norma tersebut tumbuh, dipertahankan dan kuat akan memperkuat masyarakat itu sendiri. Itulah alasan rasional mengapa norma merupakan salah satu unsur modal sosial yang akan merangsang berlangsungnya kohesivitas sosial yang hidup dan kuat.

b. Nilai-nilai (*value*)

Nilai adalah suatu ide yang telah turun-temurun dianggap benar dan penting oleh anggota kelompok masyarakat. Misalnya, nilai, harmoni, prestasi, kerja keras, kompetisi dan lainnya merupakan contoh-contoh nilai yang umum dikenal dalam kehidupan masyarakat. Nilai senantiasa memiliki kandungan konsekuensi yang ambivalen. Nilai harmoni misalnya, yang oleh banyak pihak dianggap sebagai pemicu keindahan dan kerukunan hubungan sosial yang tercipta, tetapi di sisi lain dipercaya pula untuk senantiasa menghasilkan suatu kenyataan yang menghalangi kompetisi dan produktifitas.

c. Rasa Saling Percaya (*Trust*)

*Trust* atau rasa percaya (mempercayai) adalah suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan sosialnya yang didasari oleh perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan senantiasa bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling mendukung, paling tidak yang lain tidak akan bertindak merugikan diri dan kelompoknya (Putman, 1993, 1995, 2002). Dalam pandangan Fukuyama (1995, 2002), *trust* adalah sikap saling mempercayai di masyarakat tersebut saling bersatu dengan yang lain dan memberikan kontribusi pada peningkatan modal sosial.

Berbagai tindakan kolektif yang didasari atas rasa saling mempercayai yang tinggi akan meningkatkan partisipasi masyarakat

dalam berbagai macam bentuk dan dimensi terutama dalam konteks membangun kemajuan bersama. Turunnya dan rendahnya rasa saling percaya dalam masyarakat akan mengakibatkan terjadinya berbagai problematik sosial yang serius. Masyarakat yang kurang memiliki perasaan saling mempercayai akan sulit menghindari berbagai situasi kerawanan sosial ekonomi yang mengancam.

d. Relasi timbal-balik (*Reciprocity*)

Modal sosial senantiasa diwarnai oleh kecenderungan saling tukar kebaikan antar individu dalam suatu kelompok atau antar kelompok itu sendiri. Pola pertukaran ini bukanlah sesuatu yang dilakukan secara resiprokal seketika seperti dalam proses jual beli, melainkan suatu kombinasi jangka pendek dan jangka panjang dalam nuansa *altruism* (semangat untuk membantu dan mementingkan orang lain). Seseorang atau banyak orang dari suatu kelompok memiliki semangat membantu yang lain tanpa mengharapkan imbalan seketika. Dalam agama, konsep ini disebut sebagai keikhlasan. Semangat untuk membantu bagi keuntungan orang lain. Imbalannya tidak diharapkan seketika dan tanpa batas waktu tertentu. Pada masyarakat, dan pada kelompok-kelompok sosial yang terbentuk, yang di dalamnya memiliki bobot resiprositas kuat akan melahirkan suatu masyarakat yang memiliki tingkat modal sosial yang tinggi. Ini juga akan merefleksikan tingkat kepedulian sosial yang tinggi, saling membantu dan saling memperhatikan.

Pada masyarakat yang demikian, kemiskinan akan lebih memungkinkan, dan kemungkinan lebih mudah, diatasi. Begitu juga berbagai problem sosial lainnya akan dapat diminimalkan. Keuntungan lain, masyarakat tersebut akan lebih mudah membangun diri, kelompok dan lingkungan sosial dan fink mereka secara mengagumkan.

e. Partisipasi dalam Suatu Jaringan

Modal sosial tidak dibangun hanya oleh suatu individu, melainkan oleh kecenderungan yang tumbuh dalam suatu kelompok untuk bersosialisasi sebagai bagian penting dari nilai-nilai yang melekat. Modal sosial akan kuat tergantung pada kapasitas yang ada dalam kelompok masyarakat untuk membangun sejumlah asosiasi berikut membangun jaringannya. Salah satu kunci keberhasilan membangun modal sosial terletak pada kemampuan kelompok dalam suatu asosiasi atau perkumpulan dalam melibatkan diri dalam suatu jaringan hubungan sosial.

Masyarakat selalu berhubungan sosial dengan masyarakat yang lain melalui berbagai variasi hubungan yang saling berdampingan dan dilakukan atas prinsip kesukarelaan (*voluntary*), kesamaan (*equality*), kebebasan (*freedom*) dan keadaban (*civility*). Kemampuan anggota-anggota kelompok/masyarakat untuk selalu menyatakan diri dalam suatu pola hubungan yang sinergis akan

sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kuat tidaknya modal sosial suatu kelompok.

Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini akan mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Fukuyama (2000), Putnam (1993), Coleman (2000), di mana ketiganya menekankan pada pentingnya norma, kepercayaan dan relasi timbal balik dalam membangun sebuah kerjasama. Di sini terkandung suatu pemahaman bahwa keberadaan norma, relasi timbal balik dan unsur kepercayaan di dalamnya mendasari peningkatan kerjasama untuk mencapai tujuan bersama, yang bahkan dalam prosesnya akan mengurangi biaya transaksi. Dengan demikian diharapkan bahwa modal sosial yang dimiliki pada masyarakat dapat dimanfaatkan dalam menerima program pemberdayaan sehingga tujuan peningkatan kesejahteraan dapat tercapai.

Faktor-faktor pembentuk modal sosial berupa kohesivitas, gotong royong, partisipasi, saling percaya, kolaborasi sosial, serta tanggung jawab atas kepentingan publik cenderung terkikis sedikit demi sedikit tanpa disadari oleh masyarakat. Dampak negatif tersebut harus dapat dihindari. Karenanya, penerapan CSR yang salah kaprah akan menghasilkan pembodohan, sehingga harus dicegah. Harapan akhirnya adalah, masyarakat dapat menikmati taraf hidup yang lebih baik dengan tingkat kesejahteraan yang tinggi sebagai buah nyata dari kerja keras dan ketekunan belajar mereka



sendiri. Sementara program-program CSR yang dijalankan oleh perusahaan lebih merupakan suplemen tambahan untuk membantu masyarakat memperbaiki kehidupan sosial ekonomi serta menjaga kelestarian lingkungan dan alam.

### **C. Kesejahteraan Masyarakat**

Secara umum, kesejahteraan merupakan kondisi terpenuhinya kebutuhan dasar manusia sesuai dengan standar kualitas hidup manusia. Kesejahteraan dibagi menjadi dua yaitu kesejahteraan lahir dan kesejahteraan batin. Kesejahteraan lahir biasanya diukur secara ekonomi misalnya tercukupinya kebutuhan manusia akan makanan, pakaian, perumahan, dan lainnya. Kesejahteraan ini biasanya diinterpretasikan berkorelasi dengan pendapatan. Sedangkan kesejahteraan batin diukur secara batiniah yaitu ketenteraman, kedamaian, hubungan kekeluargaan, dan lain-lain. Kesejahteraan batin ini diinterpretasikan dari relasi sosial atau kemanusiaan yang dapat menciptakan suasana damai dalam keberagaman sosial (Qomariah, 2009).

Kesejahteraan juga merupakan suatu kondisi seseorang atau masyarakat yang telah terpenuhi kebutuhan dasarnya, kebutuhan dasar tersebut berupa kecukupan sandang, pangan, terpenuhinya hak asasi dan partisipasi serta terwujudnya masyarakat yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa (Menkokesra, 2010). Pencapaian kesejahteraan bagi masyarakat erat kaitannya dengan

bagaimana masyarakat tersebut mudah atau tidak untuk dapat mengakses setidaknya kebutuhan dasarnya atau lebih luas lagi mengakses sumber daya ekonomi yang dibutuhkannya.

Pada paradigma neo-liberal, yang merujuk pada hasil karya dari Adam Smith dan Frederick Hayek, dengan tokoh-tokoh penggagas seperti Thomas Hobbes, John Lock dan John Stuart Mill, memandang kesejahteraan dan persoalan kemiskinan sebagai persoalan individual yang disebabkan oleh kelemahan-kelemahan dan/atau pilihan-pilihan individu yang bersangkutan. Kemiskinan dapat hilang dengan sendirinya apabila kekuatan-kekuatan pasar diperluas sebesar-besarnya dan pertumbuhan ekonomi dipacu setinggi-tingginya. Oleh Cheyne dan Belgrave (1998), konsep ini dianggap sebagai ide yang mengunggulkan mekanisme pasar bebas dan mengusulkan tindakan meminimalisir intervensi negara dalam kegiatan perekonomian. Dalam pandangan ini, peran negara adalah sebagai “penjaga malam” yang baru boleh ikut campur apabila lembaga-lembaga non-pemerintah gagal menjalankan tugasnya dalam menanggulangi kemiskinan (Shannon, 1991; Spicker, 1995; Cheyne, O’Brien dan Belgrave, 1998).

Sedangkan dalam pendekatan sosial demokrat, pandangan yang mengagungkan mekanisme pasar secara berlebihan mendapat kritikan tajam dari pengusung paradigma ini, seperti Karl Marx dan Frederick Engels. Paradigma sosial demokrat memandang bahwa kemiskinan bukanlah persoalan individu, melainkan struktural. Kemiskinan

disebabkan oleh adanya ketidakadilan dan ketimpangan dalam masyarakat akibat tersumbatnya akses-akses kelompok tertentu terhadap berbagai sumber-sumber kemasyarakatan. Dengan berbasis pada pandangan ini, maka negara harus memberikan pelayanan sosial dasar pada rakyatnya, seperti pendidikan, kesehatan, perumahan dan jaminan sosial.

Upaya pencapaian tingkat kesejahteraan erat kaitannya dengan problematika kemiskinan di masyarakat. Untuk mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat, diperlukan juga mengetahui bagaimana kemiskinan itu diukur. Pengukuran kemiskinan, dengan menggunakan standar Bank Dunia yang melihat batas garis kemiskinan adalah \$2 per kepala per hari. Dengan menggunakan indikator tersebut seperti yang pernah digunakan tahun 2005 menunjukkan kemiskinan di Indonesia sangatlah besar karena melebihi 50% dari bahwa sekitar 52% rakyat Indonesia dapat dikategorikan berada di bawah garis kemiskinan bila dibandingkan dengan Malaysia yang hanya berkisar sekitar 9% dari jumlah populasi.

*Sen Poverty Index (SPI)*, yang digunakan untuk mengukur indeks kemiskinan, ternyata tidak mampu mengukur kesejahteraan. SPI lebih mendasarkan pada *poverty head account ratio* yang diambil dari penyebaran pendapatan per kapita (koefisien Gini), yang ternyata hanya mengukur kemiskinan dari tingkat pendapatan (Subagio, 2000).

Beberapa pendekatan atau tepatnya penyesuaian dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) (2001) dalam menghitung batas miskin. Pertama didasarkan pada ukuran pendapatan (ukuran finansial), yang dihitung dari besarnya uang (rupiah) yang dibelanjakan per kapita sebulan untuk memenuhi kebutuhan minimum makanan dan bukan makanan. Untuk kebutuhan makanan digunakan patokan 2.100 kalori per hari, sedangkan pengeluaran bukan makanan meliputi pengeluaran untuk perumahan, sandang serta aneka barang dan jasa.

Sementara Dinas Sosial mendefinisikan miskin dengan beberapa definisi. (1) Miskin adalah mereka yang sama sekali tidak mempunyai sumber mata pencaharian dan tidak mampu memenuhi kebutuhan dasar yang layak; (2) miskin adalah mereka yang sudah mempunyai mata pencaharian tetapi tidak dapat memenuhi kebutuhan yang layak; (3) miskin adalah mereka yang termasuk kelompok marginal yang berada di sekitar garis kemiskinan.

Badan Koordinasi keluarga Berencana Nasional (BKKBN) melakukan pemetaan keluarga berdasarkan tingkat kesejahteraannya. Keluarga dikelompokkan ke dalam 5 kategori, yaitu Prasejahtera, Sejahtera 1, Sejahtera 2, Sejahtera 3, dan Sejahtera 3+. Keluarga yang tergolong ke dalam keluarga prasejahtera dan sejahtera sering diidentikkan sebagai keluarga miskin karena ketidakmampuan memenuhi kebutuhan dasarnya. Penilaian keluarga miskin (prasejahtera dan sejahtera 1) dengan alasan ekonomi didasarkan

pada enam indikator yaitu: (a) pada umumnya seluruh anggota keluarga makan dua kali sehari atau lebih; (b) anggota keluarga memiliki pakaian yang berbeda untuk di rumah, bekerja/sekolah, dan bepergian; (c) bagian lantai terluas bukan dari tanah; (d) paling kurang sekali seminggu keluarga makan daging atau ikan atau telur; (e) setahun terakhir seluruh anggota keluarga memperoleh paling kurang satu stel pakaian baru; dan (f) luas lantai paling kurang delapan meter persegi untuk tiap penghuni.

Mengenai konsep kemiskinan absolut tersebut, Sayogyo (1971) mengklasifikasikan kemiskinan sebagai berikut:

- a. Miskin apabila pengeluaran perkapita pertahun lebih rendah dan setara 320 kg beras untuk perdesaan dan 480 kg beras untuk perkotaan
- b. Miskin sekali, apabila pengeluaran perkapita pertahun lebih rendah dari setara 240 kg beras untuk perdesaan dan 360 kg beras untuk perkotaan
- c. Paling miskin, apabila pengeluaran perkapita pertahun lebih rendah atau setara 180 kg beras untuk perdesaan dan 270 kg beras untuk perkotaan.

Berdasarkan berbagai pengertian yang diuraikan di atas, tampak bahwa antara konsep satu dengan yang lain tidak jauh berbeda dan saling melengkapi. Masyarakat yang tingkat kesejahteraannya rendah adalah mereka yang berpendapatan rendah dan belum mampu

memenuhi kebutuhan standar hidup minimum keluarga mereka. Hal tersebut disebabkan karena sumberdaya yang mereka miliki tidak memadai, tidak memiliki asset yang dapat digunakan sebagai modal dan peralatan kerja, kualitas SDM yang rendah, pendidikan rendah dan tidak memiliki keterampilan serta tingkat kesehatan yang pada umumnya rendah .

#### **D. Penelitian Terdahulu**

##### **1. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kesejahteraan**

Josua (2007), dalam penelitiannya yang berjudul "Pola Kemitraan dalam Praktek Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada *Program Community Development* PT. Toba Pulp Lestari, Tbk. di Kecamatan Porsea Kabupaten Toba Samosir" menyimpulkan bahwa motif utama PT. Toba Pulp Lestari Tbk. menggulirkan kebijakan paradigma baru sebagai deskripsi tanggung jawab sosialnya adalah untuk mengamankan operasional pabrik. Motif tersebut mengaburkan aspek kerelaan (*voluntarism*) dan kemitraan yang dibangun atas dasar hubungan sub-ordinasi, di mana masing-masing partisipan memiliki status, kemampuan dan kekuatan yang tidak seimbang. Yayasan yang dibentuk idealnya merupakan representasi dari sektor sukarela (*voluntary*) yang berperan sebagai agen pembaru (*change agent*)

untuk mendinamisasi program dalam rangka pemberdayaan masyarakat. Namun kenyataannya lebih cenderung sebagai korporasi negara.

Ichsan (2007), dalam penelitiannya yang berjudul *Implementasi Program Community Development* di Pertamina UPMS IV Semarang menyimpulkan bahwa kinerja implementasi program *Community Development* tidak berjalan dengan baik, sehingga program tersebut gagal dan perlu ditinjau ulang. Dalam pelaksanaan program, terdapat bias dari implementasi program *Community Development* apabila dilihat dari indikator output. Hal ini disebabkan karena Pertamina tidak memiliki mekanisme dan kriteria standar baku yang dibuat menjadi kebijakan formal.

