

# DISERTASI

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, KESEJAHTERAAN MASYARAKAT,  
DAN CITRA PERUSAHAAN PT VALE INDONESIA TBK DI SOROWAKO  
KECAMATAN NUHA KABUPATEN LUWU TIMUR**

**THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON  
COMMUNITY EMPOWERMENT, COMMUNITY WEALTH AND COMPANY'S  
IMAGE AT PT VALE INDONESIA TBK OF SOROWAKO DISTRICT  
OF EAST LUWU REGENCY**

**ISKANDAR SIREGAR  
P0500311003**



**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2017**

# DISERTASI

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, KESEJAHTERAAN MASYARAKAT,  
DAN CITRA PERUSAHAAN PT VALE INDONESIA TBK DI SOROWAKO  
KECAMATAN NUHA KABUPATEN LUWU TIMUR**

*THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON  
COMMUNITY EMPOWERMENT, COMMUNITY WEALTH AND COMPANY'S  
IMAGE AT PT VALE INDONESIA TBK OF SOROWAKO NUHA DISTRICT  
OF EAST LUWU REGENCY*

**ISKANDAR SIREGAR  
P0500311003**



**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2017**

# DISERTASI

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, KESEJAHTERAAN MASYARAKAT  
DAN CITRA PERUSAHAAN PT VALE INDONESIA TBK DI SOROWAKO  
KECAMATAN NUHA KABUPATEN LUWU TIMUR**

*THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON  
COMMUNITY EMPOWERMENT, COMMUNITY WEALTH AND COMPANY'S  
IMAGE AT PT VALE INDONESIA TBK OF SOROWAKO NUHA DISTRICT  
OF EAST LUWU REGENCY*

Disusun dan diajukan oleh

**ISKANDAR SIREGAR  
P0500311003**



kepada

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2017**

**DISERTASI**

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DAN  
CITRA PERUSAHAAN PT. VALE INDONESIA TBK DI SOROWAKO  
KECAMATAN NUHA KABUPATEN LUWU TIMUR**

Disusun dan diajukan oleh :

**ISKANDAR SIREGAR  
P0500311003**

telah dipertahankan dalam sidang ujian disertasi  
pada tanggal **4 Desember 2017** dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Tim Promotor

**Prof. Dr. A. Karim Saleh**  
Promotor



**Dr. Abd. Hamid Paddu, SE.,MA**  
Kopromotor I



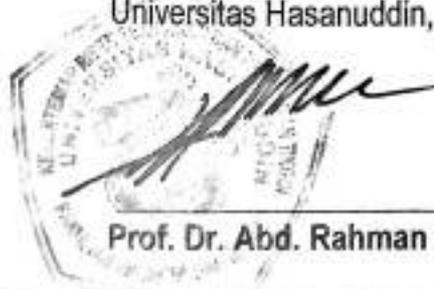
**Dr. Sanusi Fattah, SE.,M.Si**  
Kopromotor II

Ketua Program Studi  
Ilmu Ekonomi,



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin,



**Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE.,M.Si**

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ISKANDAR SIREGAR  
NIM : P0500311003  
Jurusan /Program Studi : Ilmu Ekonomi

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa disertasi yang berjudul

**“Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap PEMBERDAYAAN Masyarakat, Kesejahteraan Masyarakat, dan Citra Perusahaan PT Vale Indonesia Tbk di Sorowako Kecamatan Nuha Kabupaten Luwu Timur”**

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/ diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 25 Juli 2017

Yang membuat pernyataan,



ISKANDAR SIREGAR

## PRAKATA

Alhamdulillahirrabbi'alam, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan hidayah dan rahmat-Nya, serta salam dan salawat senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga disertasi yang berjudul **"Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Pemberdayaan Masyarakat, Kesejahteraan Masyarakat, dan Citra Perusahaan PT Vale Indonesia Tbk di Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur"** ini dapat disusun. Disertasi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Doktor pada Program Ilmu Ekonomi Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penelitian dan penulisan disertasi ini tidak akan berjalan lancar dan selesai tanpa dukungan dan bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih dan penghargaan yang mendalam penulis sampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A., Dekan Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Muhammad Ali, SE., MS., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir SE., M.Si., beserta para Wakil Dekan Sekolah Pascasarjana dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
2. Ketua Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Haris Maupa, SE., M.Si., yang selalu menyediakan waktu dan memotivasi kami dalam proses penyelesaian studi.
3. Prof. Dr. A. Karim Saleh selaku Promotor serta Dr. Abd. Hamid Paddu SE., M.A., selaku Kopromotor I dan Dr. Sanusi Fattah SE., M.Si selaku Kopromotor II yang dalam kesibukan dan kepadatan jadwal kegiatannya selalu menyempatkan waktu untuk berbagi ilmu, membimbing, mendidik, memotivasi, dan memberikan dukungan tiada henti dalam proses penulisan disertasi ini.
4. Prof. Dr. Salamun Pasda SE., M.Si., selaku Penguji Eksternal dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, serta para Penguji Internal, Prof. Dr. Basri Hasanuddin M.A., Prof. Dr. I Made Benyamin, M.Ec., Prof. Dr. Muhammad Asdar, SE., M.Si., Drs. Harryanto, M.Com., Ph.D., dan Dr. Madris, DPS, SE., M.Si. atas begitu banyak saran, arahan, masukan, dan kritikan yang sangat berharga untuk penyempurnaan disertasi ini.
5. Seluruh staf pengajar Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin yang sudah memberikan ilmu selama proses perkuliahan.

6. Seluruh staf akademik Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin atas pelayanan yang sangat baik dan ramah dalam setiap proses administrasi yang dibutuhkan selama proses perkuliahan.
7. Bupati Kabupaten Luwu Timur, HM Thorig Husler, beserta jajarannya
8. Presiden Direktur PT Vale, Nico Kanter, Wakil Presiden Direktur PT Vale, Bernardus Imanto, Chief Operating Officer/Direktur PT Vale, Lovro Paulic, Chief Financial Officer/Direktur PT Vale, Febriany Eddy, Direktur Corporate Affairs PT Vale, Basrie Kamba, Direktur Communication and External Affairs, Gunawardana Vinyaman, Direktur Legal and Corporate Secretary, Ralih Amri, dan rekan-rekan di Departemen External Relations PT Vale, Latief Hasym, Bayu Suparam Aji, Busman Dahlan Shirat, Syairuddin, Moch. Fayez, Unichi Siregar, Winda Herlina, Camelia Tantri, Megawati, Misdar, Moh. Laode Ichman, Ann Syamsu, Asriani Amiruddin, Miftahudin Hadilang, Sihanto Bela, Syawal, Daniel Peruge, Mulawarman, Esse Yuspianti, Aswaddin, Haris Baso, Iskandar Ismail, Christian Charles, Jumrawati, dan Rusnih Baso.
9. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2011 pada Program Doktor Ilmu Ekonomi Pascasarjana Unhas.
10. Secara khusus ungkapan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta, Alm. Drs. Ahmad Mulia Siregar dan almarhumah Agustina Harahap, serta mertua Alm. Mariman BA dan Ibu Sri Suwarni yang senantiasa mendoakan tiada henti.
11. Akhirnya, kepada istri terkasih, Dyah Harsiwi S.H., dan anak-anakku: Syfa Nurafni Siregar, Muhammad Irsan Mulla Siregar, dan Muhammad Iqbal Mulia Siregar, kata-kata saja tidak cukup atas segala dukungan dan bantuan untuk mengekspresikan terimakasih saya yang begitu dalam atas pengertian dan kesabaran dalam segala suka dan duka.

Tidak lupa pula penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga disertasi ini bisa diselesaikan. Semoga dukungan dan bantuan dari bapak, ibu, dan saudara-saudari, mendapat imbalan yang berlimpah dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan, semoga karya ilmiah ini bermanfaat. Aamiin.

Makassar, 18 Agustus 2017

Iskandar Siregar

## ABSTRAK

**ISKANDAR SIREGAR.** *Implementasi Corporate Social Responsibility terhadap Pemberdayaan Masyarakat, Kesejahteraan Masyarakat, dan Citra Perusahaan PT Vale Indonesia Tbk. di Sorowako Kecamatan Nuha Kabupaten Luwu Timur* (dibimbing oleh A. Karim Saleh, Abd Hamid Paddu, dan Sanusi Fattah).

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh implementasi *corporate social responsibility* (CSR) PT Vale Indonesia Tbk. terhadap pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat dan pengaruh tidak langsung implementasi *corporate social responsibility* (CSR) PT Vale Indonesia Tbk. terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian bersitat survei. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan studi dokumentasi. Data dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis *structural equation modeling* (SEM) serta validitas dan reliabilitas data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CSR PT Vale Indonesia Tbk. terdiri atas: pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat. Implementasi CSR PT Vale Indonesia Tbk. juga berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: implementasi, CSR, pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan masyarakat, citra perusahaan tambang nikel, Sorowako, PT Vale Indonesia Tbk.



## ABSTRACT

**ISKANDAR.** *The Implementation of Corporate Social Responsibility on Community Empowerment, Community Wealth, and Company's Image at PT Vale Indonesia, Tbk of Soroako Nuha District of East Luwu Regency* (supervised by **A. Karim Saleh, Abd. Hamid Paddu, and Sanusi Fattah**)

The aim of the research was to determine and analyze the effect of the implementation of corporate social responsibility (CSR) on community empowerment, community wealth, and company's image at PT Vale Indonesia, Tbk and the indirect effect of the implementation of CSR by PT Vale Indonesia Tbk on company's image through community empowerment and wealth.

The research was a survey study using quantitative approach. The data were obtained through questionnaire, observation, and documentation study. The data were analyzed using descriptive statistic analysis, structural equation modeling (SEM), and validity and reliability data.

The results of the research indicate that CSR of PT vale consisting of education, health, and socio-economy positively and significantly affect community empowerment and wealth. The implementation of CSR of PT Vale indirectly has a positive and significant effect on company's image through community empowerment and wealth.