Zaleha (2008) dengan judul tesis peranan CSR PT. Inalum Divisi PLTA. Siguragura terhadap Pengembangan Sosio Ekonomi Masyarakat Kecamatan Pintupohan Meranti Kabupaten Toba Samosir. Metoda/Teknik Analisis Data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, Analisis Uji Beda Rata-Rata (*Compare Mean*) dan Analisis Korelasi Sederhana (*Simple Correlation Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan CSR PT. Inalum belum memiliki dokumen perencanaan dan strategi, masih dianggap biaya (*cost*) dan belum dianggap sebagai Investasi Sosial (*Social Investment*); tingkat pengetahuan (*awareness*) dan keterlibatan masyarakat masih rendah; belum memiliki konsep pembangunan

kesejahteraan masyarakat. Pendidikan, pendapatan nominal dan pendapatan riil karyawan sebelum dan sesudah adanya program CSR berbeda nyata. Pendidikan dan pendapatan nominal masyarakat sebelum dan sesudah adanya program CSR berbeda nyata, tetapi pendapatan riil masyarakat tidak berbeda nyata. Peningkatan pendidikan masyarakat lebih tinggi dari karyawan karena didukung oleh faktor sosial budaya masyarakat (Batak Toba) yang sangat mengutamakan pendidikan anak. Ditinjau dari pendapatan nominal, bantuan memberi peran terhadap ekonomi karyawan dan masyarakat, namun secara riil belum berperan akibat inflasi yang tinggi pada tahun 2005. Peran CSR terhadap pengembangan ekonomi lokal (*local economic development*) adalah adanya 17 unit usaha mitra kontraktor sebagai rekanan PT. Inalum yang dapat menyerap tenaga kerja masyarakat. Korelasi modal CSR terhadap aktivitas (buka jam) pasar berbeda secara nyata (signifikan) dengan nilai korelasi negatif. Hal ini menunjukkan aktivitas pasar cenderung turun seiring kenaikan modal CSR, karena pembangunan pasar sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat dan infrastruktur pendukung lainnya tidak bermanfaat dalam mengembangkan masyarakat. Program CSR yang diluncurkan masih lebih banyak bersifat konsumtif. Untuk mendukung berhasilnya pengembangan masyarakat (*Community Development*) dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)



PT. Inalum, diperlukan sebuah solusi kemitraan antara pemerintah, PT. Inalum dan masyarakat (kemitraan tripartit) dan program CSR dengan mengembangkan ekonomi masyarakat lokal yang sifatnya produktif.

Ridwan (2008) melihat bagaimana tingkat efektivitas program pemberdayaan dan apa dampaknya terhadap kesejahteraan. Penelitian yang berjudul *Efektivitas Pelaksanaan Program Pemberdayaan Ekonomi dan Pengaruhnya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pesisir (Studi Kasus Penerapan Program PEMP dan Proyek P4K di Jawa Timur)*. Dilakukan dengan sampel sebanyak 178 rumah tangga berasal dari rumah tangga pengguna program PEMP, dengan cara *simple random sampling* dan analisis yang digunakan yaitu dengan kuantitatif regresi linear berganda dan SEM. Hasil penelitian menunjukkan: (1) faktor yang pengaruhnya tidak signifikan terhadap tingkat kelancaran pembayaran angsuran yaitu karakteristik kelembagaan. Sedang faktor-faktor yang pengaruhnya cukup signifikan adalah tinggi rendahnya komitmen pengelola, tingkat kesesuaian pemberian dana, baik buruknya fungsi kelompok pemanfaat, dukungan moral, dan fluktuasi pendapatan dari hasil kerja pokok sehari-hari; (2) Faktor/konstruk pendidikan tidak signifikan pengaruhnya terhadap kesejahteraan nelayan (pemanfaat program PEMP). Sedang konstruk-konstruk yang berpengaruh

signifikan adalah kemampuan kerja, pengalaman kerja, karakteristik individual, motivasi kerja, kinerja dan lingkungan kerja.

## **2. Pengaruh Modal Sosial Perusahaan terhadap Kesejahteraan**

Abu Samah dan Fariborz Aref (2009) melakukan penelitian terkait pemberdayaan yang berbasis komunitas, namun penelitian ini juga meneliti bagaimana komunitas tersebut membangun komunitasnya agar berkembang. Penelitian yang berjudul *“Empowerment as an Approach for Community Development in Malaysia”*, mempunyai tujuan untuk mendefinisikan dan membahas tentang konsep pemberdayaan di dalam konteks pembangunan komunitas (*community development*) pada umumnya, khususnya membahas tentang penerapan konsep-konsep pemberdayaan di Malaysia, dengan menggunakan variabel dan indikator: pemberdayaan komunitas, pembangunan komunitas. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kajian pustaka terhadap sumber-sumber yang relevan, dengan dibantu oleh data sekunder berupa informasi-informasi yang sudah diterbitkan sebelumnya dalam bentuk laporan dan arsip, seperti laporan resmi, petunjuk pengembangan komunitas, buku program, data dari internet dan kertas kerja.

Van Ha, *et. al* (2004) meneliti kontribusi modal sosial dengan output rumah tangga, penelitian ini berjudul *“The Contribution of Social Capital to Household Welfare in a Paper-Recycling Craft*

*Village in Vietnam.*” Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui apakah kontribusi dari modal sosial bagi output ekonomi rumah tangga lebih besar daripada kontribusi jenis-jenis modal lain. Selain itu, untuk mengetahui apakah berbagai dimensi dari modal sosial memberikan kontribusi yang sama besarnya bagi pendapatan rumah tangga. Tujuan selanjutnya adalah untuk mengetahui apakah peranan dari modal sosial sosial akan berbeda-beda untuk berbagai jenis rumah tangga. Sampel diambil dari desa Duong O, propinsi Bac Ninh di Vietnam. Data diambil dengan kuesioner yang dibagikan kepada dua jenis rumah tangga, yaitu rumah tangga non-produsen kertas daur ulang dan rumah tangga produsen kertas daur ulang. Sampel terdiri dari dua, yaitu yang pertama adalah sampel acak sebanyak 15 persen dari populasi (105 rumah tangga) dan yang kedua adalah sampel dari semua rumah tangga yang memiliki pabrik kertas daur ulang (67 rumah tangga). Penelitian ini menggunakan model fungsi produksi rumah tangga di mana modal sosial dijadikan sebagai faktor produksi (variabel independen). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pendapatan dan pengeluaran rumah tangga. Dengan variabel dan indikatornya adalah modal sosial, output ekonomi rumah tangga, pendapatan rumah tangga, pengeluaran rumah tangga, faktor produksi (kapital fisik, tenaga kerja dan kapital manusia). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Modal sosial memiliki kontribusi yang besar dan positif bagi

pendapatan rumah tangga; (2) kontribusi positif dari modal sosial bagi pendapatan rumah tangga kelompok miskin di desa pengrajin daur ulang kertas) adalah lebih besar daripada bagi rumah tangga kelompok kaya di desa yang sama; (3) jumlah keanggotaan dalam asosiasi pengrajin daur ulang kertas tidak memiliki dampak terhadap pendapatan rumah tangga.

Alfiasari (2008) dengan judul *Analisis Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Miskin di Kelurahan Kerdung Jaya, Kec Tanah Sereal Kota Bogor*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 144 responden diambil dari keluarga miskin yang program UEK-SP KUBE Gakin dan 105 keluarga miskin yang memperoleh pinjaman. Untuk menguji hubungan tersebut digunakan uji analisis statistik yaitu tabulasi silang dan Uji Korelasi Spearman. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa modal sosial (kepercayaan, jaringan, norma sosial) mempunyai hubungan signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga.

Selanjutnya Kamarni (2010), dalam penelitiannya yang berjudul *Analisis Modal Sosial dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*, ia mengkaji modal sosial dan pengaruhnya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Lubuk Kilangan Minangkabau. Variabel dan indikator yang digunakan modal sosial dengan indikator: kelompok sosial, solidarita, kepercayaan (trust), tindakan bersama. Variabel kesejahteraan

digunakan dengan indikator: pengeluaran rumah tangga dan aset rumah tangga. Penentuan sampel dengan metode Slovei sebanyak 67 rumah tangga yang masuk kategori masyarakat miskin, sedangkan pengujian dengan menggunakan multivariate analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial dapat mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kemampuan masyarakat, tidak sekadar jumlah tetapi kehidupan masyarakat yang lebih berarti. Dengan dimensi yang ada dalam modal sosial, yaitu persatuan, budaya/adat istiadat, kepercayaan dan partisipasi. Peningkatan kesejahteraan masyarakat berasal dari kemauan masyarakat tersebut. Artinya bila keinginan masyarakat untuk meningkatkan modal sosial lebih tinggi, hal itu akan membawa dampak terhadap peningkatan kesejahteraannya. Begitu juga halnya dengan kemauan untuk meningkatkan pendidikan dan kepemilikan tanah, yang berarti peningkatan terhadap kualitas keluarga dan pendapatan keluarga.

Berdasarkan studi empirik yang telah dilakukan seperti yang diuraikan di atas, yang mengkaji tentang Modal Sosial dan Pemberdayaan Ekonomi melalui CSR, tampak bahwa ada efek positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kondisi seperti yang dikemukakan di atas masih merupakan bahan kajian dalam penelitian ini, khususnya terkait program CSR PT Vale.

## E. Kerangka Konseptual

Menurut Susanto (2007: 26) perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan memfokuskan perhatiannya pada tiga hal yakni *profit*, lingkungan dan masyarakat. Dalam kaitannya dengan fungsi CSR, ketiga hal tersebut merupakan satu kesatuan aktivitas perusahaan yang dapat dilakukan secara simultan sesuai dengan kondisi sosio-kemasyarakatan di sekitarnya. Dengan menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan tidak hanya mengejar keuntungannya, akan tetapi juga dapat memberikan kontribusi yang arif dan bijaksana dalam peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di sekitar perusahaan.

Menurut Budimanta *et al.* (2008: 24) CSR pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka *sustainability* yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya. Ini merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders* dan penanam modal), maupun eksternal (kelembagaan, pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain).

Keberhasilan program CSR dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat membutuhkan sinergi antara pendekatan konsep pembangunan yang bersifat *top-down*, elitis, dengan “pemberdayaan” yang lebih bersifat *bottom-up*, berbasis kepentingan

kongkret masyarakat (Aziz, 2005; Woolcock, 1998). Seringkali jebakan kegagalan program terjadi karena implementasi program tidak sesuai dengan konsep yang menjadi referensinya. Perlu adanya penguasaan dan pengetahuan terhadap faktor karakteristik masyarakat, sosial budaya dan aturan norma masyarakat setempat. Sehingga hambatan pemberdayaan dapat diminimalkan. Dengan demikian program peningkatan kesejahteraan masyarakat akan berlangsung secara beriringan, yaitu antara program pemberdayaan masyarakat dengan penguatan kapasitas (*character building*) masyarakat yang bersumber dari sosial budaya dan norma masyarakat setempat. Dengan demikian, desain pembangunan masyarakat tetap berakar pada masyarakat itu sendiri.

Sinergi dari jaringan sosial *top down* (*bridging* dan *linking social capital*) berinteraksi dengan jaringan sosial *bottom up* (*bonding social capital*) atau sebaliknya, akan menghasilkan hubungan yang maksimal jika integrasi dalam komunitas didukung oleh kelompok-kelompok sosial yang bekerja dan bersinergi dengan perusahaan secara efektif dan efisien. Dari dua interaksi jaringan sosial baik bersifat *top down* maupun *bottom up* tersebut, dihasilkan derajat hubungan yang berbeda-beda. Kinerja hubungan yang terbaik disebut *beneficient autonomy*, yaitu interaksi antar modal sosial model *top down* dengan *bottom up*. Ini menghasilkan derajat sinergi yang tinggi. Sedangkan jika sebaliknya disebut *anarchic individualism*.

Keberhasilan program CSR yang didukung oleh integritas dan sinergi yang tinggi dalam pembangunan akan menghasilkan kerjasama, akuntabilitas, fleksibilitas (Gambar 2.1). Sebaliknya program CSR yang tanpa didukung oleh integritas dan sinergi, berpotensi menghasilkan anarki karena memunculkan konflik kepentingan dengan masyarakat. Program CSR yang didukung sinergi yang tinggi dalam masyarakat namun integritas rendah justru akan menghasilkan korupsi dan kroni-isme. Integritas tinggi namun sinergi yang rendah dalam pembangunan menghasilkan inefisiensi dan ketidakefektifan. Keberhasilan pembangunan model *top-down* terhadap peningkatan kesejahteraan dapat dicapai apabila terdapat integritas dan sinergi yang tinggi dalam proses perencanaan dan pelaksanaan pembangunan.

**Gambar 2.1**  
**Kebutuhan Integritas dan Sinergi Organisasi pada Model**  
**Pemberdayaan Masyarakat melalui Program CSR**

ORGANIZATIONAL INTEGRITY (Corporate coherence and capacity)		
	<i>Low</i>	<i>High</i>
<i>Low</i>	Anarchy (Collapsed states)	Inefficiency, ineffectiveness (Weak states)
SYNERGY (State-society relations)		
<i>High</i>	Predation, corruption (Rogue states)	Cooperation, accountability, flexibility (Developmental states)

Sumber: Woolcock, 1998



Meskipun modal sosial secara umum dapat berguna untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, namun ia juga bisa memberikan dampak buruk. Contoh yang jelas adalah dampak negatif yang terjadi ketika modal sosial tertanam di dalam kelompok sosial yang memiliki hubungan kuat antara anggotanya dan memegang kekuasaan besar, namun tidak bertanggung jawab terhadap masyarakat luas. Ini tampak dari kasus korupsi dan kroni-isme di dalam institusi-institusi politik dan pemerintahan (Evans, 1989; Mauro, 1995; World Bank, 1997). Contoh lain adalah kuatnya ikatan sosial dalam dunia mafia atau *gangster*.

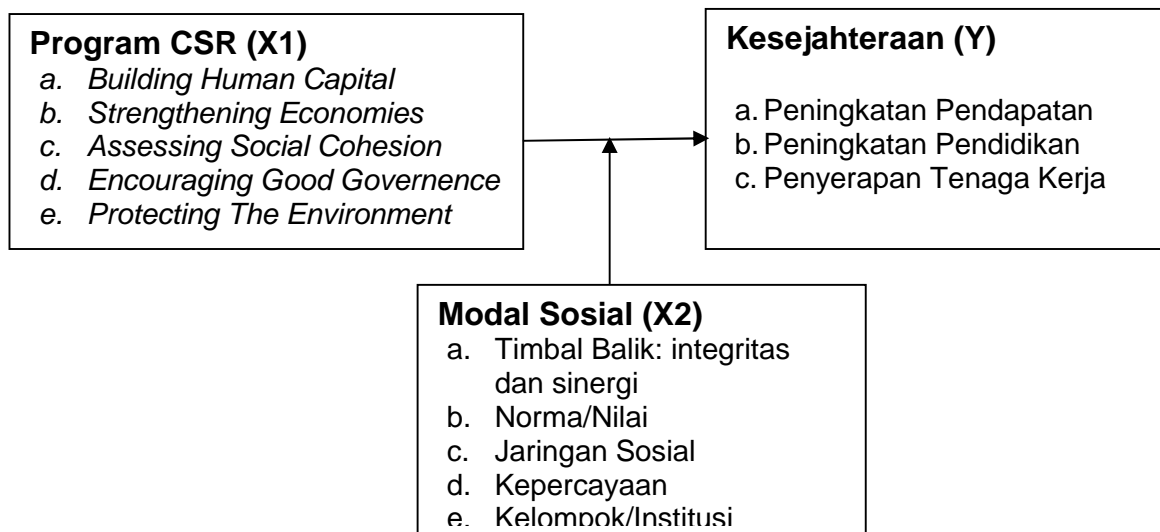
Beberapa penelitian (seperti Durlauf, 1999; Collier, 1998) mendapati bahwa keterpaduan yang kuat dalam kelompok dan penjatidirian (*identification*) yang kuat, disertai norma-norma dan nilai-nilai kelompok, juga bisa berdampak buruk secara sosial. Durlauf (1999) mencatat bahwa dukungan kesukuan yang terlalu kuat mengikat anggota suku dapat mengakibatkan perilaku pembedaan yang diterapkan dalam kehidupan nyata. Ini tampak pada pola perjanjian dalam lingkungan perumahan yang mengucilkan kelompok etnis lain.

Penelitian-penelitian ini mengungkap berbagai temuan tentang dampak modal sosial bagi masyarakat, yang ternyata berbeda satu sama lain. Modal sosial memiliki implikasi praktis yang luas dan mendalam. Ia dapat memberikan konsekuensi yang menguntungkan dan sebaliknya bisa menghasilkan konsekuensi yang merugikan.

Dengan menyimak program CSR PT Vale, penelitian ini ingin

mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Vale, modal sosial apa saja yang dimiliki dan dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Lebih jelasnya ditampilkan pada skema di bawah ini:

**Gambar 2.2**  
**Skema Kerangka Konseptual**



Sumber: dikembangkan dalam Penelitian ini

## **E. Hipotesis**

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian teoritik, maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh positif Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Vale Indonesia Tbk terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan.
2. Modal sosial memperkuat pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Vale Indonesia Tbk terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan asosiasi yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui gambaran pelaksanaan program CSR kemudian mencari hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang menggabungkan kualitatif dan kuantitatif, dengan menggunakan metode survei. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi yang besar maupun kecil, tetapi yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi dan hubungan antar variabel. Survei juga dapat digunakan untuk menyelidiki hubungan atau untuk menguji hipotesis-hipotesis (Singarimbun, 1999).

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada 3 kecamatan area pemberdayaan PT.Inco Tbk, yaitu kecamatan Nuha, Kecamatan Towuti, dan Kecamatan Wasuponda. Waktu penelitian dilakukan pada Juli – November 2010.

### **C. Jenis dan Sumber data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Kualitatif

Yaitu data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan yang mendukung penelitian ini seperti data profil perusahaan

2. Data Kuantitatif

Yaitu data yang berupa angka-angka. Data kuantitatif yang akan digunakan antara lain data tentang jumlah penduduk.

Dilihat dari segi sumber perolehan data, maka data yang dikumpul adalah data :

1. Data primer diperoleh melalui pelaksanaan survey lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang berada di sekitar tempat pelaksanaan pembangunan infrastruktur di empat kecamatan. Selain itu, metode wawancara juga akan dilakukan dengan berbagai pihak dengan maksud untuk menggali informasi yang tidak dapat diperoleh dari kuesioner dan data sekunder.

2. Data sekunder dapat diperoleh dari sumber internal (organisasional) dan eksternal (Cooper dan Emory, 1996, h.257). Sumber internal diperoleh dari PT Vale dan instansi yang terkait implementasi CSR. Adapun sumber eksternal diperoleh dari telaah literatur, koran/majalah, media elektronik dan lain-lain.

## D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

### 1. Populasi

Populasi target dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tinggal di sekitar tempat pelaksanaan program CSR PT Vale di Kabupaten Luwu Timur yaitu pada tiga kecamatan yaitu kecamatan Nuha, Wasuponda dan Towuti.

Adapun jumlah masyarakatnya :

**Tabel 3.1. Jumlah Penduduk pada Tiga kecamatan di Luwu Timur 2009**

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Nuha	13990	9159	23149
Wasuponda	10657	7830	18487
Towuti	13307	10469	23776
		Total	65412

Sumber : Luwu Timur dalam angka 2009

Berdasarkan tabel di atas, total masyarakat di 3 kecamatan adalah 65.412 orang

### 2. Teknik Pengambilan Sampel

Karena populasi yang begitu besar maka dipilih sejumlah sampel yang mewakili populasi. Banyaknya sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar. 2003) yaitu:

$$n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

Dimana: n = jumlah sampel

N = jumlah populasi rumah tangga

d = presesi (10%)

$$n = \frac{65412}{65412(0.1)^2+1}$$

$$n = \frac{65412}{655.12}$$

n = 99.84 dibulatkan menjadi 105

sehingga secara proporsional perkecamatan diwakili oleh sampel sebagai berikut.

**Tabel 3.2**  
**Pengambilan Sampel Secara Proporsional pada Tiga kecamatan**

No.	Kecamatan	Jumlah Populasi	Sampel	
			Perhitungan	Pembulatan
1	Nuha	23149	$23149/65412*105=37.16$	37
2	Wasuponda	18487	$18487/65412*105=29.67$	30
3	Towuti	23776	$23776/65412*105= 38.16$	38
	Jumlah	65412		105

### E. Variabel dan Definisi Konseptual

1. Implementasi program CSR oleh PT Vale dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta terus-menerus menjaga agar komitmen dan implementasi tersebut menyumbang manfaat bagi masyarakat dan lingkungan hidupnya. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Indikator implementasi program CSR menggunakan lima pilar aktivitas Corporate Social Responsibility (Ancok, 2005):

- a. *Building Human Capital* dalam penelitian ini ditinjau dari kuantitas dan kualitas program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan perusahaan, seperti dengan memberikan informasi yang mudah dimengerti, peningkatan kemampuan, keterampilan dan pengetahuan masyarakat tentang implementasi program infrastruktur yang dijalankan perusahaan bagi masyarakat.
- b. *Strengthening Economies* yaitu sejauh mana kuantitas dan kualitas program pemberdayaan ekonomi yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat sekitar seperti dalam bentuk perbaikan infrastuktur memudahkan akses lalu lintas barang, perbaikan infrastuktur meningkatkan kegiatan transportasi dan perbaikan infrastuktur meningkatkan pendapatan masyarakat.
- c. *Assessing Social Cohesion* yaitu sejauh mana tingkat keharmonisan yang dibangun perusahaan dengan masyarakat sekitar yaitu ditinjau dari komunikasi yang baik, menjalin hubungan yang harmonis dan mendekatkan diri dengan masyarakat.
- d. *Encouraging Good Governence* yaitu tata kelola bisnis oleh perusahaan meliputi praktik bisnis perusahaan yang tidak hanya mengambil keuntungan semata, tetapi juga berupaya memudahkan akses masyarakat sekitar secara tulus dan tanpa pamrih.

e. *Protecting the Environment* yaitu kemauan, kepedulian dan intensitas perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan yaitu tidak melakukan pengrusakan alam sekitar dan tidak melakukan pencemaran lingkungan.

2. Modal sosial adalah aturan, kewajiban, hubungan timbal balik dan kepercayaan yang tertanam (*embedded*) di dalam hubungan sosial, struktur sosial dan pengaturan institusional dari masyarakat di sekitar perusahaan yang memungkinkan para anggotanya untuk mencapai tujuan individu dan tujuan kelompok. Modal sosial dalam penelitian ini diukur dari indikator:

1) Timbal-balik (*reciprocity*) yaitu integritas dan sinergi anggota kelompok untuk saling melakukan tukar kebaikan untuk kepentingan bersama.

2) Norma (*Norms*) adalah sejauhmana nilai-nilai, sekumpulan aturan tertulis dan tidak tertulis dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat.

3) Jaringan (*Network*) adalah keeratan hubungan interaksi sosial dengan individu baik didalam maupun diluar komunitas.

4) Kepercayaan (*trust*) adalah anggota masyarakat selalu menjaga kepercayaan dengan anggota masyarakat lainnya .

5) Kelompok (*Group*) adalah mengukur tingkat partisipasi anggota dalam setiap kegiatan dalam kelompok.

3. Kesejahteraan masyarakat adalah pencapaian taraf hidup



masyarakat ke arah yang lebih baik. Kesejahteraan masyarakat diukur dengan:

- a. Tingkat pendapatan masyarakat yaitu tingkat perubahan penghasilan masyarakat setelah adanya program CSR perusahaan.
- b. Pendidikan adalah manfaat dorongan dan kemudahan akses tingkat pendidikan formal yang didapatkan masyarakat setelah adanya program CSR perusahaan.
- c. Tenaga kerja yaitu adanya peningkatan penyerapan tenaga kerja lokal setelah adanya program CSR perusahaan.

## **F. Metode Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan untuk pengujian hipotesis ini adalah menggunakan metode analisis sebagai berikut :

### **a. Analisis Deskriptif**

Analisis Deskriptif dengan menggunakan distribusi frekuensi terhadap jawaban responden terhadap pelaksanaan program CSR oleh PT Vale.

### **b. Analisis Regresi**

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi program CSR PT Vale yang didukung oleh modal sosial terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Dalam model tersebut variabel modal sosial adalah merupakan

variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh implementasi program CSR PT Vale terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Persamaan struktural sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 * X_2$$

Keterangan :

Y = kesejahteraan masyarakat

$\beta_0$  = Intercept

$\beta_1 - \beta_3$  = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Implementasi Program CSR

X<sub>2</sub> = Modal Sosial

X<sub>1</sub>\*X<sub>2</sub> = Interaksi Implementasi Program CSR dan Modal Sosial

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Apabila signifikansi t hitung (*p-value*) > 0,05, maka Ho diterima yang berarti tidak ada pengaruh antara masing-masing variabel X dengan variabel Y. Apabila signifikansi t hitung (*p-value*) < 0,05, maka Ho ditolak yang berarti ada pengaruh antara masing-masing variabel X dengan variabel Y.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara serentak variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Apabila signifikansi F hitung (*p-value*) > 0,05, maka Ho diterima yang berarti tidak ada pengaruh antara antara semua variabel X dengan variabel Y. Apabila signifikansi F hitung (*p-value*) < 0,05, maka Ho

ditolak yang berarti ada pengaruh antara semua variabel X dengan variabel Y.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika  $R^2$  semakin besar, maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika  $R^2$  semakin kecil, maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian, dengan hanya melihat histogram dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih andal adalah dengan melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis

diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2007).

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolinieritas menunjukkan variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas. Jika antara variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Multikolinieritas juga dilihat dari nilai toleran dan *variance inflation factor* (Ghozali, 2007). Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai toleran 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10, sehingga data yang tidak terkena multikolinieritas nilai toleransinya harus lebih dari 0,10 atau VIF kurang dari 10.

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan

menggunakan uji Park. Tiga tahap pengujian Park (Gujarati, 1978 : 127):

- a. Melakukan regresi OLS dengan tidak memandang persoalan heteroskedastisitas, desain kita peroleh  $e^2_i$
- b. Melakukan regresi terhadap nilai  $e^2_i$  sebagai dependen dengan masing-masing variabel independen yang diteliti
- c. Melakukan pengujian individual t-test. Jika parameter beta tidak signifikan secara statistik, maka asumsi homokedastisitas pada data model tidak dapat ditolak.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

PT Vale adalah satu di antara produsen-produsen utama dunia untuk nikel, sejenis logam serba-guna yang penting untuk meningkatkan standar kehidupan dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Selama lebih dari 40 tahun, PT Vale telah menyediakan lapangan kerja dan pelatihan, menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan masyarakat di lingkungan PT Vale beroperasi, menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham dan memberikan kontribusi bagi kemakmuran bangsa dan rakyat Indonesia.

Perseroan didirikan pada bulan Juli 1968, dengan nama PT Internasional Indonesia (PT Inco) sebagai anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki oleh Inco Limited dari Kanada. Pada tahun 2012, PT Inco berubah nama menjadi PT Vale Indonesia Tbk. PT Vale menandatangani Kontrak Karya dengan Pemerintah Indonesia pada tanggal 27 Juli 1968 ("Kontrak Karya Awal").

Setelah penandatanganan Kontrak Karya Awal, PT Vale memulai kegiatan eksplorasi di wilayah seluas 6,6 juta hektar yang semula diberikan. Sebagaimana diatur dalam Kontrak Karya Awal tersebut, PT Vale telah melepaskan sebagian besar wilayah Kontrak Karya Awal setelah menemukan lokasi yang lebih tepat bagi kegiatan

operasinya. Luas wilayah Kontrak karya saat ini adalah 190.529 hektar, kurang dari 5% dari luas wilayah yang semula diberikan.

PT Vale memulai konstruksi pabrik pertama pada tahun 1973 dengan satu lini pengolahan pyrometalurgi dan fasilitas-fasilitas terkait. Pada tahun 1975, PT Vale memulai konstruksi dua lini pengolahan tambahan dan satu instalasi pembangkit listrik tenaga air. PT Vale memulai produksi komersial pertama pada bulan April 1978. Pada tahun 1993, PT Vale menyelesaikan perluasan fasilitas pengolahan dari kapasitas produksi tahunan nominal semula 36.300 metrik ton nikel dalam matte menjadi 47.600 metrik ton.

Pada tanggal 15 Januari 1996, PT Vale menandatangani Perjanjian Perubahan dan Perpanjangan Kontrak Karya untuk mengubah dan memperpanjang kontrak tersebut dari tanggal 1 April 2008 menjadi tanggal 28 Desember 2025 (“Perjanjian Perubahan”, dan bersama dengan Kontrak Karya Awal, “Kontrak Karya”). Sesuai dengan Perjanjian Perubahan tersebut, PT Vale menyelesaikan perluasan berskala besar pada tahun 1999, yang meningkatkan kapasitas terpasang tahunan dari fasilitas pengolahan PT Vale menjadi 68.000 metrik ton nikel dalam matte. Selama perluasan tersebut, PT Vale menambah lini produksi keempat dan satu fasilitas pembangkit listrik tenaga air baru di Balambano. Pada tahun 2003 untuk pertama kalinya PT Vale melampaui kapasitas terpasang tahunan dengan produksi sebesar 70.216 metrik ton.

Usaha PT Vale memproduksi nikel dalam matte dari bijih laterit yang diolah di dalam fasilitas penambangan dan pengolahan terpadu dekat Sorowako di Pulau Sulawesi. Nikel dalam matte merupakan produk setengah jadi dengan kandungan rata-rata 78% nikel, 20% sulfur dan 1% kobal. Seluruh produksi PT Vale dijual dalam mata uang Dolar AS berdasarkan kontrak-kontrak jangka panjang dengan Sumitomo Metal Mining, Jepang. Kekuatan daya saing PT Vale terletak pada cadangan bijih yang berlimpah, tenaga kerja yang terampil dan terlatih baik, serta pembangkit listrik tenaga air berbiaya rendah.

Perseroan memiliki satu kelas saham dan saat ini memiliki 9.936.338.720 lembar saham yang ditempatkan dan beredar. Saham PT Vale pertama kali tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 16 Mei 1990, ketika 20% saham Perseroan ditawarkan kepada publik untuk memenuhi kewajiban divestasi saham biasa kepada pembeli Indonesia, sesuai ketentuan dalam Kontrak Karya Awal.

Pada tanggal 31 Desember 2009, Vale Inco, satu di antara pemimpin pasar produsen nikel dunia, memiliki Perseron secara langsung 58,7% dan secara tidak langsung sebesar 0,4% melalui Vale Inco Japan Limited. Secara keseluruhan Vale Inco memiliki 59,1%. Sumitomo Metal Mining Co., Ltd. ("Sumitomo") dari Jepang, sebuah perusahaan penambangan dan peleburan utama memiliki 20,1% saham Perseroan. Sisanya, 21,2% saham PT VALE dimiliki oleh publik dan pemegang saham lain.



## 1. Visi dan Misi

Visi PT Vale adalah menjadi pemimpin produsen nikel utama dunia.

Misi PT Vale adalah mengembangkan sumber daya Indonesia yang dipercayakan kepada PT Vale hingga rentensi maksimal untuk manfaat seluruh pemangku kepentingan. PT Vale akan memenuhi komitmen kepada:

- a. Investor melalui pertumbuhan pendapatan jangka panjang.
- b. Karyawan dengan memastikan lingkungan kerja yang aman, sehat dan imbal-kerja yang baik.
- c. Pelanggan dengan memasok produk bermutu dan tepat waktu.
- d. Indonesia dengan memenuhi komitmen Kontrak Karya sekaligus memperlihatkan sikap sebagai warga usaha yang bertanggung jawab dan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan hidup.

Perseroan akan menjadi penghasil nikel utama yang dapat diandalkan dan sangat menguntungkan, memberikan imbal-hasil yang konsisten dan menarik bagi pemegang saham. Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, PT Vale menjalankan strategi:

- a. Pertumbuhan. Perusahaan memperluas kapasitas produksi dan penggunaan sumber daya guna memenuhi kebutuhan seluruh stakeholder dengan persyaratan sebagaimana tercantum dalam kontrak karya.
- b. Efisiensi. Meningkatkan efisiensi guna meningkatkan keuntungan dan mempersiapkan diri menghadapi fluktuasi harga nikel.