**Key words:** implementation, CSR, community empowerment, community wealth, company's image, nickel mining, Soroako, PT Vale Indonesia Tbk



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	iv
PRAKATA .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR SINGKATAN .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	27
1.3. Tujuan Penelitian .....	28
1.4. Manfaat Penelitian .....	29
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	29
1.4.2. Manfaat praktis .....	29
1.5. Ruang Lingkup Penelitian .....	29
1.6. Sistematika Penulisan .....	30
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	32
2.1. Tinjauan Teori dan Konsep .....	32
2.1.1. Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	32
2.1.2. Pemberdayaan Masyarakat .....	43
2.1.3. Kesejahteraan Masyarakat .....	48
2.1.4. Citra Perusahaan .....	50
2.2. Hubungan Antar Variabel .....	56
2.2.1. Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Pemberdayaan Masyarakat .....	56
2.2.2. Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kesejahteraan Masyarakat .....	57
2.2.3. Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Citra Perusahaan .....	58
2.2.4. Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat terhadap Kesejahteraan Masyarakat dan Citra Perusahaan .....	58
2.2.5. Pengaruh Kesejahteraan Masyarakat terhadap Citra Perusahaan .....	60
2.3. Tinjauan Empiris .....	69

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....	83
3.1. Kerangka Konseptual .....	83
3.2. Hipotesis .....	88
 BAB IV METODE PENELITIAN .....	 89
4.1. Rancangan Penelitian .....	89
4.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	89
4.3. Populasi, Sampel dan Besar Sampel .....	90
4.3.1. Populasi .....	90
4.3.2. Sampel .....	90
4.3.3. Besar Sampel .....	90
4.4. Jenis Dan Sumber Data .....	91
4.5. Metode pengumpulan data .....	92
4.6. Teknik Analisis Data .....	93
4.6.1. Analisis Deskriptif .....	93
4.6.2. Analisis Inferensial SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> ) .....	94
4.6.3. Validitas dan Reliabilitas Data .....	97
4.7. Definisi Operasional dan Pengukuran .....	99
 BAB V HASIL PENELITIAN .....	 105
5.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	105
5.1.1. Gambaran Umum Kabupaten Luwu Timur .....	105
5.1.2. Sekilas tentang Sorowako dan Sekitarnya .....	110
5.1.3. Sejarah Komunitas di Sorowako .....	116
5.1.4. Dinamika Politik Lokal .....	126
5.1.5. Profil PT. Vale Indonesia, Tbk .....	130
5.1.6. Misi, Visi dan Nilai .....	138
5.1.7. Program Terpadu Pengembangan Masyarakat (PTPM) ..	138
5.2. Deskripsi Identitas Responden .....	145
5.2.1. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Umur .....	146
5.2.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	146
5.2.3. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..	147
5.3. Analisis Statistik Deskriptif .....	147
5.3.1. Analisis Deskriptif Pendidikan ( $X_1$ ) .....	148
5.3.2. Analisis Deskriptif Kesehatan ( $X_2$ ) .....	151
5.3.3. Analisis Deskriptif Sosial Ekonomi ( $X_3$ ) .....	151
5.3.4. Analisis Deskriptif Pemberdayaan Masyarakat ( $Y_1$ ).....	157
5.3.5. Analisis Deskriptif Kesejahteraan Masyarakat ( $Y_2$ ) .....	159
5.3.6. Analisis Deskriptif Citra Perusahaan ( $Y_3$ ) .....	162
5.3.7. Analisis Deskriptif Kualitas Keterimaan CSR .....	164
5.4. Analisis dan Pengujian Model Struktural .....	167
5.4.1. Implementasi CSR .....	167
5.4.2. Pemberdayaan Masyarakat .....	168
5.4.3. Kesejahteraan Masyarakat .....	168
5.4.4. Citra Perusahaan .....	169

5.5. Pengaruh Langsung Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Pemberdayaan Masyarakat Dan Kesejahteraan Masyarakat .....	170
5.5.1. Pengaruh Langsung Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (X) terhadap Pemberdayaan masyarakat(Y <sub>1</sub> ) .....	170
5.5.2. Pengaruh Langsung Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (X) terhadap Kesejahteraan masyarakat (Y <sub>2</sub> ) .....	171
5.5.3. Pengaruh Langsung Pemberdayaan masyarakat (Y <sub>1</sub> ) terhadap Citra perusahaan (Y <sub>3</sub> ) .....	172
5.5.4. Pengaruh Langsung Kesejahteraan masyarakat (Y <sub>2</sub> ) terhadap Citra perusahaan (Y <sub>3</sub> ) .....	172
5.6. Pengaruh Tidak Langsung Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Citra Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat .....	175
5.7. Pengaruh Tidak Langsung Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Melalui Kesejahteraan Masyarakat .....	175
5.8. Pengaruh total Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap citra perusahaan .....	176
<b>BAB VI PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>177</b>
6.1. Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat .....	177
6.2. Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat .....	180
6.3. Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Citra Perusahaan .....	181
6.4. Pengaruh Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Citra Perusahaan .....	182
6.5. Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat .....	184
6.6. Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Melalui Kesejahteraan Masyarakat .....	185
6.7. Pembahasan Hasil CSR dengan Kualitas Keterimaan Pemangku Kepentingan .....	188
<b>BAB VII PENUTUP .....</b>	<b>190</b>
7.1. Simpulan .....	190
7.2. Implikasi Hasil Penelitian .....	191
7.3. Keterbatasan Penelitian .....	192
7.4. Saran .....	193
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>194</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>205</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Halaman
1.1 <i>Changing the Paradigm of Company Operations Defined By Environmental Disasters and Human Rights Incidents</i> .....	3
1.2 Perkembangan PDRB Kab Luwu Timur periode Tahun 2011 – 2015	14
1.3 Jumlah Penduduk Miskin Kab. Luwu Timur, Luwu Utara dan Palopo periode 2011 - 2015 .....	15
1.4 Nilai ekonomis dan pengeluaran dan biaya CSR PT Vale Indonesia Tbk .....	19
2.1 Penjelasan <i>Grand Theory</i> .....	67
2.2 Ringkasan Tinjauan Empiris .....	77
4.1 Definisi Operasional .....	103
5.1 Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	146
5.2 Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	146
5.3 Distribusi Identitas Berdasarkan Tingkat pendidikan Responden ...	147
5.4 Nilai Mean Variabel Pendidikan .....	149
5.5 Nilai Mean Variabel Kesehatan .....	152
5.6 Nilai Mean Variabel Sosial Ekonomi .....	154
5.7 Nilai Mean Variabel Pemberdayaan Masyarakat .....	157
5.8 Nilai Mean Variabel Kesejahteraan Masyarakat .....	160
5.9 Nilai Mean Variabel Citra Perusahaan .....	162
5.10 Beberapa Contoh Aksi Demonstrasi Periode 2005- 2011 .....	165
5.11 Beberapa Contoh Aksi Demonstrasi Periode 2012- 2016 .....	166
5.12 <i>Regression Weights</i> Implementasi CSR .....	167
5.13 <i>Regression Weights</i> Pemberdayaan Masyarakat .....	168
5.14 <i>Regression Weights</i> Kesejahteraan Masyarakat .....	168
5.15 <i>Regression Weights</i> Citra Perusahaan .....	169
5.16 Pengaruh Langsung Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Pemberdayaan Masyarakat Dan Kesejahteraan Masyarakat .....	170
5.17 Pengaruh Tidak Langsung Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Citra Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat .....	175
5.18 Pengaruh Tidak Langsung Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Citra Perusahaan Melalui Kesejahteraan Masyarakat .....	176
5.19 Pengaruh total Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap citra perusahaan .....	176
6.1 Jumlah Penduduk Miskin Kabupaten Luwu Timur, Kabupaten Luwu Utara dan Kota Palopo periode 2011 - 2015 (dalam ribuan jiwa) ...	189

## DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Halaman
3.1. Kerangka Konseptual .....	87
5.1. Hasil Estimasi dalam bentuk Skema .....	174

## DAFTAR SINGKATAN

1. AGFI : *Adjusted Goodness of Fit Indices*
2. AMOS : *Analysis Of Moment Structure*
3. Bappeda : Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
4. BNI : Bank Negara Indonesia
5. BPMPD : Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Pemerintah Desa
6. BPS : Badan Pusat Statistik
7. CD : *Community Development*
8. CFA : *Confirmatory Factor Analysis*
9. CFCD : *Corporate Forum for Community Development*
10. CFI : *Comparative Fit Indices*
11. Comdev : *Community Development*
12. CSR : *Corporate Social Responsibility*
13. CSS : *Chi-Square Statistic*
14. CV : *Commanditaire Vennootschap*
15. CVRD : *Companio Vale do Rio Docce*
16. DI/TII : Darul Islam/Tentara Islam Indonesia
17. FSP-KEP : Forum Serikat Pekerja
18. GFI : *Goodness of Fit Indices*
19. HDI : *Human Development Indeks*
20. Hub : Penghubung
21. IBL : *Indonesia Business Links*
22. ICT : *Information & Communication Technology*
23. IPM : Indeks Pembangunan Manusia
24. IUP : Izin Usaha Pertambangan
25. IUPK : Izin Usaha Pertambangan Khusus
26. K3 : Konsultasi Kerjasama Kemitraan
27. KK : Kontrak Karya
28. KSN : Kawasan Strategis Nasional

29. KTT : Konferensi Tingkat Tinggi
30. KWAS : Kerukunan Wawo'inia Ash Sorowako
31. LSM : Lembaga Swadaya Masyarakat
32. Lutim : Luwu Timur
33. MCK : Mandi ,Cuci ,dan Kakus
34. ML : *Maximum Likelihood*
35. MMC : *Mijnbouw Mattschappij Celebes*
36. MNC : *Multi National Corporate*
37. MW : Megawatt
38. N : Netral
39. PDRB : Produk Domestik Regional Bruto
40. PHK : Pemutusan Hubungan Kerja
41. PKBL : Program Kemitraan dan Bina Lingkungan
42. PLTA : Pembangkit Listrik Tenaga Air
43. PPI : Program Pelatihan Industri
44. PT Inco Tbk : PT International Nickel Indonesia Tbk
45. PT Vale : PT Vale Indonesia Tbk
46. PT : Perseroan Terbatas
47. PTPM : Program Terpadu Pengembangan Masyarakat
48. PTPN : PT Perkebunan Nusantara
49. RMSEA : *The Root Mean Square Error of Approximation*
50. S : Setuju
51. SCM : *Supply Chain Managment*
52. SD : Sekolah Dasar
53. SEM : *Structural Equation Modeling*
54. SLTA : Sekolah Lanjutan Tingkat Atas
55. SLTP : Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama
56. SPSS : *Statistical Product and Service Solutions*
57. SS : Sangat Setuju
58. STS : Sangat Tidak Setuju
59. TK : Taman Kanak-Kanak

60. TS : Tidak Setuju
61. TSP : Tanggung Jawab Sosia Perusahaan
62. UMKM : Usaha Mikro Kecil dan Menengah
63. UNM : Universitas Negeri Makassar
64. US-BSR : *United States-based Business for Social Responsibility*
65. USD : *United States Dollar*
66. WBCSD : *The World Bussiness Council for Sustainable  
Development*
67. WCED : *The World Commision on Environment and Development*
68. WS-SD : *World Summit on Sustainable Development*

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner .....	204
2. Tabulasi Frekuensi .....	213
3. Frekuensi .....	214
4. Konfirmatori .....	218

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Industrialisasi merupakan upaya sadar dan terencana dalam rangka mengelola dan memanfaatkan sumber daya guna mencapai tujuan pembangunan yakni meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan bangsa. Perkembangan industri utamanya pertambangan memang membawa manfaat positif bagi kehidupan manusia, hakekat perkembangan industri akan selalu berarti bagi perkembangan peradaban manusia, dan lebih konkrit lagi perkembangan industri tambang akan selalu berarti pula bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun tidak dapat dipungkiri juga bahwa dibalik kegiatan industri pertambangan juga dianggap berkontribusi terhadap kerusakan lingkungan, terutama dengan adanya perubahan topografi dan geomorfologi di sekitar lokasi penambangan baik secara fisik pada alamnya itu sendiri maupun bagi masyarakat sekitar.

Salah satu dampak dari industri pertambangan digambarkan oleh Robinson (1986) dalam Sawedi (2015) mengenai kondisi masyarakat asli Sorowako. Dengan menggunakan kerangka pikir teori *dependency*, Andre Gunder Frank (1969) dan teori *world system*, Immanuel Wallerstein (1974), Robinson memaparkan dengan sangat rinci bagaimana perusahaan multinasional telah berkontribusi terhadap terjadinya proletarianisasi masyarakat petani di sekitar pertambangan. Penelitian disertasi Robinson mengungkapkan bahwa masyarakat kehilangan lahan produktif untuk kegiatan pertanian karena alih fungsi lahan pertanian oleh industri pertambangan. Mereka terpaksa bekerja sebagai buruh di perusahaan sebagai mata pencaharian utama, sementara sebagian besar yang tidak terserap di perusahaan bekerja sebagai buruh paruh waktu di sektor informal (Robinson: 1986).

Dari fenomena di atas tampak bahwa terjadi eksternalitas negatif sebagai dampak adanya industri pertambangan.

Fisher (1996) mengatakan bahwa eksternalitas terjadi bila satu aktifitas pelaku ekonomi (baik produksi maupun konsumsi) mempengaruhi kesejahteraan pelaku ekonomi lain dan peristiwa yang ada terjadi di luar mekanisme pasar. Sehingga ketika terjadi eksternalitas, maka *private choices* oleh konsumen dan produsen dalam *private markets* umumnya tidak menghasilkan sesuatu yang secara ekonomi efisien. Rosen (1988) menyatakan bahwa eksternalitas terjadi ketika aktifitas suatu kesatuan mempengaruhi kesejahteraan kesatuan yang lain yang terjadi diluar mekanisme pasar (*nonmarket mechanism*). Tidak seperti pengaruh yang ditransmisikan melalui mekanisme harga pasar, eksternalitas dapat mempengaruhi efisiensi ekonomi. Pada kasus kerusakan lingkungan menimbulkan *negative externality* karena tidak adanya unsur biaya tambahan dalam bentuk *social cost* yang masuk dalam komponen harga barang akhir. Oleh karena itu diperlukan *government intervention* dalam bentuk penetapan pajak atau subsidi guna mengoreksi dampak-dampak dari eksternalitas (Verhoef, 1999; Verhoef dan Nijkamp, 2000).

Banyak upaya dapat ditempuh guna mengatasi masalah eksternalitas ini. Diantaranya adalah upaya pemerintah untuk menginternalisasikan *externality*, sehingga pihak ketiga dapat merasakan manfaat dari aktifitas pelaku ekonomi yang lain yaitu dengan mengeluarkan kebijakan tentang CSR (*Corporate Social Responsibility*) oleh perusahaan. CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan UU Nomor 59 Tahun 2017. Melalui undang-undang ini, industri atau korporasi-korporasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Di tingkat global, menurut Jorg Andriof dan Alyson Warhurst,

perkembangan CSR melalui beberapa fase atau tahapan (Warhurst, 2001) dalam Jalal (2013).

**Tabel 1.1 Changing the Paradigm of Company Operations Defined By Environmental Disasters and Human Rights Incidents**

Phase I: 1960–1983 Awakening of post-facto societal concerns	Phase II: 1984–1994 Engaging in addressing implications	Phase III: 1995–today Networking to prevent future incidents
Abervan, Wales, 1966	Bophal, 1984	Shell, Brent Spar, 1995
Seveso, 1974	Strava, Italy, 1985	Saro, Wiwa execution, 1995
Wankie Colliery, 1975	Chernobyl, 1986	Omay, 1995
Amoco Cadiz Oil, 1978	Exxon Valdez, 1979	Grasberg, 1995
Nationalisation in South America, '60s–'70s	Wheal Jane, 1992	Marcopper, 1996
	Summitville, 1992	Los Frailes, Spain, 1998
	Ok Tedi and Fly Rivers, PNG, 1994	Remin and Esmeralda, Romania, 2000

Sumber: Developed by Jörg Andriof and Alyson Warhurst

Menurut Jorg Andriof dan Alyson Warhurst dalam Jalal (2013), perkembangan CSR bergerak dari fase satu, di mana perusahaan sadar adanya masalah setelah kejadian tertentu, terutama yang diprotes oleh masyarakat (1960–1983). Fase dua ditandai oleh perusahaan-perusahaan mulai mengelola dampak dari kejadian-kejadian yang timbul itu (1984–1994). Fase tiga ditandai dengan kerjasama yang dilakukan oleh perusahaan dengan perusahaan lain atau sektor lainnya untuk mencegah kejadian-kejadian buruk di masa mendatang (1995–sekarang).

Dari berbagai penelitian, terungkap pelaksanaan CSR di manca negara menunjukkan bahwa perusahaan multinasional dalam implementasi CSR-nya memiliki berbagai variasi walaupun akhirnya perusahaan-perusahaan tersebut cenderung beradaptasi dengan situasi dan kondisi masyarakat lokal setempat.

Penelitian di Finlandia, para pemangku kepentingan kunci terutama karyawan dan perwakilan perusahaan multinasional (MNC) memandang berbeda aspek-aspek sosial dari CSR. Korporasi memahami CSR dari perspektif bisnis global sebagai tanggung jawab untuk memberikan daya saing ekonomi dan profitabilitas untuk pemegang saham, sedangkan karyawan tidak menyetujui tuntutan profitabilitas dari para pemegang saham. Karyawan lewat pejabat dan pemimpin serikat buruh menyerukan korporasi untuk menunjukkan tanggung jawab lokal dan sosial. (Nasi, 2010).

Meng Zhao (2014) memperkenalkan adaptasi sosial dan meneliti 180 perusahaan multinasional di Cina. Pasar negara berkembang mengalami perubahan kondisi sosial dari waktu ke waktu dengan kehadiran perusahaan-perusahaan multinasional (MNC). MNC sering dituduh melakukan kejahatan sosial dan krisis publik, sementara untuk mempertahankan operasi, mereka harus bisa beradaptasi dengan kondisi sosial lokal.

Di Libanon, pola CSR anak perusahaan MNC, cenderung terwujud dengan mengumpulkan legitimasi simbolik dalam konteks arahan global. CSR dipandang sebagai hibah anak perusahaan MNC tertentu sesuai dengan karakteristik pasar tuan rumah (Jamali, 2010)

Di Delta Niger, Afrika, harapan untuk inisiatif CSR/pengembangan masyarakat lebih besar. Semua masyarakat ingin proyek pembangunan sosial yang memberikan harapan masa depan yang stabil dan makmur. Di sisi lain inisiatif pembangunan yang dilakukan perusahaan MNC terutama untuk menunjukkan bahwa mereka bertanggung jawab secara sosial. Situasi tersebut sesuai dengan Monsen (1974) yang meneliti peran perusahaan multinasional dalam masyarakat dan menyimpulkan bahwa bisnis memiliki kewajiban untuk membantu dalam memecahkan masalah yang menjadi perhatian publik. Tidak peduli seberapa terpuji

inisiatif CSR. jika masyarakat tuan rumah tidak merasa proyek akan menciptakan pembangunan ekonomi, sosial dan lingkungan yang berkelanjutan, konflik dan kerusuhan di Niger Delta akan terus berlanjut (Eweje, 2007).

Penelitian pada delapan belas perusahaan India dan dua puluh perusahaan multinasional dari negara yang berbeda di berbagai industri di India, menunjukkan perusahaan India dan perusahaan multinasional mengikuti prinsip-prinsip lain dari CSR yaitu "transparansi dan akuntabilitas". Intinya ada komitmen perusahaan, kesediaan perusahaan multinasional patuh pada peraturan dan berpegang pada praktek yang berlaku di negara tuan rumah. (Singh, 2013).

Implementasi CSR di berbagai negara tersebut menunjukkan bahwa perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi.

Secara implementatif, perkembangan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia masih membutuhkan banyak perhatian bagi semua pihak, baik pemerintah, masyarakat luas dan perusahaan. Di antara ribuan perusahaan yang ada, diindikasikan belum semua perusahaan benar-benar menerapkan konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam kegiatan perusahaannya. CSR (*Corporate Social Responsibility*) masih merupakan bagian lain dari manajemen perusahaan, sehingga keberadaannya dianggap tidak memberikan kontribusi positif terhadap kelangsungan perusahaan. Padahal sesuai dengan UU yang ada, keberadaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) melekat secara *inherent* dengan manajemen perusahaan, sehingga bidang kegiatan dalam CSR (*Corporate Social Responsibility*) pun masih dalam kontrol manajemen perusahaan (Freemand, 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 oleh kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan. Hal ini karena perusahaan dan masyarakat pada dasarnya merupakan kesatuan elemen yang dapat menjaga keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Hal tersebut tentunya sangat jauh dari harapan dan tujuan ideal dari peranan CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Menurut Kim (2000) praktek CSR perusahaan dapat diidentifikasi dalam berbagai tujuan, yakni hukum, ekonomi, moral, dan filantropi. Namun demikian, tujuan tersebut masih dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi aktual di masyarakat terkait dengan tekanan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Kesuksesan korporat tidak hanya ditentukan keberhasilan bisnisnya, tetapi juga kemampuannya menyukseskan program dan lingkungan. Hal ini terkait permasalahan dalam masyarakat yang mempengaruhi sekitar dan dunia usaha/muncul banyaknya tekanan publik (Sarniatio, 2006). Dalam lima tahun terakhir di Indonesia, kian banyak perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility* (CSR) atau juga *community development* (CD). Bahkan kini, semakin giat organisasi dan sektor swasta, serta kantor pemerintahan yang memasukkan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam agenda prioritas organisasi. (Republika, 2006).