- c. Tenaga kerja. Perusahaan memastikan semua tenaga kerja yang ada menjalankan strategi yang telah ditetapkan. Tenaga kerja di PT Vale merupakan tenaga kerja terlatih. Mereka bekerja dengan semangat tepat waktu, tepat lokasi, tepat biaya.
- d. Lisensi sosial. Perusahaan berkomitmen untuk berkembang bersama masyarakat dan mendapat dukungan masyarakat dalam operasinya.
- e. Perlindungan Aset. Perusahaan bertanggung jawab secara aktif dalam melindungi aset-aset strategisnya.
- f. Reputasi. Perusahaan memastikan tindakan-tindakan yang diambil menunjukkan nilai-nilai yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata stakeholder.

## **2. Konsep Tanggung Jawab Sosial (CSR) PT Vale**

Program tanggung jawab sosial (CSR) PT Vale berkomitmen untuk meningkatkan kualitas hidup stakeholders di area kerja perusahaan secara berkelanjutan demi kelangsungan dan kejayaan perusahaan. Di samping itu CSR PT Vale berpartisipasi untuk mengurangi angka kemiskinan melalui pemberdayaan masyarakat, meningkatkan kemampuan *entrepreneur* para kontraktor lokal, meningkatkan kesehatan masyarakat lokal, dan kecerdasan sumber daya manusia melalui pendidikan.

Untuk melaksanakan CSR PT Vale diangkatlah manajer, penyelia, dan staf karyawan yang mempunyai kapabilitas di bidang

CSR, bekerja sama secara efektif dengan pemerintah kabupaten, kecamatan, desa yang terkait dengan aktivitas hubungan antara pengelola CSR, PT Vale dan masyarakat. Tugas pengembangan masyarakat dan pengelolaan hubungan dengan stakeholder external ini dilaksanakan oleh sebuah departemen khusus yaitu Departemen External Relations dan Corporate Affairs.

Agar CSR berjalan efektif dan efisien maka dibuat rencana kerja strategik untuk kegiatan CSR jangka panjang, jangka menengah, dan jangka pendek, dilengkapi dengan rincian program tahunan yang telah disepakati bersama-sama pemangku kepentingan. Perusahaan menyediakan dana untuk dialokasikan dengan bijaksana untuk melakukan kegiatan- kegiatan CSR yang direncanakan.

Sebagai perusahaan yang telah beroperasi selama lebih dari 40 tahun, PT Vale merasa bertanggung jawab atas kesejahteraan masyarakat lokal di sekitar wilayah operasinya meliputi tiga propinsi yaitu Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah dan Sulawesi Tenggara.

Bagi PT Vale, masyarakat lokal yang sejahtera adalah jembatan untuk mewujudkan salah satu tujuan perusahaan yakni memperkuat kemitraan dan kerjasama dengan pemerintah, karyawan dan masyarakat lokal. Keterlibatan dalam semua segi pengembangan masyarakat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari komitmen tanggung jawab sosial perusahaan PT Vale, karena PT Vale tumbuh dan menjadi sejahtera bersama-sama. Seluruh inisiatif yang ada

bertujuan untuk menyokong pengembangan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, sejak awal program pemberdayaan masyarakat PT Vale bukanlah program sekali jalan, melainkan program yang berkesinambungan untuk mencapai keberlanjutan.

Dalam beberapa dekade, yaitu mulai tahun 1969 hingga 1990, bantuan PT Vale difokuskan pada 3 sektor, yaitu Prasarana, Pendidikan dan pelatihan, serta Kesehatan. Pembangunan sarana pertama untuk kegiatan operasinya di Malili dan Sorowako, yaitu mendirikan sebuah kamp eksplorasi, dihuni oleh sekelompok kecil ahli geologi dan staff pendukung. Pembangunan prasarana kemudian berkembang dan berlanjut untuk memenuhi prasarana kunci seperti jalan raya, bandara dan pelabuhan, air bersih dan pengolahan sampah, balai masyarakat, pertokoan dan rumah-rumah ibadah, yang dapat dimanfaatkan baik oleh karyawan dan masyarakat luas. Untuk kesejahteraan karyawan dan keluarganya, PT Vale pun memperhatikan sektor pendidikan dan pelatihan dengan mendanai pembangunan sekolah. Di bidang kesehatan, PT Vale dengan membangun rumah sakit modern, yang menyediakan jasa kesehatan bagi karyawan dan keluarga mereka, dan juga memenuhi kebutuhan masyarakat luas. Di tahun 2009, PT Vale mengalokasikan dana sebesar 7.2 juta dollar AS untuk memusatkan perhatian pada upaya perbaikan ekonomi dan pendidikan masyarakat lokal, meningkatkan kesehatan, menyediakan bantuan kemanusiaan serta sosial, dan

membangun infrastruktur. Secara rinci implementasi program CSR oleh PT Vale terhadap infrastruktur di Kabupaten Luwu Timur ditampilkan pada tabel 4.1. berikut:

**Tabel 4.1. Program perbaikan dan pengadaan infrastruktur oleh PT Vale di Kabupaten Luwu Timur**

		Kabupaten
	Pembangunan Gedung TK Sorowako	Nuha
	Insentif Guru TK Sorowako	Nuha
	Bantuan Bus Sekolah	Wasuponda
	Pengadaan Laboratorium Komputer SMU Wasuponda	Wasuponda
	Bantuan Kelengkapan Perpustakaan SMP Wasuponda	Wasuponda
	Taman Baca	Wasuponda
	Program Pendidikan Keaksaraan Fungsional	Wasuponda
	In House Training VPA	Wasuponda
	Bantuan Mobiler Sekolah SDN Kelas Jauh Palauru	Wasuponda
	Pelatihan Peningkatan Kapasitas KSM Pengelolaan	Wasuponda
	Kelompok yang Bertanggungjawab	
	Training Fasilitators dan Need Assessment	Towuti
	Rumah Baca "The Anatta Institute"	Towuti
	Bantuan Kompuer untuk Yayasan Pendidikan Darunn	Towuti
	Bantuan Komputer untuk SMAI Darul Istiqomah Tanj	Towuti
	Perpustakaan Desa Baruga	Towuti
	Pelatihan Penyusunan RPJMDES dan PERDES	Towuti
	Perayaan Hari Anak	Towuti
	Program Peduli Aksara (Pemberantasan Buta Huruf	Towuti
	Bantuan Mobiler dan Taman Baca Kuari	Towuti
	Pemetaan Kelembagaan Kelompok Masyarakat dan Organisasi Non Pemerintahan	Towuti
	Pelatihan Peningkatan Kapasitas Pengurus	
	Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM)	Towuti
	Analisis Permasalahan dan Kebutuhan Pengumpul	
	Barang Bekas/Pemulung	Towuti
	Pelatihan Relawan Lingkungan Hidup II Kabupaten Lu	Towuti
No	Kegiatan CSR	Kecamatan
1	Sarana Air Bersih	Nuha
2	Proyek Sumasang	Nuha
3	Sorowako Baru Water Supply	Nuha
4	F Lagoon	Nuha
5	Wasted Basket	Nuha
6	Instalasi Pipa Air	Wasuponda
7	Relokasi Dongi	Wasuponda
8	Perbaikan Saluran Air/Gorong-Gorong	Wasuponda
9	Fasilitas Penerangan	Wasuponda
10	Instalasi Listrik Tenaga Surya	Wasuponda
11	Pengelolaan Air Bersih Kec. Towuti	Towuti
12	Instalasi Listrik Desa Mahalona	Towuti
13	Pembuatan 200Unit Tempat Pembuangan Sampah	Towuti
14	Pengadaan Kelengkapan Sekretariat Tim	Towuti

Sumber : Laporan keberlanjutan PT Vale 2009

Implementasi pembangunan infrastruktur kini menjadi isu penting bagi masyarakat di wilayah pemberdayaan PT Vale khususnya dan di wilayah Luwu Timur umumnya. Program pengembangan masyarakat dalam penyediaan infrastruktur terus dilakukan, untuk itu dilakukan kegiatan yang dapat menunjang kegiatan penyediaan dan pembangunan infrastruktur yang andal. PT Vale telah mengakomodasi seluruh kebutuhan dalam penyediaan infrastruktur, seperti bangunan gedung, bangunan air dan jembatan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sesuai Standar Nasional Indonesia untuk jasa konstruksi maka semua perizinan pembangunan gedung harus menaati peraturan yang berlaku seperti yang ditetapkan dalam Undang-undang tentang bangunan gedung dan jalan. Pembangunan infrastruktur bertujuan untuk menunjang kegiatan lain agar seluruh aspek kehidupan dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Berikut beberapa program infrastruktur yang baru saja berjalan:

1. Proyek instalasi air minum Desa Pekaloa dan Desa Timampu

Masyarakat di wilayah pemberdayaan PT Vale selalu mendapat perhatian dari perusahaan. Melalui kegiatan *Community Development*, masyarakat di bantu dengan menampung kebutuhan mereka dan menyaring kebutuhan mereka sesuai tingkat kebutuhan yang paling pokok. Masalah air bersih adalah permasalahan yang paling pokok dibutuhkan oleh masyarakat. Sesuai tanggung jawab perusahaan

terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat kemudian dilakukan program instalasi air bersih di beberapa wilayah diantaranya di Desa Pekaloa dan Timampu.

Kegiatan yang rampung sejak Oktober 2010, diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan fasilitas air bersih dengan baik, sehingga mereka tidak lagi terbebani dengan masalah air bersih yang sulit didapatkan sebelum adanya proyek insatalasi air minum ini.

## 2. Program Insatalasi Pompa Hidram untuk Pertanian

Dalam menunjang kegiatan pertanian dibutuhkan sarana irigasi yang memadai agar panen dapat tercapai secara maksimal. Untuk itulah PT Vale melalui program *Community Development*, PT Vale memberikan bantuan kontribusi sebesar Rp.2,349,582,800 untuk pengadaan irigasi desa khususnya di wilayah Towuti. Dengan adanya saluran irigasi ini masyarakat mempunyai fasilitas air untuk mengairi sawah yang ada di wilayah itu sehingga manfaatnya dapat dinikmati semua masyarakat.

Pelaksanaan program CSR yang salah satunya adalah pengadaan dan perbaikan infrastruktur di Kabupaten Luwu Timur merupakan salah satu upaya pemerataan pembangunan bersama antara perusahaan dan masyarakat sekitar perusahaan. Program ini bermanfaat untuk mengurangi dampak negatif yang tercipta dalam bentuk kesenjangan antara kemajuan perusahaan dan keadaan serta harapan masyarakat sekitarnya.

Dalam meningkatkan efektivitas program CSR PT Vale memperhatikan beberapa aspek yang menunjang efektivitas program tersebut. Aspek yang dimaksud adalah aspek individu, kelompok dan organisasi. Efektivitas Individu adalah kemampuan petugas dalam mendampingi masyarakat, kesigapan petugas dalam menanggapi permintaan masyarakat lokal selama pendampingan, kesungguhan petugas dalam memperhatikan kepentingan masyarakat yang didampingi. Efektivitas kelompok diantaranya adalah hubungan komunikasi yang baik antara perusahaan dan masyarakat, program fasilitas pendidikan dan *life skill training* yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk kehidupan sehari-hari serta program pendidikan yang dilaksanakan secara berkelanjutan (kontinuitas program pendidikan). Sedangkan efektivitas organisasi dalam hal ini adalah pemantauan dan pengevaluasian program CSR, dan kepedulian perusahaan mengenai sarana penampungan keluhan masyarakat serta kepedulian PT Vale terhadap lingkungan sekitar.

Program implementasi CSR PT Vale dapat dikatakan sudah dijalankan dengan baik oleh manajemen perusahaan. Pihak perusahaan telah melibatkan para *stakeholders* dalam menjalankan program CSR, sehingga benar-benar bermanfaat bagi semuanya.

Dalam implementasi CSR PT Vale, sebagian masyarakat ikut diundang dalam pertemuan inisiasi program rapat sehingga perusahaan dapat mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat



sekitar. PT Vale memiliki kebijakan lingkungan dan sosial yang memihak kepada para stakeholders. Kebijakan tersebut di antaranya adalah:

A. Penggunaan teknologi yang ramah lingkungan. Supaya masyarakat tidak dirugikan dengan kerusakan lingkungan alam disekitar mereka perusahaan membuat sistem manajemen lingkungan (SML). Perusahaan telah melakukan pengolahan limbah, dan penanaman pohon kembali supaya limbah tersebut tidak merusak dan mengganggu alam sekitar serta hutan tidak mengalami penggundulan.

B. Tanggung jawab sosial kemasyarakatan yaitu:

1. Mengutamakan penduduk lokal
2. Melakukan kerja sama kemitraan bisnis dengan masyarakat lokal
3. Menyisihkan dana bagi kontribusi sosial untuk pengembangan masyarakat
4. Menerima lembaga independen untuk mengawasi pelaksanaan program baru

Program *Community Development* merupakan suatu proses pengembangan usaha-usaha atau potensi yang dimiliki masyarakat yang diintegrasikan dengan sumber daya yang dimiliki oleh PT Vale, untuk membantu memperbaiki kondisi ekonomi, sosial dan kebudayaan serta mengintegrasikan masyarakat dalam konteks

kehidupan di wilayah operasional PT Vale. Hal ini juga berarti memberdayakan masyarakat agar mereka mampu memberikan kontribusi secara penuh untuk mencapai kemajuan di pelbagai bidang.

Program Pengembangan Masyarakat merupakan suatu program yang bertujuan untuk mempercepat penanggulangan kemiskinan berdasarkan pengembangan kemandirian masyarakat melalui peningkatan kapasitas masyarakat, partisipasi masyarakat dan kelembagaan dalam penyelenggaraan pembangunan

Pola pemberdayaan masyarakat bukan merupakan kegiatan yang sifatnya *Top-Down Intervention*, yang tidak menjunjung tinggi aspirasi dan potensi masyarakat untuk melakukan kegiatan swadaya. Sementara yang paling dibutuhkan masyarakat lapisan bawah, terutama yang tinggal di desa, adalah pola pemberdayaan yang sifatnya *Bottom-Up Intervention*, yang menghargai dan mengakui bahwa masyarakat lapisan bawah memiliki potensi untuk memenuhi kebutuhannya, serta mampu melakukan usaha-usaha produktif dengan prinsip swadaya dan kebersamaan.

Definisi *ComDev* menekankan bahwa konsep pembangunan masyarakat merupakan suatu proses 'aksi sosial' di mana masyarakat mengorganisir diri mereka dalam merencanakan apa yang akan dikerjakan; merumuskan masalah dan kebutuhan-kebutuhan, baik untuk kepentingan individu maupun untuk kepentingan bersama. Pembuatan rencana-rencana tersebut didasarkan atas kepercayaan

yang tinggi terhadap sumber-sumber yang dimiliki masyarakat, dan bilamana perlu dapat bantuan teknis dan material dari perusahaan.

### **3. Kendala-kendala dalam Pelaksanaan CSR di PT Vale**

CSR yang selama ini dilakukan oleh korporasi yang mendasarkan pada prinsip sukarela (*voluntary*) dan kedermawanan (*philanthropy*) dianggap tidak efektif. Demikian kegelisahan yang disampaikan Sekjen PBB dalam pertemuan UN Global Compact di Jenewa. Korporasi dianggap tidak mempunyai kepedulian terhadap persoalan sosial seperti lingkungan hidup, HAM, dan *Community Development*. Terbukti dengan meningkatnya krisis pemanasan global (*global warming*), ketimpangan ekonomi (*extreme poverty*), mahal biaya pendidikan dan kesehatan serta persoalan sosial lainnya. Demikian pula di Indonesia, pengaturan kewajiban CSR dalam UU Perseroan Terbatas dan UU Penanaman Modal justru banyak ditentang oleh pelaku usaha (Fajar, 2010).

Isu CSR dapat disimpulkan sebagai parameter kedekatan era kebangkitan masyarakat (*civil society*). Maka dari itu, sudah seharusnya CSR tidak hanya bergerak dalam aspek *philantropy*, atau berhenti pada level strategi, melainkan harus merambat naik ke tingkat kebijakan (*policy*) yang lebih makro dan riil. Dunia usaha harus dapat mencontoh perusahaan-perusahaan yang telah terlebih dahulu melaksanakan program CSR sebagai salah satu *policy* dari manajemen perusahaan.