Perusahaan yang telah melaksanakan tanggung jawabnya sebagai sebuah perusahaan yang sukses, berarti perusahaan tersebut memiliki perhatian dan kepedulian yang besar terhadap setiap pihak yang terkait dengan kelangsungan hidup perusahaannya atau dapat dikatakan melakukan investasi sosial jangka panjang. Pihak internal merupakan pihak yang utama dalam perencanaan dan pelaksanaan setiap program dalam perusahaan. Oleh karena itu menjadi sangat

penting bagi perusahaan untuk menciptakan hubungan baik dengan pihak-pihak internal dalam perusahaannya. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya berhenti pada pihak internal, namun tanggung jawab yang lebih penting ada pada pihak eksternal terutama masyarakat. Hal ini menjadi lebih penting karena hal ini menyangkut eksistensi dan pengakuan masyarakat terhadap perusahaan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan sebuah kesepakatan dari *World Summit on Sustainable Development (WS- SD)* di Johannesburg, Afrika Selatan 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan di dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Peranan CSR (*Corporate Social Responsibility*) 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, 1989; Kim, 2000; dan Raynard & Forstater, 2002).

Terdapat perbedaan dalam penekanan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di negara-negara maju dengan negara-negara berkembang. CSR (*Corporate Social Responsibility*) di negara maju lebih ditekankan pada perilaku usaha secara etis, pemenuhan hak asasi manusia, pemenuhan hak karyawan, anti korupsi, kepedulian terhadap lingkungan dan *philanthropy*. Sedangkan di negara-negara berkembang termasuk Indonesia penekanan CSR (*Corporate Social Responsibility*) lebih pada *philanthropy* perusahaan dan pembangunan masyarakat (Kiroyan, 2009). Penekanan yang berbeda ini menimbulkan perbedaan bentuk-bentuk CSR yang dikembangkan perusahaan. Pembangunan komunitas (*community involvement development*) di negara berkembang yang dapat

dikembangkan meliputi kegiatan pelibatan komunitas, pendidikan dan budaya, peningkatan keterampilan, teknologi pembangunan, kesejahteraan dan peningkatan penghasilan, kesehatan dan investasi sosial (Norman, 2009).

Penelitian mengenai tampilan situs CSR (*Corporate Social Responsibility*) antar negara termasuk yang jarang dilakukan dalam penelitian-penelitian CSR (*Corporate Social Responsibility*). Beberapa penelitian mengenai situs CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebelumnya umumnya membandingkan tema dari masing-masing negara (Chapple dan Moon, 2005). Padahal implementasi dari aktifitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) di masing-masing perusahaan pada umumnya dipengaruhi oleh sistem kebudayaan sebuah negara. Karena, dalam pergerakan dari *normative* menjadi *situated perspective* untuk mengerti CSR (*Corporate Social Responsibility*), perusahaan adalah sebuah akibat dari kekuatan sosial yang dibentuk oleh *cultural system* tempat perusahaan tersebut terletak. Hal ini didukung oleh pendapat Roome (2005) yang menyatakan bahwa *cultural system model* bisa menyajikan sebuah titik untuk mengerti bagaimana CSR (*Corporate Social Responsibility*) dibingkai dan dibangun dengan batasan budaya yang ada pada suatu negara. Faktor budaya di negara berkembang akan berbeda dengan budaya di negara maju. Demikian juga dengan faktor timur dan barat kebudayaan.

PT. Vale Indonesia Tbk yang dulunya adalah PT. International Nickel Indonesia Tbk (PT. Inco Tbk) merupakan satu dari sedikit produsen nikel utama dunia yang mengembangkan tanggung jawab sosial perusahaan melalui program pemberdayaan masyarakat atau *community development* (Comdev). Dalam konteks ini, aktifitas PT. Vale Indonesia Tbk tidak semata-mata didorong oleh kepentingan ekonomi dan pasar, atau sekedar memenuhi regulasi dan hukum, secara khusus sebagai perusahaan pertambangan 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. Melainkan juga 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 Indonesia Tbk menggunakan model penjangkauan kebutuhan (*need assessment*) yang partisipatif, transparan, dan bertanggungjawab. Atas dasar itu, PT. Vale Indonesia Tbk sangat menaruh perhatian agar program Comdev yang dilaksanakan oleh masyarakat, pemerintah, dan perusahaan secara bersama-sama dapat mencapai sasaran dan tujuannya.

Program Pemberdayaan Masyarakat oleh PT. Vale Indonesia Tbk dilaksanakan di tiga provinsi: 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. Selain itu, sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya, PT. Vale Indonesia Tbk mengeluarkan kebijakan 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. Dan proyek lain sebagai tanggung jawab sosial PT. Vale Indonesia Tbk adalah pembangunan dan pengembangan jalan dan drainase bulan Januari sampai dengan Juni 2010 di Perumahan Tapu Ondau, Sumasang II, Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur, Propinsi Sulawesi Selatan.

Untuk bidang pendidikan PT Inco (sekarang PT Vale) melaksanakan Program Pelatihan Industri (PPI). Program ini bertujuan mendidik masyarakat lokal menjadi tenaga kerja siap pakai. Mereka dibekali kemampuan teknis dan pengembangan kepribadian serta mentalitas selama 24 bulan. Selain memperoleh teori ruang kelas, siswa PPI juga langsung diterjunkan ke lokasi operasional PT Inco.

PPI telah berlangsung dari tahun 2006 dan penamatan tahun adalah untuk angkatan ketiga tahun pelatihan 2009 sampai dengan 2010. Sebanyak 129 orang diwisuda dan terpilih empat wisudawan terbaik masing-masing dari jurusan *Mining*, jurusan *Process Plant*, jurusan *Maintenance Equipment Mobile*, dan jurusan *Supply Chain Management (SCM)*. PPI yang berada di bawah Yayasan Pendidikan Sorowako (YPS) ini merupakan salah satu dari program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Saat ini, PT Inco masih mensubsidi YPS dan PPI, hingga angkatan ketiga program PPI pada tahun 2010 ini secara keseluruhan telah diluluskan sebanyak 406 siswa, yang bekerja di PT Inco yang paling banyak dari angkatan pertama yakni 86 dari 121 yang lulus pada tahun 2008. Sebagian alumnus PPI lainnya ada yang sudah bekerja di berbagai perusahaan lain di Papua, Kalimantan, Jawa, dan Sumatera.

Pendirian PPI merupakan upaya perusahaan berkoordinasi dengan Pemerintah Daerah Luwu Timur agar tenaga kerja lokal mampu bersaing dengan tenaga kerja dari luar wilayah operasional perusahaan atau dari luar daerah Kabupaten Luwu Timur. Pada saat lowongan pekerjaan dibuka oleh PT Vale, banyak tenaga kerja dari luar Kabupaten Luwu Timur yang mendaftar termasuk dari Makassar, Pulau Jawa, Pulau Sumatera, dan daerah lainnya. Bila tanpa ada peningkatan kapasitas dan kapabilitas tenaga kerja lokal, hampir semua lowongan



itu yang terutama berkaitan dengan operasional tambang diisi oleh tenaga kerja dari luar wilayah operasional perusahaan karena memang memiliki kompetensi yang lebih baik dari tenaga kerja lokal. Karena itu, peran dan fungsi PPI salah satunya adalah meningkatkan keterampilan tenaga kerja lokal untuk mampu bersaing dengan tenaga kerja dari luar operasional perusahaan.

Pada tahun 2009 PT. Inco menyediakan bantuan pendidikan bagi anak karyawan dan masyarakat daerah. Beasiswa tahun 2009 diberikan kepada 79 anak karyawan untuk pendidikan menengah atas dan perguruan tinggi. Anggota masyarakat yang lain juga menerima beasiswa. PT. Inco memberikan beasiswa kepada 114 siswa SD sampai universitas di Sulawesi Selatan dan kepada 21 mahasiswa di Sulawesi Tenggara. Total jumlah beasiswa ini lebih dari AS \$52.600 dan diberikan kepada siswa berprestasi akademik tinggi dari keluarga miskin.

Pada tahun 2007 dan 2008 PT. Inco memulai pembangunan sebuah perpustakaan publik di Malili. Pada tahun 2007, PT. Inco membeli 5.000 buku senilai total AS\$6.000 dan perpustakaan selesai dibangun pada tahun 2009 dengan biaya total AS\$37.000.

PT Inco sendiri membentuk Komite Beasiswa PT Inco. Komite inilah yang menentukan penerima beasiswa dari jenjang SD hingga perguruan tinggi. Mereka yang diprioritaskan adalah yang kurang mampu, berprestasi, serta berasal dari wilayah Kontrak Karya (KK) PT Inco di Provinsi Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, dan Sulawesi Tenggara.

Di sektor kesehatan, Rumah Sakit modern PT. Inco di Sorowako tidak hanya menyediakan layanan kesehatan terbaik bagi karyawan, melainkan juga memberikan layanan medis setara bagi masyarakat setempat secara gratis atau dengan biaya terjangkau. Rumah Sakit PT. Inco melayani lebih dari 2.400

kunjungan dari pasien non karyawan PT. Inco dan biaya medis yang dibayarkan Perseroan bagi mereka melebihi AS\$250.000.

PT Inco bekerja bersama pemerintah daerah di 3 provinsi (Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan dan Sulawesi Tenggara) untuk meningkatkan akses ke layanan kesehatan berkualitas, melalui RS PT Inco, dan puskesmas meliputi renovasi puskesmas dan penyediaan peralatan, bantuan obat-obatan, layanan kesehatan gratis dan terjangkau bagi masyarakat lokal.

PT. Inco bekerja sama dengan Universitas Hasanuddin mendanai riset pada tahun 2007 dan 2008 yang menghasilkan beberapa gagasan menjanjikan untuk pengembangan program kesehatan. Di Kecamatan Towuti, PT. Inco memberikan AS\$8.600 untuk mendukung kampanye kesehatan di enam TK dan sepuluh SD di Bantilang, Tokalimbo, Loeha, Timampu, Mahalona, dan Pekalooa.

Program-program tersebut di atas ditujukan bagi penciptaan kesejahteraan masyarakat, terutama yang tinggal di sekitar wilayah operasi perusahaan karena merupakan bagian dari kinerja PT. Vale Indonesia Tbk secara keseluruhan yang ingin tumbuh dan berkembang bersama masyarakat secara nyata.

Keberadaan PT Vale sangat penting bagi Kabupaten Luwu Timur. Kontribusi PT Vale terlihat dari besarnya penerimaan daerah yang bersumber dari perusahaan. Di tahun 2015, kontribusi PT Vale dalam struktur APBD-P Kabupaten Luwu Timur sebesar Rp 330 Miliar atau 30% dari keseluruhan pendapatan yang mencapai Rp 1,17 triliun. Manfaat lain dari kehadiran perusahaan adalah penyerapan tenaga kerja lokal dan tumbuhnya sektor ekonomi ikutan seperti penginapan, hotel, restoran, pengangkutan, perdagangan, usaha kecil menengah dan lainnya.

Adapun kontribusi PT Vale secara lengkap ditampilkan pada Tabel 1.2 berikut.

**Tabel 1.2. Kontribusi PT Vale dalam APBD-P Luwu Timur Tahun 2015**

<b>Pendapatan Asli Daerah</b>		<b>Perkiraan bagi hasil dari Pusat dan Sul-sel</b>	
Pajak Galian C	Rp 46,657,459,075	Royalty	Rp 97,957,503,483
PPJ	Rp 22,976,882,735	Water Levy	Rp 71,439,581,600
Retribusi IMB	Rp 3,210,263,312	Pajak Air Permukaan	Rp 1,936,440,187
Retribusi KIR	Rp 21,164,000	Landrent Sulsel	Rp 1,557,012,672
Retribusi HO	Rp 1,174,626,000	PBB Pertambangan	Rp 19,111,819,416
PBB P2	Rp 276,921,482	Pajak BBKB	Rp 8,990,835,537
<b>Total</b>	<b>Rp 74,317,316,604</b>	Pajak KB & Alat Berat	Rp 2,706,591,078
<b>Penghasilan Lainnya</b>		PPH Pasal 21	Rp 12,861,516,383
Hibah Listrik	Rp 40,221,633,025	<b>Total</b>	<b>Rp 216,561,360,176</b>
		Exclude DAU & DAK	
<b>Total Kontribusi Tahun 2015 Rp 330,82 Miliar</b>			

Sumber: Presentasi Rapat Koordinasi PT Vale dan Pemda Luwu Timur. Dipresentasikan di Aula kantor Bupati Luwu Timur, 14 Juni 2016

Peranan Sektor pertambangan (sub sektor pertambangan tanpa migas dan subsektor penggalan) bagi perekonomian wilayah Kabupaten Luwu Timur dapat diketahui melalui perkembangan PDRB Kab Luwu Timur periode Tahun 2012–2015. Kontribusi *share* sektor pertambangan dan penggalan pada PDRB Kab. Luwu Timur periode Tahun 2012 – 2015 selalu menjadi yang terbesar dibanding sektor lainnya, pada tahun 2012 *share* sektor pertambangan dan penggalan sebesar 64.46%, tahun 2013 sebesar 64.68%, tahun 2014 sebesar 66.53% dan tahun 2015 sebesar 61.96%. Perkembangan *share* sektor pertambangan dan penggalan pada PDRB Kab Luwu Timur periode Tahun 2012 – 2015 selalu berfluktuasi dan merupakan *share* terbesar diantara sektor lain. Dua per tiga (2/3) dari *share* seluruh sektor berasal dari sektor pertambangan dan penggalan pada PDRB Kab Luwu Timur periode Tahun 2012 – 2015.

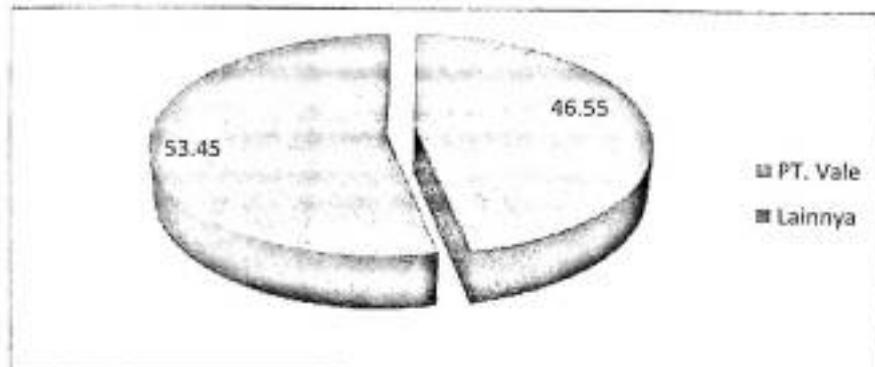
**Tabel 1.3 Share sektor pada PDRB Kab. Luwu Timur periode Tahun 2012 – 2015 (Dalam %)**

Sektor	2012	2013	2014	2015
1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	15.21	15.90	15.56	17.69
2. Pertambangan dan Penggalian	64.46	64.68	66.53	61.96
3. Industri Pengolahan	2.08	2.30	2.27	2.63
4. Pengadaan Listrik dan Gas	0.03	0.03	0.03	0.02
5. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0.01	0.01	0.00	0.00
6. Konstruksi	6.06	6.48	5.86	6.69
7. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	2.74	2.73	2.32	2.64
8. Transportasi dan Pergudangan	0.45	0.47	0.48	0.54
9. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	0.12	0.14	0.13	0.14
10. Informasi dan Komunikasi	0.97	1.05	0.92	0.98
11. Jasa Keuangan dan Asuransi	0.46	0.52	0.52	0.59
12. Real Estate	1.31	1.45	1.54	1.77
13. Jasa Perusahaan	0.03	0.04	0.03	0.04
14. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	1.75	1.72	1.56	1.81
15. Jasa Pendidikan	1.44	1.56	1.39	1.51
16. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	0.80	0.83	0.79	0.91
17. Jasa lainnya	0.07	0.08	0.07	0.09

Sumber: Kabupaten Luwu Timur Dalam Angka 2016

Hingga tahun 2015, struktur pendapatan asli daerah Kabupaten Luwu Timur masih di dominasi oleh sektor pertambangan dan penggalian. Adapun besaran pendapatan asli daerah Kabupaten Luwu Timur tahun 2015 adalah Rp. 711.205.018.010 sehingga proporsi besaran sumbangan PT. Vale terhadap PAD Kabupaten Luwu Timur adalah sebesar 46.56 % terhadap keseluruhan PAD, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1.1 di bawah ini.

Gambar 1.1. Grafik Proporsi Sumbangsih PT. Vale terhadap PAD Kabupaten Luwu Timur 2015



Sumber: Presentasi Rapat Koordinasi PT Vale dan Pemda Luwu Timur. Dipresentasikan di Aula kantor Bupati Luwu Timur, 14 Juni 2016

Meskipun sumbangsih PT. Vale terhadap PAD Kabupaten Luwu Timur relatif besar, tetapi masih belum bisa menuntaskan kemiskinan. Indeks Kedalaman Kemiskinan (P1) Kabupaten Luwu Timur pada periode 2011–2015, cenderung berfluktuasi antar tahun. Pada tahun 2011 indeks P1 di Kabupaten Luwu Timur sekitar 1.38 dan pada tahun 2012 turun menjadi 1.13. Namun pada tahun 2013 indeks P1 mengalami peningkatan menjadi 1.37 kemudian pada tahun berikutnya turun menjadi 1.18 di tahun 2014 dan kembali meningkat 1.28 di tahun 2015. Angka ini mengindikasikan bahwa rata-rata pengeluaran penduduk miskin di Kabupaten Luwu Timur selama 2011–2015 cenderung bergerak dinamis disekitar garis kemiskinan.

Berbeda dengan dengan indeks P1, Indeks Keparahan Kemiskinan (P2) Kabupaten Luwu Timur pada periode lima tahun terakhir cenderung meningkat terutama pada periode 2012 sampai dengan 2015. Pada tahun 2011 indeks P2 di Kabupaten Luwu Timur sekitar 0.37, Pada tahun 2012 indeks P2 turun menjadi 0.29. Tahun 2013 indeks P2 mengalami peningkatan menjadi 0.32 dan 2014 tetap di 0.32. Sedangkan di tahun 2015 naik menjadi 0.35. Dari perubahan angka-angka ini mengindikasikan bahwa ketimpangan pengeluaran antar penduduk miskin

Kabupaten Luwu Timur semakin bertambah selama periode lima tahun terakhir. Untuk lebih jelas ditampilkan pada Tabel 1.4. di bawah ini.

**Tabel. 1.4** Indeks Kedalaman Kemiskinan (P1) dan Indeks Keparahan Kemiskinan (P2) di Kabupaten Luwu Timur Tahun 2011 - 2015

Tahun	Indeks P1	Indeks P2
2011	1.38	0.37
2012	1.13	0.29
2013	1.37	0.32
2014	1.18	0.32
2015	1.28	0.35

Sumber: Kabupaten Luwu Timur dalam Angka, 2016

Untuk perkembangan jumlah penduduk miskin di Kabupaten Luwu Timur dibandingkan dengan kabupaten/kota sekitar Luwu Raya tercatat pada tahun 2015 jumlah penduduk miskin di Luwu Timur sebesar 19.670 jiwa sedangkan di Kabupaten Luwu Utara sebanyak 26.500 jiwa dan di Kotamadya Palopo jumlahnya mencapai 15.200 jiwa (Laporan BPS 2016). Dengan kata lain, penduduk miskin di Kotamadya Palopo lebih rendah dari jumlah penduduk miskin di Luwu Timur.