PT Vale telah mengangkat pelaksanaan CSR sebagai bentuk kebijakan perusahaan yang berkelanjutan, sebagai kewajiban perusahaan, terlepas dari pandangan bahwa CSR merupakan kewajiban moral ataupun kewajiban yuridis. Namun dalam pelaksanaan program-program CSR-nya, PT Vale tetap menghadapi hambatan-hambatan yang dapat menjadikan pelaksanaan CSR menjadi tidak efektif dan lepas dari sasarannya.

Adapun beberapa hambatan dalam upaya pelaksanaan CSR oleh PT Vale antara lain:

- A. Pandangan negatif dari sebagian masyarakat mengenai kegiatan CSR sebagai bentuk promosi perusahaan. Pelaksanaan CSR PT Vale sering dikait-kaitkan sebagai promosi imej perusahaan. Akibatnya, pelaksanaan CSR PT Vale sering dibiaskan oleh pihak-pihak tertentu untuk menjatuhkan citra PT Vale terlebih lagi untuk menggagalkan tujuan dari pelaksanaan CSR itu sendiri. Padahal dalam setiap kegiatan CSR-nya, PT Vale benar-benar secara profesional telah memisahkan kebijakan-kebijakan di setiap event, baik itu yang bersifat *promoting company image* ataupun yang murni kegiatan manajemen dampak operasi dan pengembangan masyarakat seperti CSR. Hal ini terlihat dari adanya penggunaan logo khusus dalam setiap pelaksanaan event-event CSR yang sangat berbeda dengan event lainnya.
- B. Pemaksaan pelaksanaan kegiatan sosial oleh masyarakat kepada

PT Vale. Program CSR PT Vale telah direncanakan secara mendetail, terjadwal dan berkelanjutan melalui penjangkaran kebutuhan secara partisipatif. Dalam hal ini, PT Vale menempatkan perhatian besar pada bidang pendidikan, kesehatan dan peningkatan ekonomi masyarakat.

Pada kenyataannya banyak masyarakat memaksakan keinginannya untuk pelaksanaan suatu kegiatan yang tidak ada kaitannya dengan kegiatan sosial atau kepentingan masyarakat umum. Aktivitas yang demikian tidak dapat difasilitasi oleh PT Vale. Mekanisme penjangkaran dan verifikasi program, persetujuan dan implementasi program oleh PT Vale, dilakukan secara fair dan tanpa paksaan. Karena itu, implementasi program CSR PT Vale sangat selektif dengan melihat esensi dan manfaat setiap kegiatan yang akan dilaksanakan.

C. Tidak adanya arahan yang jelas dari produk hukum yang menunjang pelaksanaan CSR. Pemerintah telah mengeluarkan UU PT sebagai landasan mengenai CSR yang terlihat pada Pasal 74 UU PT, namun peraturan tersebut tidak memiliki suatu arahan yang jelas mengenai bentuk dan sanksi tentang pelaksanaan CSR. Bahkan sampai saat ini belum ada Peraturan Pemerintah dalam menjalankan Pasal 74 UU PT tersebut. Hal ini mengakibatkan tidak adanya perbedaan yang jelas di hadapan hukum antara pelanggar hukum dan pihak yang taat terhadap hukum. Terlebih lagi program

terjadi tumpang tindih regulasi di level nasional hingga level daerah.

Ini mengakibatkan hambatan bagi implementasi CSR PT Vale.

- D. Lemahnya penegakan hukum dalam pelaksanaan CSR. Tekanan para elit, pungutan tambahan, iklim usaha yang tidak sehat membuat perusahaan sangat terbebani. Akibatnya pelaksanaan CSR sangat rentan dengan berbagai kepentingan yang tidak berhubungan dengan tujuan strategisnya, sehingga pencapaiannya dari pelaksanaan CSR pun menjadi kurang maksimal.

## B. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden diperlukan untuk mengetahui latar belakang responden yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin dan umur .

### 1. Jenis Kelamin

Dari keseluruhan responden, mayoritasnya adalah laki-laki dengan jumlah prosentase 61.9 % sedangkan perempuan berjumlah 38.10 %. Lebih jelas ditampilkan pada tabel 4.2. berikut:

**Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki-laki	65	61.9
Perempuan	40	38.1
Total	105	100 %

Sumber : data primer, diolah 2010

## 2. Usia

Dari keluruhan responden yang diberikan kuisisioner, mayoritasnya berusia antara 30 – 39 tahun dengan jumlah prosentase 48.6 %, Ini mengindikasikan bahwa warga yang daerahnya masuk dalam program CSR oleh PT Vale adalah kelompok usia masih produktif. Sehingga implementasi program dengan keterlibatan masyarakat sangat efektif. Secara lengkap distribusi frekuensi terlampir dalam tabel 4.3. berikut:

**Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persen (%)
< 30 tahun	8	7.6
30 – 39 tahun	51	48.6
40 -49 tahun	29	27.6
Lebih dari 39 tahun	17	16.2
Total	105	100 %

Sumber: data primer, diolah 2010

## C. Distribusi Jawaban Responden

### 1. Implementasi Program CSR PT Vale

#### a. Building Human Capital

Berdasarkan hasil survey yang dituangkan dalam lampiran, untuk variabel Building Human Capital tampak bahwa dari 105 responden untuk pertanyaan 1 yaitu Petugas yang terlibat dalam program “perbaikan dan pengadaan infrastruktur” memberikan penjelasan yang gampang anda mengerti, terdapat 40% yang menyatakan ragu-ragu, 40% yang menyatakan setuju dan 20 % yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Staf Vale Memberikan Penjelasan dengan Mudah**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	42	40,0
4.	Setuju	42	49,0
5.	Sangat Setuju	21	20,0
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 2 yaitu Program "perbaikan dan pengadaan infrastruktur", PT Vale telah berperan serta dalam meningkatkan kemampuan, keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam mengembangkan dirinya, terdapat 34.3% yang menyatakan ragu-ragu, 47.6% yang menyatakan setuju dan 18.1% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Peran PT Vale dalam Meningkatkan Kemampuan, Keterampilan dan Pengetahuan Masyarakat untuk Mengembangkan Diri**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	36	34,3
4.	Setuju	50	47,6
5.	Sangat Setuju	19	18,1
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 3 yaitu program "perbaikan dan pengadaan infrastruktur" ini telah membuktikan bahwa PT Vale merupakan perusahaan yang bertanggung jawab terhadap kemajuan



masyarakat, terdapat 45.7% yang menyatakan ragu-ragu, 41% yang menyatakan setuju dan 13.3% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Perusahaan Bertanggung Jawab terhadap Kemajuan Masyarakat**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	48	45,7
4.	Setuju	43	41,0
5.	Sangat Setuju	14	13,3
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

#### b. Strengthening Economies

Berdasarkan hasil survey yang dituangkan dalam lampiran, untuk variabel *Strengthening Economies* tampak bahwa dari 105 responden untuk pertanyaan 1 yaitu dengan perbaikan infrastuktur oleh PT Vale dapat memudahkan akses lalulintas barang di kecamatan Anda, terdapat 36.2% yang menyatakan ragu-ragu, 48.6% yang menyatakan setuju dan 15.2% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Perbaikan Infrastuktur Memudahkan Akses Lalulintas Barang**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	38	36,2
4.	Setuju	51	48,6
5.	Sangat Setuju	15	15,2
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 2 yaitu dengan perbaikan infrastuktur oleh PT Vale kegiatan transportasi meningkat, terdapat 20% yang menyatakan ragu-ragu, 61.9% yang menyatakan setuju dan 18.1% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Perbaikan infrastuktur Meningkatkan Kegiatan Transportasi**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	21	20,0
4.	Setuju	65	61,9
5.	Sangat Setuju	19	18,1
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 3 dengan perbaikan infrastruktur oleh PT Vale kegiatan pendapatan masyarakat meningkat, terdapat 43.8% yang menyatakan ragu-ragu, 41% yang menyatakan setuju dan 15.2 % yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Perbaikan infrastruktur Meningkatkan Pendapatan Masyarakat**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	46	43,8
4.	Setuju	43	41,0
5.	Sangat Setuju	16	15,2
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

### c. **Assesing Social Cohesion**

Berdasarkan hasil survey yang dituangkan dalam lampiran, untuk variabel *Assesing Social Cohesion* tampak bahwa dari 105 responden untuk pertanyaan 1 yaitu PT Vale telah berupaya untuk menjalin komunikasi yang baik dengan Anda sebelum dan selama pelaksanaan program perbaikan dan pengadaan infrastruktur berlangsung, terdapat 29.5% yang menyatakan ragu-ragu, 59% yang menyatakan setuju dan 11.4% .

**Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Komunikasi yang Baik**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	31	29,5
4.	Setuju	62	59,0
5.	Sangat Setuju	12	11,4
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 2 yaitu program perbaikan dan pengadaan infrastruktur ini diadakan oleh PT Vale untuk tetap menjalin hubungan yang harmonis dengan Anda, terdapat 36.2% yang menyatakan ragu-ragu, 48.6% yang menyatakan setuju dan 15.2% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Menjalिन Hubungan yang Harmonis**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	38	36,2

4.	Setuju	51	48,6
5.	Sangat Setuju	16	15,2
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 3 yaitu program pengadaan dan perbaikan infrastruktur ini merupakan upaya PT Vale untuk lebih mendekatkan diri dengan Anda, terdapat 23.8% yang menyatakan ragu-ragu, 60% yang menyatakan setuju dan 16.2% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Program pengadaan dan perbaikan infrastruktur PT Vale lebih Mendekatkan diri dengan Masyarakat**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	25	23,8
4.	Setuju	64	60,0
5.	Sangat Setuju	17	16,2
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

#### **d. Encouraging good governance**

Berdasarkan hasil survey yang dituangkan dalam lampiran, untuk variabel *Encouraging good governance* tampak bahwa dari 105 responden untuk pertanyaan 1 yaitu program perbaikan dan pengadaan infrastruktur ini telah menunjukkan bahwa PT Vale tidak hanya mau mengambil keuntungan dari daerah Anda, tapi juga memperhatikan kebutuhan dan kepentingan masyarakat, terdapat 39% yang menyatakan ragu-ragu, 45.7% yang menyatakan setuju dan 15.2% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi PT Vale tidak Hanya Mau Mengambil Keuntungan Perusahaan Semata**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	41	39,0
4.	Setuju	48	45,7
5.	Sangat Setuju	16	15,2
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 2 yaitu Melalui pelaksanaan program perbaikan dan pengadaan infrastruktur ini, PT Vale sudah berupaya untuk memudahkan akses masyarakat sekitarnya, terdapat 39% yang menyatakan ragu-ragu, 46.7% yang menyatakan setuju dan 14.3% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi PT Vale Berupaya Memudahkan Akses Masyarakat Sekitar**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	41	39,0
4.	Setuju	49	46,7
5.	Sangat Setuju	15	14,3
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 3 yaitu program perbaikan dan pengadaan infrastruktur ini dilakukan secara tulus (tanpa pamrih) oleh PT Vale dan tidak ada maksud (tujuan) apapun dibalikinya, terdapat 23.8%

yang menyatakan ragu - ragu, 64.8% yang menyatakan setuju dan 11.4% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Program Perbaikan dan pengadaan infrastruktur ini dilakukan secara tulus (tanpa pamrih) oleh PT Vale**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	25	23,8
4.	Setuju	68	64,8
5.	Sangat Setuju	12	11,4
	Total	105	100 %

Sumber: lampiran

**e. *Protecting The Environment***

Berdasarkan hasil survey yang dituangkan dalam lampiran, untuk variabel *Protecting the environment* tampak bahwa dari 105 responden untuk pertanyaan 1 yaitu program perbaikan dan pengadaan infrastruktur PT Vale tidak melakukan pengrusakan alam sekitar, terdapat 38.1% yang menyatakan ragu-ragu, 44.8% yang menyatakan setuju dan 17.1% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi PT Vale Tidak Melakukan Pengrusakan Alam Sekitar**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	40	38,1
4.	Setuju	47	44,8
5.	Sangat Setuju	18	17,1
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 2 yaitu program perbaikan dan pengadaan infrastruktur PT Vale tidak menghasilkan pencemaran lingkungan sehingga masyarakat tidak terganggu akan program ini, terdapat 25.7% yang menyatakan ragu-ragu, 62.9% yang menyatakan setuju dan 11.4% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Program Perbaikan dan Pengadaan Infrastruktur PT Vale Tidak Menghasilkan Pencemaran Lingkungan**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	27	25,7
4.	Setuju	66	62,9
5.	Sangat Setuju	12	11,4
	Total	105	100 %

Sumber: lampiran

Untuk pertanyaan 3 yaitu program perbaikan dan pengadaan infrastruktur PT Vale juga memperbaiki lingkungan sekitar dengan menanami pohon dan menjaga keasrian lingkungan di sekitar projek perbaikan/pengadaan infrastruktu, terdapat 34.3% yang menyatakan ragu-ragu, 53.3% yang menyatakan setuju dan 12.4% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi PT Vale Juga Memperbaiki Lingkungan Sekitar dengan Menanami Pohon dan Menjaga Keasrian Lingkungan**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-

3.	Ragu-ragu	36	34,3
4.	Setuju	56	53,3
5.	Sangat Setuju	13	12,4
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

## 2. Modal Sosial Masyarakat

### a. Relasi Timbal-balik (*reciprocity*)

Untuk pertanyaan 1 yaitu integritas anggota kelompok untuk saling melakukan tukar kebaikan untuk kepentingan bersama, terdapat 10,5% yang menyatakan ragu-ragu, 71,4% yang menyatakan setuju dan 18,1% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Integritas Anggota Masyarakat**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	11	10,5
4.	Setuju	75	71,4
5.	Sangat Setuju	19	18,1
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 2 yaitu tingkat sinergi anggota kelompok untuk saling melakukan tukar kebaikan untuk kepentingan bersama, terdapat 26,7% yang menyatakan ragu-ragu, 61,9% yang menyatakan setuju dan 11,4% yang menyatakan sangat setuju.



**Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Sinergi Anggota Masyarakat**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	28	26,7
4.	Setuju	65	61,9
5.	Sangat Setuju	12	11,4
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

**b. Norma/Nilai**

Untuk pertanyaan 3 yaitu apakah masyarakat memiliki nilai-nilai, sekumpulan aturan tertulis dan tidak tertulis yang dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat, terdapat 22,9% yang menyatakan ragu-ragu, 61,9% yang menyatakan setuju dan 15,2% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Kepatuhan Anggota Masyarakat terhadap Norma**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	24	22,9
4.	Setuju	65	61,9
5.	Sangat Setuju	16	15,2
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

**c. Jaringan Sosial**

Untuk pertanyaan 4 yaitu intensitas hubungan interaksi sosial dengan individu baik di dalam kelompok masyarakat,

terdapat 15,2% yang menyatakan ragu-ragu, 61,9% yang menyatakan setuju dan 22,9% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.22 Distribusi Frekuensi Hubungan Interaksi Sosial Individu dalam Masyarakat**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	16	15,2
4.	Setuju	65	61,9
5.	Sangat Setuju	24	22,9
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 5 yaitu intensitas hubungan interaksi sosial dengan individu di luar kelompok masyarakat, terdapat 39% yang menyatakan ragu-ragu, 43,8% yang menyatakan setuju dan 17,1% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Hubungan Interaksi Sosial Individu di Luar Komunitas**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	41	39,0
4.	Setuju	46	43,8
5.	Sangat Setuju	18	17,1
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

#### d. Kepercayaan

Untuk pertanyaan 6 yaitu kepercayaan antar anggota kelompok, terdapat 13,3% yang menyatakan ragu-ragu, 44,8% yang menyatakan setuju dan 41,9% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.24 Distribusi Frekuensi Kepercayaan Antar Anggota Masyarakat**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	14	13,3
4.	Setuju	47	44,8
5.	Sangat Setuju	44	41,9
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

#### e. Kelompok

Untuk pertanyaan 6 yaitu tingkat partisipasi anggota dalam setiap kegiatan dalam kelompok, terdapat 44,8% yang menyatakan ragu-ragu, 46,7% yang menyatakan setuju dan 8,6% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.25 Distribusi Frekuensi Partisipasi Anggota dalam Mengikuti Kegiatan Kelompok Masyarakat**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	47	44,8
4.	Setuju	49	46,7
5.	Sangat Setuju	9	8,6
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

### 3. Kesejahteraan Masyarakat

#### a. Pendapatan

Berdasarkan hasil survey yang dituangkan dalam lampiran, untuk variabel Pendapatan tampak bahwa dari 105 responden untuk pertanyaan 1 yaitu dengan baiknya infrastruktur di daerah kami, akses konsumen menjadi lebih baik dan pendapatan masyarakat, utamanya yang berprofesi wirausaha, dapat meningkat, terdapat 23.8% yang menyatakan ragu-ragu, 53.3% yang menyatakan setuju dan 22.9% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.26 Distribusi Frekuensi Akses Konsumen Lebih Baik**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	25	23,8
4.	Setuju	56	53,3
5.	Sangat Setuju	24	22,9
	Total	105	100 %

Sumber: lampiran

Untuk pertanyaan 2, dengan baiknya infrastruktur di daerah kami, barang bisa lebih cepat sampai, usaha-usaha berjalan lancar dan pendapatan meningkat, terdapat 33.3% yang menyatakan ragu-ragu, 43.8% yang menyatakan setuju dan 22.9% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.27 Distribusi Frekuensi Barang Cepat Sampai dan Pendapatan Meningkat**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	35	33,3
4.	Setuju	46	43,8
5.	Sangat Setuju	24	22,9
	Total	105	100 %

Sumber: lampiran

**b. Pendidikan**

Berdasarkan hasil survey yang dituangkan dalam lampiran, untuk variabel pendidikan nampak bahwa dari 105 responden untuk pertanyaan 1 yaitu dengan baiknya infrastruktur di daerah kami, kualitas pendidikan meningkat dan semangat melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi lebih besar., terdapat 24.8% yang menyatakan ragu-ragu, 48.6% yang menyatakan setuju dan 26.7% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.28 Distribusi Frekuensi Infrastruktur Baik Memberikan Semangat Untuk Melanjutkan Pendidikan**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	26	24,8
4.	Setuju	51	48,6
5.	Sangat Setuju	28	26,7
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 2 yaitu dengan baiknya infrastruktur di daerah kami, sehingga akses untuk mendapatkan sarana pendidikan lebih cepat, terdapat 18.1% yang menyatakan ragu-ragu, 57,1% yang menyatakan setuju dan 24.8 % yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.29 Distribusi Frekuensi Akses Untuk Mendapatkan Sarana Pendidikan Lebih Cepat**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu.ragu	19	18,1
4.	Setuju	60	57,1
5.	Sangat Setuju	26	24,8
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

### c. Tenaga Kerja

Berdasarkan hasil survey yang dituangkan dalam lampiran, untuk variabel tenaga kerja tampak bahwa dari 105 responden untuk pertanyaan 1 yaitu CSR PT Vale telah berperan dalam penyerapan tenaga kerja lokal di mana tenaga kerja yang diserap bukan hanya penduduk lokal yang memiliki pendidikan namun juga penduduk lokal yang tidak memiliki pendidikan tinggi juga mendapat kesempatan dilatih untuk menjadi tenaga kerja, terdapat 35.2% yang menyatakan ragu-ragu, 40% yang menyatakan setuju dan 24.8% yang menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.30 Distribusi Frekuensi PT Vale berperan dalam penyerapan tenaga kerja lokal**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu-ragu	37	35,2
4.	Setuju	42	40,0
5.	Sangat Setuju	26	24,8
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

Untuk pertanyaan 2 yaitu dengan baiknya infrastruktur sehingga banyak investor datang ke daerah ini yang menyerap tenaga kerja lokal sehingga pengangguran dapat menurun, terdapat 35.2 % yang menyatakan ragu-ragu, 41% yang menyatakan setuju dan 23.8 % yang menyatakan sangat setuju

**Tabel 4.31 Distribusi Frekuensi Investor Datang dan Menyerap Tenaga Kerja Lokal**

No.	Jawaban	Jumlah	Persen (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak setuju	-	-
3.	Ragu.ragu	37	35,2
4.	Setuju	43	41,0
5.	Sangat Setuju	25	23,8
	Total	105	100 %

Sumber : lampiran

#### **D. Pengujian Hipotesis**

Dalam rangka menguji hipotesis penelitian tersebut digunakan uji t dan uji F. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan

program komputasi SPSS for Windows release 17.00 diperoleh hasil seperti terangkum pada Tabel 4.32 berikut:

**Tabel 4.32 Output Hasil Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.515	.396		3.823	.000
CSR	.378	.102	.356	3.697	.000
modal sosial	.136	.151	.118	.897	.372
CSR*modal sosial	.043	.017	.335	2.539	.013

a. Dependent Variable: Kesejahteraan

Sumber: Lampiran

Berdasarkan Tabel 4.32 dapat disusun persamaan regresi ganda yang diperoleh dari hasil analisis yaitu:

$$Y = 1.515 + 0.378 X_1 + 0.136 X_2 + 0.043 X_1 * X_2$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna bahwa pengaruh Implementasi CSR ( $X_1$ ), Modal sosial ( $X_2$ ) dan interaksi CSR dan modal Sosial ( $X_3$ ) terhadap Kesejahteraan masyarakat ( $Y$ ) adalah positif, di mana saat Implementasi CSR ( $X_1$ ), Modal sosial ( $X_2$ ) meningkat maka Kesejahteraan masyarakat akan mengalami peningkatan.

Nilai t hitung untuk Implementasi CSR terhadap kesejahteraan masyarakat diperoleh 3.697 dengan nilai signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan karena nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0.05, hal ini berarti bahwa



variabel Implementasi CSR (X1) memiliki hubungan yang signifikan dengan Kesejahteraan Masyarakat (Y).

Nilai t hitung untuk Modal Sosial terhadap Kesejahteraan Masyarakat diperoleh 0,897 dengan nilai signifikansi 0.372 menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut tidak signifikan karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0.05. Hal ini berarti bahwa variabel Modal Sosial tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan Kesejahteraan Masyarakat (Y).

Namun, nilai t hitung untuk interaksi Implementasi CSR dan Modal Sosial terhadap Kesejahteraan Masyarakat diperoleh 2,539 dengan nilai signifikansi 0.013 menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan karena nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0.05. Hal ini berarti variabel Modal Sosial tidak berpengaruh langsung terhadap Kesejahteraan Masyarakat namun merupakan variabel moderasi yang memperkuat dan memperlemah pengaruh Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan masyarakat.

Untuk mengetahui pengaruh indikator Implementasi CSR secara simultan terhadap Kesejahteraan Masyarakat digunakan uji F. Berdasarkan hasil output SPSS uji F ditampilkan pada Tabel 4.33 berikut:

**Tabel 4.33 Output Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.613	3	10.204	39.722	.000 <sup>a</sup>
	Residual	25.946	101	.257		
	Total	56.559	104			

a. Predictors: (Constant), CSR\*modal sosial, CSR, modal sosial

b. Dependent Variable: Kesejahteraan

Sumber: lampiran

Berdasarkan Tabel 4.33 di atas menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji F menggunakan program komputasi SPSS for Windows release 17 diperoleh F hitung = 39.722 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai signifikansi kurang dari 0.05, menunjukkan bahwa nilai F hitung yang diperoleh tersebut signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau simultan terdapat hubungan simultan yang signifikan Implementasi CSR ( $X_1$ ), Modal Sosial ( $X_2$ ) dan interaksi CSR dan Modal Sosial ( $X_3$ ) terhadap Kesejahteraan Masyarakat .

Derajat hubungan antara Implementasi CSR ( $X_1$ ), Modal sosial ( $X_2$ ) dan interaksi Implementasi CSR dan Modal Sosial ( $X_3$ ) dengan Kesejahteraan Masyarakat secara bersama-sama atau secara simultan dapat diketahui dari nilai korelasi secara simultan atau R sebagaimana pada Tabel 4.34 berikut.

**Tabel 4.34 Output Korelasi Simultan**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 <sup>a</sup>	.541	.528	.50685

a. Predictors: (Constant), CSR\*modal sosial, CSR, modal sosial

Sumber : Lampiran

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi secara simultan sebesar 0.736 dengan nilai R square sebesar 0.541. Ini mengindikasikan bahwa derajat hubungan secara bersama-sama variabel Implementasi CSR ( $X_1$ ), Modal Sosial ( $X_2$ ) dan interaksi Implementasi CSR dan Modal Sosial ( $X_3$ ) terhadap Kesejahteraan Masyarakat masuk dalam kategori sangat kuat. Besarnya pengaruh Implementasi CSR ( $X_1$ ), Modal sosial ( $X_2$ ) dan interaksi Implementasi CSR dan Modal Sosial ( $X_3$ ) dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi simultan ( $R^2$ ) yang menunjukkan secara bersama-sama Implementasi CSR ( $X_1$ ), Modal sosial ( $X_2$ ) dan interaksi Implementasi CSR dan Modal Sosial ( $X_3$ ) memiliki pengaruh sebesar 54,1% terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Sedangkan selebihnya sebesar 45,9% adalah pengaruh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

## E. Pembahasan

### 1. Pengaruh Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Perusahaan

Implementasi program CSR pada dasarnya diarahkan pada tercapainya peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Sejak awal berdiri, PT Vale berkomitmen kuat dalam menjaga keseimbangan dan keharmonisan hubungan dengan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan serangkaian kegiatan sosial kemasyarakatan yang dicanangkan perusahaan mendapatkan apresiasi yang positif dari masyarakat.

Philip Kotler, dalam buku CSR: *Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, membeberkan beberapa alasan tentang perlunya perusahaan menggelar aktivitas tersebut. Disebutkannya, CSR bisa membangun *positioning* merek, mendongkrak penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas karyawan, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan daya tarik korporat di mata investor (Kotler, 2007). Menurut Godo Tjahjono, *Chief Consulting Officer Prentis*, CSR memang punya beberapa manfaat yang bisa dikategorikan dalam empat aspek, yaitu: *license to operate*, sumber daya manusia, retensi, dan produktivitas karyawan.

Hasil penelitian ini memberikan penguatan peneliti terdahulu tentang pentingnya program CSR perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Implementasi CSR pada

penelitian ini menggunakan indikator *building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion, encouraging good governance* dan *protecting the environment* dan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Sehingga saat *building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion, encouraging good governance* dan *protecting the environment* meningkat, peningkatan akan diikuti juga oleh peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Hal ini terjadi karena secara konseptual program-program CSR perusahaan sudah diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan sosial, seperti terungkap pada rumusan visi dan misi perusahaan. Berdasarkan tujuan-tujuan CSR tersebut, implementasi kegiatan-kegiatan CSR perusahaan senantiasa dilakukan mengikuti arah dari kepentingan perusahaan di tengah-tengah komunitas lingkungan hidup masyarakat.

Hasil ini sesuai dengan pandangan CSR yang komprehensif, dilontarkan oleh **Prince of Wales International Business Forum** – yang dipromosikan oleh IBL, yang sekali lagi, melalui lima pilar, yaitu:

- d. *Building human capital*, menyangkut kemampuan perusahaan untuk memiliki dukungan sumber daya manusia yang ada (internal), dan masyarakat sekitar (eksternal).
- e. *Strengthening economics*, memberdayakan ekonomi komunitas.

- f. *Assessing social cohesion*, perusahaan menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak menimbulkan konflik melainkan sebuah keterpaduan.
- g. *Encouraging good governance*, perusahaan menjalankan bisnis dan programnya dalam tata kelola yang baik.
- h. *Protecting the environment*, perusahaan senantiasa menjaga kelestarian lingkungan.

Kepedulian sosial perusahaan terutama didasari alasan bahwasanya kegiatan perusahaan membawa dampak (*for better or worse*), bagi kondisi lingkungan dan sosial-ekonomi masyarakat, khususnya di sekitar perusahaan beroperasi. Selain itu, pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya *shareholders* atau para pemegang saham, melainkan pula *stakeholders*, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan (Susanto, 1997).

*Stakeholders* dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa dan pemerintah selaku regulator. Jenis dan prioritas *stakeholders* relatif berbeda antara satu perusahaan dengan lainnya, tergantung pada *core business* perusahaan yang bersangkutan.

PT Vale merupakan salah satu perusahaan besar yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan tetapi juga pada

kesejahteraan masyarakat sekitar, yang diejawantahkan melalui tanggung jawab sosial dalam bentuk program *Community Development*. Dengan program ini perusahaan lebih menekankan pada pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang.

Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra PT Vale sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat, perlahan-lahan tumbuh pula rasa memiliki sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Steiner (1994) menyebutkan bahwa ada tiga alasan penting mengapa pebisnis mau merespons dan mengembangkan isu CSR dengan usahanya. *Pertama*, perusahaan adalah makhluk masyarakat dan oleh karenanya harus merespons permintaan masyarakat. Ketika harapan masyarakat terhadap fungsi perusahaan berubah, maka perusahaan juga harus melakukan aksi yang sama. *Kedua*, kepentingan bisnis dalam jangka panjang ditopang oleh semangat tanggung jawab sosial itu sendiri. Hal ini disebabkan karena arena bisnis dan masyarakat memiliki hubungan yang saling menguntungkan (simbiotik). Dalam jangka panjang kelangsungan

hidup perusahaan tergantung pada upaya untuk bertanggung jawab terhadap masyarakat sebagai bagian dari aktivitas bisnisnya. Sebaliknya, kesejahteraan masyarakat tergantung pula pada keuntungan yang dihasilkan dan tanggung jawab bisnis perusahaan. *Ketiga*, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu cara untuk mengurangi atau menghindari kritik masyarakat, yang pada akhirnya akan berujung pada upaya mempengaruhi peraturan pemerintah. Jika suatu perusahaan merespons suatu tuntutan sosial, sama halnya mengurangi biaya perusahaan. Karena diyakini bahwa konsekuensi bersinggungan dengan hukum, atau peraturan-peraturan pemerintah secara umum, akibat ketidakharmonisan dengan masyarakat, akan membuat biaya lebih mahal dan menekan fleksibilitas perusahaan dalam beroperasi (Badaruddin, 2008).

Tidak dapat pula dipungkiri bahwa perkembangan pelaksanaan CSR akhir-akhir ini juga mengalami kecenderungan positif dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh Kottler dan Lee (2005), bahwa telah terjadi pergeseran dalam pendekatan korporasi dalam melaksanakan CSR. Semula CSR dilaksanakan dalam kerangka pendekatan tradisional, di mana implementasi CSR dianggap sebagai beban belaka. Kini telah timbul kesadaran bahwa pelaksanaan CSR merupakan bagian



yang menyatu dalam strategi bisnis suatu korporasi, di mana implementasi CSR justru mendukung tujuan-tujuan bisnis inti.

Sebagai makhluk sosial, setiap masyarakat atau komunitas seharusnya memiliki modal sosial—dalam derajat modal sosial yang berbeda antara satu masyarakat (komunitas) dengan satu masyarakat (komunitas) yang lainnya. Ibrahim (2006) menyebutkan bahwa hakikat modal sosial adalah hubungan sosial yang terjalin dalam kehidupan sehari-hari warga masyarakat, di mana hubungan sosial mencerminkan hasil interaksi sosial dalam waktu yang relatif lama sehingga menghasilkan jaringan, pola kerjasama, pertukaran sosial, saling percaya, termasuk norma dan nilai yang mendasari hubungan sosial tersebut. Pola hubungan sosial inilah yang mendasari kegiatan bersama atau kegiatan kolektif antar warga masyarakat. Dengan demikian, masyarakat tersebut mampu mengatasi masalah mereka secara bersama-sama (partisipasi aktif). Kegiatan bersama (kolektif) antar warga masyarakat dapat terbangun bila terpenuhi ketersediaan elemen-elemen modal sosial.