Pada tahun 2008, EMPATI sebuah LSM lokal (Wuala, 2012) mengadakan survei sekaligus mendata beberapa fakta sosial penduduk asli di daerah Sorowako dan sekitarnya yang hasilnya:

1. Dari total 1397 Kepala Keluarga (KK) dan 6450 jiwa, terdapat 1797 jiwa usia 16-30 tahun, 1578 jiwa usia 31-50 tahun, 780 jiwa usia diatas 50 tahun dan 2295 jiwa usia 0-15 tahun. Dari data tersebut terdapat 3375 jiwa angkatan kerja, dengan 53% diantaranya adalah golongan pemuda. Dari seluruh angkatan kerja tersebut, yang terserap oleh aktivitas PT Inco/ PT Vale termasuk kontraktor adalah 312 jiwa (9%). Petani dan penggarap lahan sebanyak 937 jiwa (28%), PNS/TNI/POLRI sebanyak 117 jiwa (3%). Pengangguran dan buruh lepas

sebanyak 679 jiwa (20%). Ibu rumah tangga sebanyak 1194 jiwa (35%) dan sisanya wiraswasta, pedagang dan lain-lain.

2. Pendapatan per bulan penduduk asli (yang bekerja) hasil pendataan tersebut adalah rata-rata antara Rp 100.000 sampai Rp 500.000 per bulan.
3. Tingkat pendidikan secara umum berdasarkan data, adalah tamatan SD (termasuk mereka yang tidak bersekolah atau tidak tamat SD) sebesar 25% dari seluruh populasi dengan tamatan diploma dan S-1 sebesar 5%. Sebab utama untuk masalah tersebut adalah faktor pendapatan penduduk berdasarkan hasil rekap yang menunjukkan 50% dari seluruh populasi, pendapatannya adalah antara Rp 100.000 sampai Rp 500.000 per bulan.

Melihat jumlah penduduk miskin dan Indeks Keparahan Kemiskinan di Kabupaten Luwu Timur, tampaknya implementasi kegiatan program CSR PT. Vale diduga masih belum memberikan stimulus secara signifikan terhadap masalah kemiskinan di Kabupaten Luwu Timur sehingga dikhawatirkan berdampak pada citra perusahaan.

Pentingnya citra sebuah perusahaan dikarenakan citra positif dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif, sedangkan citra negatif sebaliknya. Citra positif dapat digunakan sebagai pelindung terhadap kesalahan kecil, kualitas teknis, atau fungsional sedangkan citra negatif dapat memperbesar kesalahan tersebut. Kotler (2000) mengungkapkan bahwa citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Citra berkaitan erat dengan suatu penilaian, tanggapan, opini, kepercayaan publik, asosiasi, atau simbol-simbol tertentu terhadap suatu perusahaan. Menurut Ardianto dan Soemirat (2004), citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktifitas. Sedangkan menurut Alma (2004), citra adalah

kesan, impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu obyek, orang atau lembaga. Menurut Smith (Roslina: 2009), faktor yang mempengaruhi citra perusahaan (*corporate image*) adalah: (1) produk atau jasa, termasuk kualitas produk dan kepedulian terhadap konsumen; (2) tanggung jawab sosial, keanggotaan perusahaan, perilaku etis, dan masalah kemasyarakatan; (3) lingkungan, termasuk kantor, showroom dan pabrik; (4) komunikasi termasuk periklanan, hubungan masyarakat, komunikasi personal, brosur, dan program identitas perusahaan (*corporate identity program*).

Menurut Ulrich dan Eppinger (Hutapea: 2012), beberapa faktor yang mempengaruhi citra suatu organisasi adalah: (1) kepemimpinan (*leadership*); (2) kebijaksanaan dan strategi (*policy and strategy*); (3) kebijaksanaan sumber daya manusia (*personnel policy*); (4) pengelolaan kekayaan (*asset management*); (5) pengelolaan proses (*process management*); (6) kepuasan konsumen (*customer satisfaction*); (7) kepuasan karyawan (*employee satisfaction*); (8) tanggung jawab sosial (*society responsibility*); (9) hasil usaha (*business result/profit*).

Menurut Kotler dan Lee (2005), CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang diterapkan secara tepat, baik di bidang ekonomi, sosial maupun lingkungan, akan dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, salah satunya adalah mampu meningkatkan *corporate image*. Sedangkan menurut *Corporate Forum for Community Development (CFCD)* dalam Ambadar (2007), CSR (*Corporate Social Responsibility*) sangat penting, tidak hanya di masyarakat melainkan juga perusahaan itu sendiri. CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat mencegah dampak sosial lebih buruk, baik langsung atau tidak langsung atas kelangsungan usaha, karena gesekan dengan komunitas sekitar. CSR (*Corporate Social Responsibility*) juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan. CSR

(*Corporate Social Responsibility*) merupakan keharusan bagi perusahaan bila ingin terus maju dan berkembang.

Dalam lingkungan perusahaan, masyarakat di sekitar perusahaan merupakan pihak yang terpenting untuk memperoleh apresiasi. Apresiasi itu sendiri dapat berbentuk peningkatan kesejahteraan hidup melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan melalui kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Dalam penerapannya, umumnya perusahaan akan melibatkan partisipasi masyarakat, baik sebagai objek maupun sebagai subjek program CSR (*Corporate Social Responsibility*). Hal ini dikarenakan masyarakat adalah salah satu pihak yang cukup berpengaruh dalam menjaga eksistensi suatu perusahaan. Masyarakat adalah pihak yang paling merasakan dampak dari kegiatan produksi suatu perusahaan, baik itu dampak positif ataupun negatif. Dampak ini dapat terjadi dalam bidang sosial, ekonomi, politik maupun lingkungan.

Okny Syaiful Harahap (dalam Syahputra, 2008) masyarakat yang sejak awal berada di tingkat ekonomi yang rendah, merasa semakin terpuruk dengan kehadiran berbagai jenis perusahaan. Dengan melibatkan dan memberdayakan masyarakat sekitar dengan melakukan *community development* justru membuat jarak antara perusahaan dengan masyarakat. Jika ada program yang dilakukan perusahaan, biasanya dalam bentuk *charity* atau sumbangan sosial yang hanya bersifat sesaat dan berdampak sementara. Dengan konsep *charity* kapasitas dan akses masyarakat tidak berubah dari keadaan semula. *Charity* merupakan merupakan bagian kecil dari program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang kurang tepat sasaran karena tidak dapat merubah keadaan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan. Sehingga CSR (*Corporate Social Responsibility*) diharapkan lebih mampu membantu menciptakan keseimbangan antara perusahaan, masyarakat, dan lingkungan.

Pada penelitian ini, fokus pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi terhadap pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan masyarakat, dan citra perusahaan PT Vale di Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan.

Adapun rekapitulasi anggaran pengeluaran untuk CSR ditampilkan pada Tabel 1.5 berikut:

**Tabel 1.5 Nilai Ekonomis Dari Pengeluaran Dan Biaya CSR PT Vale Indonesia Tbk**

Nilai ekonomi Yang Didapat dan Didistribusikan (Ribu USD) [GA-EC1] <i>Economic Value Generated And Distributed (USD Thousand)</i>			
Uraian/Description	2016	2015	2014
Nilai Ekonomi Dihasilkan <i>Economic Value Generated</i>			
Pendapatan <i>Revenue</i>	584,143	789,745	1,038,082
Pendapatan Lain <i>Other Revenue</i>	1,902	1,357	913
Total Pendapatan <i>Total Revenue</i>	586,045	791,102	1,038,995
Distribusi Nilai Ekonomi <i>Economic Value Distribution</i>			
Biaya Operasi <i>Operating Cost</i>	(414,348)	(505,408)	(529,910)
Gaji Karyawan Dan Tunjangan <i>Employed Salary And Allowances</i>	(77,171)	(76,167)	(86,965)
Pembayaran Kepada Penyandang Dana <i>Payments to Provider of Capital</i>	(6,950)	(6,080)	(106,883)
Pembayaran Kepada Pemerintah <i>Payments to Government</i>	(81,002)	(152,663)	(95,336)
Inventasi Untuk Komunitas <i>Community Investment</i>	(5,942)	(4,298)	(3,747)
Total Distribusi Nilai Ekonomi <i>Total Economic Value Distribution</i>	(585,413)	(744,606)	(822,841)
Nilai Ekonomi Ditahan <i>Retained Economic Value</i>			
Jumlah/Total	632	46,496	216,154

Sumber: Laporan Keberlanjutan PT Vale tahun 2016

Berdasarkan tabel di atas, tampak bahwa pengeluaran PT. Vale secara gelondongan terhadap CSR berturut-turut dari tahun 2014 – 2016 mengalami kenaikan yaitu USD \$ 3.747.000 di tahun 2014, USD \$ 4.298.000 di tahun 2015 dan USD \$ 5.942.000 untuk tahun 2016. Dengan besarnya alokasi anggaran untuk CSR diharapkan mampu meredam *stak negative externalities* dan menekan terwujudnya

*competitive dis-economics*, seperti pencemaran, radiasi, kebisingan, kesenjangan sosial serta bentuk eksploitasi sumberdaya lainnya. Herad dan Bolce (1998) berpendapat bahwa *negative externalities* benar-benar telah mengancam munculnya polusi udara dan air, kebisingan suara kemacetan lalu lintas, limbah kimia, hujan asam, radiasi sampah nuklir, dan masih banyak lagi petaka lain, sehingga menyebabkan stres mental maupun fisik, dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Capra (1983) menuduh bahwa perusahaan merupakan penyebab utama apa yang sekarang disebut kesalahan alokasi sumber daya manusia dan alam. Terkait dengan kerusakan lingkungan, paling tidak masyarakat harus menanggung empat macam biaya, antara lain: (1) *damage cost*, (2) *transaction cost*, (3) *avoidance cost* dan (4) *abatement cost* (Afif dalam Roziqin dalam Memed, 2001).

Kenyataan yang ada dilapangan tidak sejalan dengan tujuan perusahaan menganggarkan CSR yang relatif sangat besar, karena masih seringnya terjadi gejala disekitar lingkungan tambang diantaranya:

1. Periode tahun 1975 hingga tahun 1979, demonstrasi dilakukan oleh masyarakat Kampung Dongi dengan tuntutan penolakan atas harga ganti rugi tanah yang tercantum dalam SK Bupati Luwu. Selama tahun 1975-1979, masyarakat Dongi selalu mendapatkan intimidasi dari berbagai pihak. Selain itu, mereka juga mendapat tekanan sosial dari masyarakat Sorowako lain yang mengklaim bahwa lahan mereka sudah diganti rugi, sehingga tidak ada lagi alasan bagi masyarakat Dongi untuk menetap kembali di wilayah asalnya.
2. Pada tahun 1980, sebanyak 95 keluarga yang bermukim di tepi Danau Matano menuntut ganti rugi tanah ketika PT Inco Tbk akan membangun PLTA Larona. Persoalan ini diteruskan prosesnya hingga ke Pengadilan Negeri Makassar.

Akhirnya PT Inco Tbk bersedia mengganti kerugian dan bersedia memindahkan rencana pembangunan PLTA ke dataran yang lebih tinggi

3. Pada tahun 2000, terjadi demonstrasi besar-besaran yang pertama kali dan diikuti oleh ratusan masyarakat lokal di bawah komando KWAS (Kerukunan Wawo'nia Asli Sorowako). Demonstrasi tersebut dianggap oleh berbagai kalangan sebagai *entry point* untuk aksi-aksi demonstrasi berikutnya. Demonstrasi besar tersebut kerap diibaratkan sebagai membuka kunci "kotak pandora" gerakan sosial di lingkaran tambang Sorowako.
4. Pada 3 April 2000, ratusan masyarakat asli Sorowako yang tergabung dalam Kerukunan Wawo'nia Asli Sorowako (KWAS), melakukan aksi unjuk rasa di PT Inco. Mereka memprotes perlakuan salah seorang karyawan yang dinilai melecehkan masyarakat asli Sorowako. Ini dipicu keluarnya kebijakan perusahaan yang memindahkan secara sepihak seorang warga lokal yang baru diterima bekerja ke bagian lain. Saat keberatan disampaikan kepada pihak manajemen, seorang karyawan malah berkeras dan menyuruh warga tersebut keluar jika tidak bersedia menerima penempatannya di bagian penghijauan. Ini dianggap sebagai bentuk pelecehan terhadap masyarakat asli dan sekaligus menunjukkan sikap arogan perusahaan.
5. Pada Oktober 2002, Masyarakat Karonsie Dongi melakukan pendudukan di areal lapangan golf PT Inco yang diklaim merupakan tanah milik ulayat masyarakat yang diambil perusahaan tanpa ganti rugi. Dalam waktu yang berbeda-beda, aksi pendudukan ini ditanggapi perusahaan dengan surat ancaman, pengusiran, pembakaran pondok, sampai penangkapan dengan alasan masyarakat adat telah melakukan aktivitas di wilayah Kontrak Karya milik perusahaan. Pada 6 Mei 2003, PT Inco mengirim surat permintaan penghentian kegiatan masyarakat Dongi di daerah tambang aktif ke Wilayah Kecamatan

Nuha. Pasca pengiriman surat tersebut masyarakat justru semakin meningkatkan aktivitasnya, sehingga dengan atas nama PT Inco, pihak kepolisian setempat memasang papan larangan beraktivitas. Namun masyarakat bertahan dan menyatakan sikap bahwa apa pun yang terjadi tidak akan pernah beranjak dari lokasi tersebut.

6. Pada 28 Januari 2005, sekitar 250 karyawan PT. Inco yang masuk dalam daftar PHK bersama sanak keluarganya mengadakan aksi blokir jalan di poros Wasuponda dan Nuha. Mereka menahan seluruh kendaraan milik PT Inco yang memuat material nikel dari Sorowako ke Malili, utamanya truk yang akan menuju ke Pelabuhan Balantang. Pengunjuk rasa memprotes dan menuntut direksi PT Inco untuk mencabut kebijakan PHK dan protes terhadap direksi PT Inco yang melibatkan aparat kepolisian setempat menjemput para karyawan yang di-PHK dan masih di tempat kerja untuk dibawa ke rumah masing-masing.
7. Pada 31 Maret 2005, sedikitnya 500 pemuda yang tergabung dalam KWAS melakukan unjuk rasa dengan berjalan (long march) dari kampung Sorowako memenuhi lapangan golf milik PT Inco. Massa menuntut manajemen perusahaan mentransparankan segala bentuk penerimaan karyawan, termasuk penerimaan tenaga medis. Mereka pun menuntut agar PT Inco memprioritaskan putra dserah dalam setiap merekrut karyawan (termasuk mitra kerja PT Inco yang membuka berbagai industri kecil di Luwu Timur).
8. Pada 16 September 2005, ratusan orang menduduki dan menyegel kantor perwakilan PT Inco di Makassar. Tujuannya menuntut penyelesaian ganti rugi atas tanah warga Petaa dan Kampung Dongi yang diambil alih oleh PT Inco sejak berdiri tahun 1968. Demonstrasi ini terjadi akibat tidak adanya jalan keluar dari aksi demonstrasi yang dilakukan sehari sebelumnya di DPRD Provinsi Sulawesi Selatan yang menuntut agar DPRD mau mempertemukan mereka

(perwakilan warga Petea dan Kampung Dongi, Serikat Pekerja Buruh Indonesia - SPBI, dan mahasiswa Universitas Negeri Makassar - UNM) dengan pihak PT Inco. Para demonstran mengeluhkan penyelesaian ganti rugi atas tanah yang, menurut mereka, tidak layak karena PT Inco dianggap tidak memperhitungkan luas tanah dan harga tanah saat itu.

9. Pada November 2007, aksi demonstrasi dan mogok kerja Forum Serikat Pekerja (FSP-KEP) PT Inco diikuti 3000-an karyawan, menyebabkan kapasitas produksi turun dari yang seharusnya. Begitu pula aktivitas di Pelabuhan PT Inco yang berada di Balantang, Malili, berhenti total. Negosiasi yang dilakukan oleh Management PT Inco dengan pihak FSP-KEP dengan fasilitasi dari Bupati Luwu Timur ternyata selalu menemui jalan buntu dan hanya menghasilkan Surat Edaran yang dibagikan langsung ke rumah para karyawan. Surat itu berisikan himbauan agar tidak melakukan mogok kerja. Namun edaran tersebut dinilai oleh sebagian kalangan juga berisikan intimidasi. Di dalamnya terdapat ancaman jika tidak menghentikan aksi mogok, maka karyawan yang mengikuti aksi akan dikenakan PHK sebab, menurut PT Inco aksi tersebut tidak sah.
10. Di tahun 2016: Ratusan warga pemberdayaan PT Vale Indonesia Tbk, yakni Kecamatan Nuha, Wasuponda, Towuti, dan Malili menggelar aksi demonstrasi, pada Senin (14/11/2016). Aksi tersebut menuntut mengenai lahan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Analisis Dampak Lingkungan (Amdal). Selain itu, PT Vale juga diminta untuk selalu transparan terkait jumlah dana dan peruntukan program, dana CSR berdasarkan kebutuhan dan kesepakatan masyarakat di tiap wilayah pemberdayaan dengan tujuan persiapan purna tambang.

Dengan maraknya demo dan aksi penolakan terhadap aktivitas PT. Vale sehingga terjadi gap (kesenjangan) antara pengharapan dari perusahaan yang telah

mengeluarkan anggaran yang relatif tinggi dan berharap konflik bisa diminimisasi sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan dan yang terjadi justru sebaliknya.

Pentingnya citra sebuah perusahaan dikarenakan citra positif dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif. Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* oleh PT Vale Indonesia Tbk diarahkan untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dengan demikian, *Corporate Social Responsibility (CSR)* sangat penting, tidak hanya bagi masyarakat melainkan juga perusahaan itu sendiri. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat mencegah dampak sosial lebih buruk, baik langsung atau tidak langsung atas kelangsungan usaha, karena gesekan dengan komunitas sekitar. *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan keharusan bagi perusahaan bila ingin terus maju dan berkembang.

Dalam lingkungan perusahaan, masyarakat di sekitar perusahaan merupakan pihak yang terpenting untuk memperoleh apresiasi. Apresiasi itu sendiri dapat berbentuk peningkatan kesejahteraan hidup melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dalam penerapannya, umumnya perusahaan akan melibatkan partisipasi masyarakat, baik sebagai objek maupun sebagai subjek program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hal ini dikarenakan masyarakat adalah salah satu pihak yang cukup berpengaruh dalam menjaga eksistensi suatu perusahaan. Masyarakat adalah pihak yang paling merasakan dampak dari kegiatan produksi suatu perusahaan, baik itu dampak positif ataupun negatif. Dampak ini dapat terjadi dalam bidang sosial, ekonomi, politik maupun lingkungan.

Sebagai pihak yang menjadi bagian dari lingkungan masyarakat yang lebih luas, perusahaan harus menjaga harmonisasi hubungan tersebut, yaitu dengan meningkatkan tanggung jawab terhadap *stakeholder*. *Legitimacy theory* menjelaskan bahwa agar perusahaan memperoleh *legitimacy stakeholder*, perusahaan perlu menjaga dan memelihara kesesuaian (*congruence*) antara pengharapan *stakeholder* dengan tujuan operasional perusahaan. Milton Friedman (1970) menyatakan bahwa manajemen perusahaan memiliki tanggungjawab untuk meningkatkan (*maximize*) keuntungan bagi para pemilik (*shareholders*). Trevino dan Nelson (1995) berpendapat bahwa manajemen seharusnya meningkatkan keuntungan (*money*) berdasar dan tidak bertentang dengan keberadaan masyarakat (*society*). Artinya, perusahaan dalam mengejar keuntungan sebagai mana filosofi keberadaan perusahaan hendaknya memperhitungkan kepentingan dan norma masyarakat yang mengitarinya. Perdebatan seputar tanggungjawab sosial (*social responsibility*) mengalami pasang surut dan berkembang secara meruang dan mewaktu. Problem inti yang terkandung dalam tanggungjawab sosial (*social responsibility*) adalah integritas pelaksanaan etika bisnis (*business ethics*) oleh pelaku bisnis. Dikatakan demikian, *social responsibility* merupakan perwujudan kesadaran pelaku bisnis (industri) atas *externalities dis-economics* yang ditimbulkan. Problematika menjadi semakin melebar ketika para pihak tidak konsisten terhadap upaya menjaga keseimbangan, mengingat dalam tanggungjawab sosial mengandung *cost* yang cukup besar.

Konsep deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan dikatakan baik bukan dinilai dan dibenarkan atas dasar akibat dari tindakan itu. Satu tindakan dikatakan baik, dilihat dari tindakan tersebut baik adanya. Dengan demikian, satu tindakan dikatakan baik (bermoral) karena tindakan

tersebut dilaksanakan berdasarkan kewajiban yang memang harus dilaksanakan, terlepas dari tujuan atau akibat dari tindakan tersebut (Ghazali Iman, 2006).