Ada empat manfaat yang diperoleh bagi perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human*

*resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*)

## **2. Modal Sosial sebagai Moderasi Pengaruh Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi CSR perlu didukung oleh modal sosial. Variabel Modal Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Nilai t hitung = 0,897, p=value= 0.372 > 0,05), namun interaksi variabel Modal Sosial dan Implementasi CSR berpengaruh signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Nilai t hitung = 2,539, p=value= 0.013 > 0,05). Ini menunjukkan bahwa variabel Modal Sosial tidak berpengaruh langsung terhadap Kesejahteraan Masyarakat namun merupakan variabel moderasi yang memperkuat dan memperlemah pengaruh Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat.

Ditinjau dari faktor kesejahteraan, tidak semua responden menilai positif (setuju dan sangat setuju) bahwa terdapat peningkatan kesejahteraan setelah adanya implementasi program CSR PT Vale. Sebaliknya sebagian responden menjawab ragu-ragu terhadap peningkatan kesejahteraan setelah adanya program CSR, khususnya terhadap peningkatan pendapatan (33,3%), akses untuk

mendapatkan perlengkapan pendidikan lebih cepat (18,1%) dan penyerapan tenaga kerja lokal (35,2%). Hal ini menunjukkan program CSR PT Vale belum sepenuhnya memberikan dampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Demikian juga ditinjau dari modal sosial. Sebagian responden menjawab ragu-ragu bahwa modal sosial masyarakat masih tinggi khususnya dalam hal integritas (10,5%), sinergi (26,7%), norma (22,9%), hubungan internal dalam komunitas (15,2%), partisipasi kelompok (44,8%). Ini menunjukkan adanya gap dalam masyarakat dalam bentuk apatisme, lemahnya dukungan, pementingan diri atau golongan, kurang monitoring, dan ketidakpercayaan. Hal serupa ditunjukkan melalui hasil penelitian Gogali (2012) yang menemukan bahwa program pengembangan masyarakat belum optimal karena adanya korupsi dan *mark-up* dalam pembangunan sarana pendidikan dan alat pertanian.

Menurut Woolcock (1998), keberhasilan program CSR perlu didukung oleh modal sosial khususnya dalam aspek sinergi dan dukungan integritas masyarakat. Integritas dan sinergi yang tinggi dalam pembangunan akan menghasilkan kerjasama dan akuntabilitas. Sebaliknya program CSR yang tanpa didukung oleh integritas dan sinergi berpotensi menghasilkan anarki karena memunculkan konflik kepentingan dengan masyarakat. Program CSR yang didukung sinergi yang tinggi dalam masyarakat namun

integritas rendah justru akan menghasilkan korupsi dan kroni-isme. Integritas tinggi namun sinergi yang rendah dalam pembangunan menghasilkan inefisiensi dan ketidakefektifan.

Demikian pula aspek modal sosial yang lain, seperti norma, hubungan internal dalam komunitas dan partisipasi kelompok. Masyarakat yang memiliki modal sosial tinggi cenderung bekerja secara gotong-royong, merasa aman untuk berbicara dan mampu mengatasi perbedaan-perbedaan. Sebaliknya, pada masyarakat yang memiliki modal sosial rendah, tampak adanya kecurigaan satu sama lain, merebaknya 'kelompok kita' dan 'kelompok mereka', tiadanya kepastian hukum dan keteraturan sosial, serta seringnya muncul 'kambing hitam'.

Ibrahim (2006) menyebutkan bahwa hakikat modal sosial adalah hubungan sosial yang terjalin dalam kehidupan sehari-hari warga masyarakat, di mana hubungan sosial mencerminkan hasil interaksi sosial dalam waktu yang relatif lama sehingga menghasilkan jaringan, pola kerjasama, pertukaran sosial, saling percaya, termasuk norma dan nilai yang mendasari hubungan sosial tersebut. Pola hubungan sosial inilah yang mendasari kegiatan bersama atau kegiatan kolektif antar warga masyarakat. Dengan demikian, masyarakat tersebut mampu mengatasi masalah mereka secara bersama-sama (partisipasi aktif).

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Vale Indonesia Tbk berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan, sehingga baik buruknya implementasi program CSR akan diikuti oleh tinggi rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa jika suatu perusahaan ingin menyejahterakan masyarakat, maka sedapat mungkin merencanakan dan melaksanakan program CSR dengan baik.
2. Modal sosial memoderasi pengaruh implementasi CSR terhadap kesejahteraan masyarakat. Modal sosial yang kuat akan meningkatkan efektifitas Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Vale dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Namun sebaliknya, modal sosial yang lemah justru dapat menyebabkan konflik, anarkisme dan korupsi dalam implementasi program.

#### B. Saran

1. Implementasi CSR PT Vale pada aspek pengadaan dan perbaikan infrastruktur di tiga kecamatan Kabupaten Luwu Timur, telah

berjalan dan dapat diterima sehingga disarankan untuk mempertahankan program tersebut.

2. Program CSR PT Vale melalui program pemberdayaan seperti pembangunan infrastruktur harus melibatkan masyarakat melalui pembangunan berbasis bottom-up agar sesuai dengan kebutuhan dan mendapat dukungan masyarakat.
3. Monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat sebagai bagian dari program CSR perusahaan perlu dilakukan secara intensif dengan melibatkan modal sosial dalam kelompok masyarakat, seperti pelibatan masyarakat dalam monitoring program peningkatan infrastruktur, program pemberian kredit berbasis kelompok atau koperasi agar efektifitas program dapat tercapai secara berkelanjutan.
4. Melihat realitas bahwa modal sosial memiliki pengaruh untuk memperkuat implementasi CSR, maka disarankan agar perusahaan lebih memperhatikan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang menyentuh kepentingan pembangunan kapasitas masyarakat dan penguatan modal sosial.
5. Untuk peneliti selanjutnya, dapat memasukkan variabel *corporate governance* dan reputasi perusahaan ke dalam model penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- AB Susanto, 2007, *A Strategic Management Approach, CSR*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta
- Abu Samah, Asnarulkhadi dan Fariborz Aref .2009. Empowerment as an Approach for Community Development in Malaysia. *World Rural Observations* 2009; 1.2.:63-68
- Albert, M. & Hahnel, R. 2005. *Traditional Welfare Theory*, <[www.zmag.org/books/1/html](http://www.zmag.org/books/1/html)> (diakses: 2 -02 - 2009).
- Alfiasari .2008. *Analisis Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Miskin di Kelurahan Kerdung Jaya, Kec Tanah Sereal Kota Bogor*. Tesis IPB tidak dipublikasikan
- Amba-Rao, S.C. 1993. Multinational Corporate Social Responsibility, Ethics, Interactions, and Third World Government: An Agenda for the 1990s. *Journal of Business Ethics*, 12(7): 553- 572.
- Anderson, Jr., J.W. 1989. *Corporate Social Responsibility: Guidelines for Top Management*. New York: Quorum Books.
- Asyhadie, Zaeni., 2006, SH, M. Hum, *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaanya di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Aupplerle, K.E. 1990. *An Empirical Measure of Corporate Social Orientation Studies in Theory and Measurement*. Dalam L.E Preston (Ed.),
- Aziz SR, Abdul. 2005. *Memahami Fenomena Sosial Melalui Studi Kasus. Dalam Burhan Bungin .ed.. Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Badan Pusat Statistik .BPS. .2001. *Indikator Kesejahteraan Rakyat*. Diakses 25 November 2013 di <http://www.bps.go.id/publikasi/inkesra/inkesra2010.pdf>
- Baron, D.P. 1996. *Business and its Environment*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- [BKKBN] Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional. 1992. *Undangundang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1992 Tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga Sejahtera*. Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional. Jakarta: BKKBN.

- Blakelley, Roger dan Diana Suggate (1997), "Public Policy Development" dalam David Robinson (ed), *Social Capital dan Policy Development*, Wellington: The Institute of Policy Studies, halaman 80-100
- Bridgman, Peter dan Glyn Davis (2004), *The Australian Policy Handbook*, Crows Nest: Allen and Unwin
- Budimanta, A., Prasetijo, A. & Rudito, B. 2008. *Corporate Social Responsibility, Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. Jakarta: Indonesian Centre for Sustainability Development (ICSD).
- Cheyne, Christine, Mike O'Brien dan Michael Belgrave .1998., *Social Policy in Aotearoa New Zealand: A Critical Introduction*, Auckland: Oxford University Press.
- Coleman, J., 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge Mass: Harvard University Press.
- Collier, P. 1998. *Social Capital and Poverty*. mimeo, Social Capital Initiative. World Bank
- , 2002, Corporate Greening, *Majalah Ozon*, Edisi No.2 Oktober
- Corporation and Society Research: Studies in Theory and Measurement*. Greenwich, CT: JAI Press. Pp. 237-264.
- Cox, E. (1995), *Background Material and Boyer Lecture* (<http://www.leta.edu.au/coxp.htm>) dalam *Journal of Democracy*, Vol.6, No.1, halaman 65-78
- , *CSR dalam Perspektif Ganda*, *Harian Bisnis Indonesia*, 2 September 2007
- Durlauf, S.N. 1999. *The Case Against Social Capital*, mimeo, University of Wisconsin, Madison.
- Drucker, P.F. 1984. The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 26(2): 53-63.
- Dwi Tuti Mulyati, *Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitannya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup*, *Jurnal Law Reform, Pembaharuan Hukum*, volume 3/No. 1 Februari 2007, Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang
- Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Thompson. London.



- Emirzon, Joni, dkk (ed), 2007, *Perspektif Hukum Bisnis Indonesia, Pada Era Globalisasi Ekonomi*, Genta Press, Yogyakarta.
- Evans, E. N. .1992. *Liberation Theology, Empowerment Theory and Social Work Practice with the oppressed*, *International Social Work*, 35, 135-147
- Freemant, R.E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Pitman.
- Fukuyama, Francis (1995), *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, New York: the Free Press
- Fukuyama. F. 1997. *Social capital: the problem of measurement*. .cipe.org/mdf1997/Retrieved April 6, 2001 from <http://www.socicap.htm>
- Fukuyama. F. 2000. *Social capital and civil society*. Paper presented at the IMF Conference on Second Generation Reforms, Washington, DC, 8–9 November.
- Gogali. L. 2012. *Tanggung Jawab Sosial PT INCO bagi Pertumbuhan Ekonomi Rakyat, Sosial dan Lingkungan di Sulawesi Tengah. Laporan Penelitian: INFID Organization* Diakses 28-11-2013 di [www.academia.edu/](http://www.academia.edu/)
- Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gujarati, D.N. 1999. *Basic Econometrics 2<sup>nd</sup> edition*. Singapore: McGraw-Hill.
- Hanifan. 1916. Social Capital. Dikutip dalam Putnam, R.D. 1993. *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life*. American Prospect, 13, Spring, 35- 42. In Elinor
- Hardiansyah, HAM, MS., Prof., Prof. Ir, M.S, *CSR dan Modal Sosial Untuk Membangun Sinergi Kemitraan Bagi Upaya Pengentasan Kemiskinan*, Makalah disampaikan pada Seminar & TalkShow CSR 2007 "Kalimantan 21015: Menuju Pembangunan Berkelanjutan , Tantangan, dan Harapan", Jum'at 10 Agustus 2007.
- Hartono, Sri Rejeki, Prof., Sh., 2007, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayu Media, Malang.
- Himawan Wijanarko, *Reputasi*, Majalah Trust, 4-10 Juli 2005
- Hopkins, M. 2007. *Corporate Social Responsibility and International*

*Development. Is Business the Solution?* Earthscan

- Ichsan 2007, Implementasi Program Community Development di Pertamina UPMS IV Semarang.
- Josua. 2007, Pola Kemitraan dalam praktek Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Program Community Development PT. Toba Pulp Lestari, Tbk. di Kecamatan Porsea Kabupaten Toba Samosir.
- Kamarni. 2010., *Analisis Modal Sosial Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*
- Kim, K.S. 2000. *Corporate Social Responsibility And Strategic Management : An Empirical Study of Korean MNCs in The United States*. Unpublished Dissertation. West Heaven, Connecticut: The University Of Heaven.
- Life, dalam *The American Prospect*, Vol.13, halaman 35-42
- Margiono, Ari, *Menuju Corporate Sosial Ledership*, Suara Pembaharuan, 11 Mei 2006.
- Marten H. Jean, dkk, *Corporate Social Responsibility Perusahaan Multinasional Kepada Masyarakat Sekitar: Studi Kasus*, Jurnal Usahawan Nomer 03 Tahun XXXVI Maret 2007, Bagian CSR, Universitas Kristen Satya Wacana, Slatatiga.
- Mauro, P., 1995. Corruption and growth. *Quarterly Journal of Economics* 110 .3., 681-712.
- Mauro, P., 1998. Corruption and the composition of government expenditure. *Journal of Public Economics* 69: 263-279.
- Menkokesra, 2010. *Data dan Informasi Bidang Kesejahteraan Rakyat*. [http:// data.menkokesra.go.id/](http://data.menkokesra.go.id/)
- Muryati, Dewi Tutri., SH, *Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitanya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup*, Jurnal Law Reform, Pembaharuan Hukum, Volume 3/No. 1 Februari 2007, Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Onyx, J (1996), "The Measure of Social Capital", paper presented to *Australian and New Zealand Third Sector Research Conference on Social Cohesion, Justice and Citizenship: The Role of Voluntary Sector*, Victoria University, Wellington

- , Paradigma Baru "Community Development" Harian Kompas, 22 Mei 2001
- Philip Kotler, 2007, *Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, New York, Thomas Dunne Books
- Portes, Alejandro. 1998. *Social capital : Its Origins and Applications in Modern Sociology*. New Jersey. Princenton University
- Putnam, R.D. 1993. The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *American Prospect*, 13, *Spring*, 35- 42. *In Elinor*
- Putnam, R.D. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* New York: Simon and Schuster.
- Qomariah, 2009. Potensi pendidikan Kesejahteraan Keluarga pada Pengembangan Sumberdaya Manusia berkualitas Dalam Kehidupan Masyarakat, Bangsa dan Negara. *Proseding Seminar Nasional. Akselerasi Peningkatan Kualitas SDM Melalui Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* ISBN: 978-979-17005-1-1
- Raynard, P. & Forstater, M. 2002. *Corporate Social Responsibility : Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries*, Reports, United Nations Industrial Development Organization, Vienna
- Ridwan .2008. *Efektivitas Pelaksanaan Program Pemberdayaan Ekonomi dan Pengaruhnya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pesisir .Studi Kasus Penerapan Program PEMP dan Proyek P4K di Jawa Timur*
- Sakata, S. 2002. *What is social capital? In: Social Capital and International Cooperation*. Tokyo: Japan International Cooperation Agency .in Japanese.
- Santoso, K. 2007. Corporate Social Responsibility. Makalah disampaikan pada *Wokshop Optimalisasi Program CSR yang Berkelanjutan dalam Rangka Meningkatkan Corporate Image dan Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Perusahaan*, 21-22 November. LPPM-IPB.
- Sayogyo. 1971. *Memacu Perekonomian Rakyat*. Jakarta: Aditya Media.
- Shannon, J.S. 1991. *Critical Issues in New Zealand Society: Social Policy*. Auckland: Oxford University Press.
- Siregar, Chairil. N., *Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi CSR*

*pada Masyarakat Indonesia*, Jurnal Socioteknologi Edisi 12 tahun 06, Desember 2007, ITB, Bandung.

-----, 2000. *Social Capital in the Creation of Human Capital*. Cambridge Mass: Harvard University Press.

Soekanto, soerjono, Prof. Dr., SH., 2006, Pengantar Penelitian Hukum, UI Press, Jakarta.

Spellerberg, Anne (1997), "Towards a Framework for the Measurement of Social Capital" dalam David Robinson (ed), *Social Capital dan Policy Development*, Wellington: The Institute of Policy Studies, halaman 42-52

Spicker, P. 1995, *Social Policy: Themes and Approaches*, London: Prentice-Hall

Subagio, 2000. *Kemiskinan Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi: Sebuah Kajian Pemodelan*, Bogor : Institut Pertanian Bogor.

Sri Rejeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, 2007, BayuMedia, Malang,

Suharto, Edi (2005a), *Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah dan Kebijakan Sosial*, Bandung: Alfabeta

Suharto, Edi (2005b), *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, Bandung: Refika Aditama

Suharto, Edi (2006), "Pembangunan Kesejahteraan Sosial dalam Pusaran Desentralisasi dan *Good Governance*", makalah yang disampaikan pada *Semiloka Kompetensi Sumberdaya Manusia Kesejahteraan Sosial di Era Desentralisasi dan Good Governance*, Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Kesejahteraan Sosial (BBPPKS), Banjarmasin 21 Maret 2006

Susanto, A.B, 2007, *Corporate Social Responsibility*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta.

Susanto, A.B. 2007. *Corporate Social Responsibility: A Strategic Management Approach*. The Jakarta Consulting Group Partner in Change, Jakarta

Tunggal, Amin Widjaja, 2008, *Corporate Social Responsibility*, Harvarindo, Jakarta.

-----, 2007 Proper alat Ukur CSR, Dikutip dari CSR Review, Majalah Bulanan Vol.1 No. 1, Januari, Jakarta.

- Umar, H. 1999. *Riset Strategi Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Untung, H.B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Van Ha, Nguyen, Sashi Kant dan Virginia Madsen 2004 *The Contribution of Social Capital to Household Welfare in a Paper-Recycling Craft Village in Vietnam*
- Wallis, J. dan Killerby, P. 2004. Social economics and social capital, *International Journal of Social Economics*, 31(3): 239-258.
- Wokutch, R.E. 1990. Corporate Social Responsibility Japanese Style. *Academy of Management Executive*, 4(2): 56-74.
- Wood, D. 1991. Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management Review* 16(4): 117-127
- Woolcock, Michael, 2001. Microenterprise and social capital: A framework for theory, research, and policy, *The Journal of Socio-Economics*, Elsevier, vol. 30.2.
- Woolcock, M. 1998. Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework. *Theory and Society*, 27 .1., 151-208. In Elinor
- World Bank. 1997. *World Development Report: The State in a Changing World*. Oxford University Press.
- World Bank. 2000. *Making the Transition Work for Everyone: Poverty and Inequality in Europe and Central Asia*. World Bank. April 2000. Draft.
- World Bank. 2001. *The Road to Stability and Prosperity in South Eastern Europe – A Regional Strategy Paper*. Washington, DC.
- Zadek, S., Pruzon, P. & Evans, R. 1997. *Building Corporate Accountability. Emerging Practices in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting*. London: Earthscan Papers.
- Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Zaleha, 2008, Peranan CSR PT. Inalium Divisi PLTA. Siguragura terhadap pengembangan sosio ekonomi masyarakat kecamatan Pintupohan Meranti kabupaten Toba Samosir.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### Peranan Modal Sosial Sebagai Moderasi Pengaruh Implementasi Tanggung Jawab Sosial PT Vale Indonesia Tbk terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Petunjuk :

Kuesioner ini bertujuan untuk keperluan ilmiah semata. Jadi tidak akan mempengaruhi reputasi anda. Pilihlah item jawaban yang telah tersedia dengan menjawab sebenar-benarnya dan sejujurnya sesuai apa yang anda alami dan rasakan selama ini. Jawaban anda berdasarkan pendapat sendiri akan menentukan obyektifitas hasil penelitian ini. Jawablah pertanyaan dengan cara menyatakan tingkatan yang benar menurut anda. Lingkarilah huruf yang paling bisa menunjukkan kebenaran dan ketepatan pernyataan tersebut. Kami menjamin rahasia identitas Saudara.

Identitas Responden

(responden tidak perlu menulis nama)

1. No. Responden : \_\_\_\_\_ (diisi oleh peneliti)
2. Jenis Kelamin : Pria/Wanita \*)
3. Usia : \_\_\_\_\_ tahun
4. Jabatan : \_\_\_\_\_
5. Masa Kerja : \_\_\_\_\_
6. Pendidikan terakhir : \_\_\_\_\_

Lingkari pernyataan dibawah ini sesuai dengan tingkat keyakinan anda:

- 1 = Sangat Tidak Setuju    3 = Sedang    5 = Sangat Setuju  
2 = Tidak Setuju        4 = Setuju

\* coret yang tidak perlu

### **Implementasi CSR:**

1. Petugas yang terlibat dalam program perbaikan dan pengadaan infrastruktur memberikan penjelasan dan sosialisasi yang gampang Anda pahami.
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
2. Melalui program perbaikan dan pengadaan infrastruktur PT Vale telah berperan serta dalam meningkatkan kemampuan, keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam mengembangkan dirinya.
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
3. Program “perbaikan dan pengadaan infrastruktur” ini telah membuktikan bahwa PT Vale merupakan perusahaan yang bertanggung jawab terhadap kemajuan masyarakat.
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju



- c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
4. Dengan perbaikan infrastuktur oleh PT Vale dapat memudahkan akses lalulintas barang di kecamatan Anda.
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
5. Dengan perbaikan infrastruktur oleh PT Vale kegiatan transportasi meningkat.
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
6. Dengan perbaikan infrastuktur oleh PT Vale kegiatan usaha meningkat sehingga pendapatan masyarakat pun meningkat
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju

- e. Sangat tidak setuju
7. PT Vale telah berupaya untuk menjalin komunikasi yang baik dengan Anda sebelum dan selama pelaksanaan program perbaikan dan pengadaan infrastruktur berlangsung
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
8. Program perbaikan dan pengadaan infrastruktur ini diadakan oleh PT Vale untuk tetap menjalin hubungan yang harmonis dengan Anda.
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
9. Program pengadaan dan perbaikan infrastruktur ini merupakan upaya PT Vale untuk lebih mendekatkan diri dengan Anda
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju

e. Sangat tidak setuju

10. Program Perbaikan dan pengadaan infrastruktur ini telah menunjukkan bahwa PT Vale tidak hanya mau mengambil keuntungan dari daerah Anda, tapi juga memperhatikan kebutuhan dan kepentingan masyarakat.

a. Sangat Setuju

b. Setuju

c. Ragu – ragu

d. Tidak Setuju

e. Sangat tidak setuju

11. Melalui pelaksanaan program perbaikan dan pengadaan infrastruktur, PT Vale sudah berupaya untuk memudahkan akses masyarakat sekitar

a. Sangat Setuju

b. Setuju

c. Ragu – ragu

d. Tidak Setuju

e. Sangat tidak setuju

12. Program perbaikan dan pengadaan infrastruktur dilakukan secara tulus (tanpa pamrih) oleh PT Vale dan tidak ada maksud (tujuan) lain apa pun dibalikinya.

a. Sangat Setuju

b. Setuju

- c. Ragu – ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

13. Program perbaikan dan pengadaan infrastruktur PT Vale tidak melakukan pengrusakan alam sekitar.

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Ragu – ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

14. Program perbaikan dan pengadaan infrastruktur PT Vale tidak menghasilkan pencemaran lingkungan sehingga masyarakat tidak terganggu akan program ini.

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Ragu – ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

15. Program perbaikan dan pengadaan infrastruktur PT Vale juga memperbaiki lingkungan sekitar dengan menanami pohon dan menjaga keasrian lingkungan di sekitar projek perbaikan/pengadaan infrastruktur.

- a. Sangat Setuju

- b. Setuju
- c. Ragu – ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

## **B. Modal sosial**

1. Masyarakat memiliki integritas (komitmen) di antara anggota kelompok untuk saling melakukan tukar kebaikan untuk kepentingan bersama, anggota masyarakat secara sukarela dan tanpa pamrih berusaha untuk mendahulukan kepentingan bersama.
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
2. Masyarakat secara bersama-sama bersinergi (bekerja bersama-sama) pada setiap kegiatan yang mempunyai kebaikan untuk kepentingan bersama.
  - f. Sangat Setuju
  - g. Setuju
  - h. Ragu – ragu
  - i. Tidak Setuju
  - j. Sangat tidak setuju

3. Masyarakat memiliki nilai-nilai, aturan tertulis dan tidak tertulis yang dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat.
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
4. Keeratan hubungan antara anggota masyarakat di lingkungan Anda terjalin dengan baik.
  - f. Sangat Setuju
  - g. Setuju
  - h. Ragu – ragu
  - i. Tidak Setuju
  - j. Sangat tidak setuju
5. Masyarakat selalu menjaga hubungan dengan masyarakat lain di luar kelompok.
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
6. Anggota masyarakat memiliki rasa saling percaya dan selalu menjaga kepercayaan dengan anggota masyarakat lainnya.

- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
7. Anggota masyarakat selalu aktif berpartisipasi dalam setiap kegiatan kelompok masyarakat.
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju

**C. Kesejahteraan Masyarakat:**

1. Dengan baiknya infrastruktur di daerah kami, akses konsumen menjadi lebih baik dan pendapatan masyarakat, utamanya yang berprofesi wirausaha, dapat meningkat.
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju

2. Dengan baiknya infrastruktur di daerah kami, barang bisa lebih cepat sampai, usaha masyarakat berjalan dengan lancar dan pendapatan meningkat.
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
3. Dengan baiknya infrastruktur di daerah kami, kualitas pendidikan meningkat dan semangat melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi lebih besar.
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
4. Dengan baiknya infrastruktur di daerah kami, sehingga akses untuk mendapatkan sarana pendidikan lebih memadai.
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju



5. CSR PT Vale berperan dalam penyerapan tenaga kerja lokal perusahaan di mana tenaga kerja yang diserap bukan hanya penduduk lokal yang memiliki pendidikan namun penduduk lokal yang tidak memiliki pendidikan juga mendapat kesempatan dilatih untuk menjadi tenaga kerja
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju
6. Dengan baiknya infrastruktur, banyak investor (kontraktor) datang ke daerah ini yang menyerap tenaga kerja lokal sehingga pengangguran dapat menurun.
- a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Ragu – ragu
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat tidak setuju

## Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian

No.	IMPLEMENTASI CSR (X1)														MODAL SOSIAL (X2)						KESEJAHTERAAN (Y)								
	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15	q16	q17	q18	q19	q20	q21	q22	q23	q24	q25	q26	q27	q28	
1	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
2	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	3	3	4	5	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	
3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	
5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	
6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
7	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	
8	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	5	4	5	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	
10	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
11	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	
12	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	
14	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
16	3	5	3	4	3	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	3	
17	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	3	
18	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
19	4	5	3	3	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
20	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	
21	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
22	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	5	3	5	5	3	
23	4	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	
24	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	
25	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	
26	5	4	3	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	4	5	3	
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	
28	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	
29	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	
30	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	
31	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
33	5	4	3	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	3	3	
34	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	
35	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	
36	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	
37	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	
38	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	
39	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	
40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4

41	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4
42	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
43	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3
44	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4
45	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	3	3	3
46	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3
51	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3
52	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3
53	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3
54	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
56	4	3	3	4	5	3	4	4	3	3	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	3	4	4
57	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	4
58	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3
60	5	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	3
61	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4
62	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	5	3	3	3	5	3	3
63	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
64	3	4	3	4	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4
65	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	3	4	3
66	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3
67	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	3	3	4	3	3
68	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4
69	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
70	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4
71	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4
72	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3
73	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
74	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
75	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	3	3
77	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3
78	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4
79	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	3
80	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4

81	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	
82	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
83	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	
84	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	
85	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
87	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
88	4	4	4	3	3	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	
89	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	
90	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	
91	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	
92	3	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	3	3
93	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	
94	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4
95	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3
97	3	3	3	4	4	3	5	3	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3
98	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
99	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3
100	3	3	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	5	5	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3
101	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
103	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
104	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4
105	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3
FREKUENSI																													
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	42	36	48	38	21	46	31	38	25	41	25	40	27	36	11	28	24	16	41	14	47	25	35	26	19	37	37	37	
4	42	50	43	51	65	43	62	51	64	48	49	68	47	66	56	75	65	65	65	46	47	49	56	46	51	60	42	43	
5	21	19	14	15	19	16	12	16	17	16	15	12	18	12	13	19	12	16	24	18	44	9	24	24	28	26	26	25	

### Lampiran 3. Tabulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian

Estimation Command:

```
=====
LS KESEJAHTERAAN C CSR MODALSOSIAL MODALSOSIAL*K
```

Estimation Equation:

```
=====
KESEJAHTERAAN = C(1) + C(2)*CSR + C(3)*MODALSOSIAL + C(4)*MODALSOSIAL*K
```

Substituted Coefficients:

```
=====
KESEJAHTERAAN = 1.515237185 + 0.3784548839*CSR +
0.1355864685*MODALSOSIAL + 0.04304763209*MODALSOSIAL*K
```

Dependent Variable: KESEJAHTERAAN

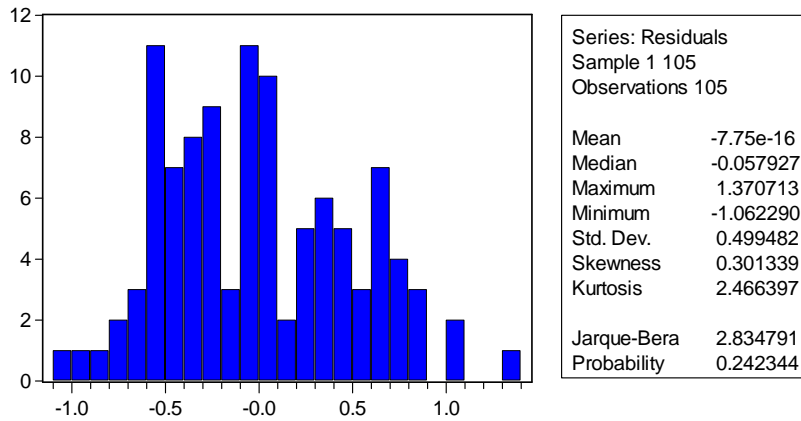
Method: Least Squares

Date: 11/26/13 Time: 21:33

Sample: 1 105

Included observations: 105

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.515237	0.396352	3.822957	0.0002
CSR	0.378455	0.102356	3.697439	0.0004
MODALSOSIAL	0.135586	0.151140	0.897094	0.3718
MODALSOSIAL*K	0.043048	0.016958	2.538542	0.0127
R-squared	0.541257	Mean dependent var		3.865810
Adjusted R-squared	0.527631	S.D. dependent var		0.737454
S.E. of regression	0.506846	Akaike info criterion		1.516130
Sum squared resid	25.94614	Schwarz criterion		1.617233
Log likelihood	-75.59682	F-statistic		39.72222
Durbin-Watson stat	1.871299	Prob(F-statistic)		0.000000



White Heteroskedasticity Test:

F-statistic	1.839826	Probability	0.099111
Obs*R-squared	10.63006	Probability	0.100505

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2  
 Method: Least Squares  
 Date: 11/26/13 Time: 21:42  
 Sample: 1 105  
 Included observations: 105

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.757643	1.068731	-1.644607	0.1033
CSR	0.556274	0.308794	1.801444	0.0747
CSR^2	-0.095000	0.049178	-1.931749	0.0563
MODALSOSIAL	0.983818	0.708376	1.388835	0.1680
MODALSOSIAL^2	-0.118953	0.087655	-1.357055	0.1779
MODALSOSIAL*K	-0.098378	0.039684	-2.479068	0.0149
(MODALSOSIAL*K)^2	0.002865	0.001106	2.590007	0.0111
R-squared	0.101239	Mean dependent var	0.247106	
Adjusted R-squared	0.046212	S.D. dependent var	0.300668	
S.E. of regression	0.293639	Akaike info criterion	0.451406	
Sum squared resid	8.449914	Schwarz criterion	0.628337	
Log likelihood	-16.69883	F-statistic	1.839826	
Durbin-Watson stat	1.906081	Prob(F-statistic)	0.099111	

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CSR*modal sosial, CSR, modal sosial <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kesejahteraan

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 <sup>a</sup>	.541	.528	.50685

a. Predictors: (Constant), CSR\*modal sosial, CSR, modal sosial

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.613	3	10.204	39.722	.000 <sup>a</sup>
	Residual	25.946	101	.257		
	Total	56.559	104			

a. Predictors: (Constant), CSR\*modal sosial, CSR, modal sosial

b. Dependent Variable: Kesejahteraan

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.515	.396		3.823	.000
	CSR	.378	.102	.356	3.697	.000
	modal sosial	.136	.151	.118	.897	.372
	CSR*modal sosial	.043	.017	.335	2.539	.013

a. Dependent Variable: Kesejahteraan