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi berpengaruh langsung terhadap pemberdayaan masyarakat ?
2. Apakah Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan masyarakat ?
3. Apakah pemberdayaan masyarakat berpengaruh langsung terhadap citra perusahaan?
4. Apakah kesejahteraan masyarakat berpengaruh langsung terhadap citra perusahaan?
5. Apakah Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi berpengaruh tidak langsung terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat?
6. Apakah Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi berpengaruh tidak langsung terhadap citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi terhadap pemberdayaan masyarakat.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi terhadap kesejahteraan masyarakat.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung pemberdayaan masyarakat terhadap citra perusahaan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kesejahteraan masyarakat terhadap citra perusahaan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi terhadap citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan beberapa manfaat antara lain:

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

1. Secara teoritis diharapkan dapat menambah informasi atau wawasan yang lebih konkrit bagi lembaga legislatif, pemerintah, para praktisi ekonomi, dan

khususnya perusahaan mengenai manfaat implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan

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

#### **1.4.2. Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi PT. Vale Indonesia Tbk dalam mengevaluasi dan pengembangan untuk implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat untuk meningkatkan citra perusahaan.

#### **1.5. Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini difokuskan pada implementasi CSR PT Vale Indonesia Tbk khususnya pada program pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi di Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan yang berpengaruh langsung terhadap pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat, maupun implementasi CSR PT Vale Indonesia Tbk terhadap citra perusahaan secara tidak langsung melalui pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat, sehingga kesemua implementasi CSR itu mempengaruhi persepsi yang dapat membentuk citra perusahaan. Oleh karena itu, unit analisisnya adalah masyarakat Sorowako) yakni mereka yang tinggal di Sorowako dan terkena dampak langsung dari operasional PT Vale Indonesia Tbk.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Tinjauan Teori dan Konsep

##### 2.1.1. Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial atau *corporate sosial responsibility* merupakan tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan - keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Setiap perusahaan di seluruh dunia akan melakukan berbagai macam kegiatan yang terencana untuk dapat meningkatkan eksistensi perusahaan dan menjadi perusahaan yang *good bussiness*. Salah satu kegiatannya adalah *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. *CSR (Corporate Social Responsibility)* adalah kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat luas dan lingkungan. Usaha sosial perusahaan telah dikonsepsikan lebih luas sebagai tugas manajerial untuk mengambil tindakan melindungi dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat dan sekaligus memberikan keuntungan bagi perusahaan. Jadi kegiatan *CSR (Corporate Social Responsibility)* pada dasarnya merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat sekaligus sebagai sarana untuk membangun reputasi dan meningkatkan keunggulan perusahaan dalam bersaing.



CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan sebuah kesepakatan dari *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) di Johannesburg Afrika Selatan pada tahun 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal dan komunitas secara keseluruhan dalam peningkatan kualitas hidup. Sanka dan Clement (2002) dalam Rudito dan Famiola (2007) mendefinisikan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Secara umum, CSR dapat didefinisikan sebagai bentuk kegiatan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui peningkatan kemampuan manusia sebagai individu untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada, menikmati, memanfaatkan dan memelihara lingkungan hidup yang ada.

Kotler dan Lee (2005) menyebutkan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan instrumen penting untuk menunjang strategi perusahaan, yaitu membangun citra perusahaan sekaligus meningkatkan profit jangka panjang. Dalam buku tersebut disebutkan ada 6 cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yaitu:

1. *Cause promotion* yaitu dengan menjadi sponsor kegiatan yang sedang menjadi perhatian masyarakat.
2. *Cause related marketing* yaitu dengan mengalokasikan sekian persen pendapatan untuk kegiatan sosial.
3. *Corporate social marketing* dengan mengadakan kampanye untuk merubah perilaku masyarakat.

4. *Corporate philanthropy* dengan memberikan donasi atau sumbangan kepada masyarakat.
5. *Community volunteering* dengan mengerahkan karyawan untuk kegiatan sosial.
6. *Social responsible business practices* dengan praktek produksi menyesuaikan dengan isu sosial.

Menurut Kotler dan Lee (2005), CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan penerapan praktek bisnis yang baik dan sumbangsih sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Senada dengan definisi CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang digunakan Indonesia *Business Links* (IBL) menyatakan bahwa strategi bisnis yang melihat bahwa kepentingan bisnis jangka panjang dicapai dengan laba dan pertumbuhan, sejalan dengan kesejahteraan masyarakat, perlindungan lingkungan, dan peningkatan hidup manusia.

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempatan. Secara teoretik, CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para strategi *stakeholders* nya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR (*Corporate Social Responsibility*) memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah pengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya.

Wibisono (2007) mendefinisikan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku

etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi dan sosial (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Sementara Nursahid (2006) mendefinisikan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai tanggung jawab moral suatu organisasi bisnis terhadap kelompok yang menjadi stakeholder-nya yang terkena pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung dari operasi perusahaan.

Istilah CSR (*Corporate Social Responsibility*) mulai digunakan sejak tahun 1970-an. Elkington (1998) mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas *the World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam Brundtland Report (1987). Elkington mengemas CSR (*Corporate Social Responsibility*) ke dalam tiga fokus, yaitu: 3P (*profit, planet, people*). Perusahaan yang baik tidak hanya mencari keuntungan (*profit*) belaka, melainkan perusahaan harus memiliki kepedulian pula terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *United States-based Business for Social Responsibility* (US-BSR), banyak sekali keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan yang telah mempraktekkan CSR (*Corporate Social Responsibility*) antara lain:

1. Meningkatkan *brand image* dan reputasi perusahaan

CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat membuat perusahaan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat sehingga reputasi perusahaan juga akan meningkat apabila perusahaan melaksanakan program tersebut dengan sebaik – baiknya.

2. Meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

Apabila program CSR (*Corporate Social Responsibility*) dilakukan dengan baik oleh perusahaan maka para pelanggan akan menjadi lebih loyal karena para pelanggan tidak hanya mengetahui kualitas tetapi juga tujuan baik perusahaan.

3. Mengurangi biaya operasional

Dengan adanya CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan anggaran untuk biaya promosi, karena produk atau perusahaan pasti akan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian biaya operasional perusahaan akan menurun.

4. Meningkatkan kinerja keuangan.

Dengan adanya CSR (*Corporate Social Responsibility*) diharapkan laba perusahaan akan lebih meningkat karena penjualan juga akan meningkat. Dengan demikian kinerja keuangan dari perusahaan tersebut secara otomatis akan meningkat pula.

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*), apabila dikembangkan dengan baik akan menciptakan suatu kaitan emosional antara masyarakat dengan perusahaan yang nantinya akan berdampak pada *brand awareness*, dan lama-kelamaan akan berkembang menjadi *brand loyalty* yang akan menciptakan ekuitas merek yang menguntungkan bagi perusahaan (Sen, 2005:37 dalam Anggraini, 2008).

Menurut Madura (2001) ada empat kemungkinan biaya yang timbul sebagai akibat tanggung jawab sosial yaitu:

1. Tanggung jawab kepada pelanggan

- a. Menciptakan program, menerima, dan memecahkan keluhan.
- b. Melakukan survei untuk mengetahui kepuasan pelanggan.
- c. Gugatan hukum oleh pelanggan.

2. Tanggung jawab kepada karyawan
  - a. Menciptakan program menerima dan memecahkan masalah
  - b. Melakukan survei untuk mengetahui kepuasan karyawan
  - c. Gugatan hukum oleh karyawan karena diskriminasi atau tuduhan tanpa bukti
3. Tanggung jawab kepada pemegang saham
  - a. Mengumumkan informasi keuangan secara periodik.
  - b. Gugatan hukum oleh pemegang saham atas dasar tuduhan bahwa manajer perusahaan tidak memenuhi tanggung jawabnya kepada para pemegang saham
4. Tanggung jawab kepada lingkungan
  1. Memenuhi regulasi pemerintah akan lingkungan
  2. Memenuhi janji akan petunjuk lingkungan yang dibuat perusahaan.

Wibisono (2007) menjelaskan bahwa penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan perusahaan dapat dibagi menjadi empat tahapan, yaitu tahap perencanaan, implementasi, evaluasi, dan pelaporan. Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan di bagi menjadi 3 model, yaitu keterlibatan langsung, melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, dan bermitra dengan pihak lain. Adapun bentuknya sebagai berikut

1. Hibah (*grant*): bantuan dana tanpa ikatan yang diberikan oleh perusahaan untuk membangun investasi sosial.
2. Penghargaan (*award*): pemberian bantuan oleh perusahaan kepada sasaran yang dianggap berjasa bagi masyarakat banyak dan lingkungan usahanya. Biasanya penghargaan dalam bentuk sertifikat dan sejumlah uang kepada perorangan atau institusi atau panti yang diselenggarakan secara berkelanjutan dan dalam waktu tertentu.

3. Dana Komunitas Lokal (*community funds*): bantuan dana atau dalam bentuk lain bagi komunitas untuk meningkatkan kualitas dibidangnya secara berkesinambungan.
4. Bantuan Subsidi (*social subsidies*): bantuan dana atau bentuk lainnya bagi sasaran yang berhak meningkatkan kinerja secara berkelanjutan seperti pemberian bantuan dana buruh lokal atau modal usaha kecil satu kawasan.
5. Bantuan pendanaan jaringan teknis bagi sasaran yang berhak untuk memperoleh pengetahuan dan ketrampilan sehingga mampu meningkatkan produktivitas. Misalnya, bantuan teknis untuk usaha kecil atau mikro.
6. Penyediaan pelayanan sosial seperti pendidikan, kesehatan, hukum, taman bermain, pantli asuhan, beasiswa, dan berbagi pelayanan sosial lainnya bagi masyarakat.
7. Bantuan kredit usaha kecil dengan bunga rendah bagi rumah tangga, baik masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan maupun masyarakat pada umumnya.
8. Program bina lingkungan melalui pengembangan masyarakat.
9. Penyediaan kompensasi sosial bagi masyarakat yang menjadi korban polusi serta kerusakan lingkungan.

Menurut Lantos (1998) dalam Paryanti (2006) CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu: (1) *ethical corporate social responsibility* mengungkapkan perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghindari terjadinya kerusakan lingkungan atau sosial masyarakat akibat kegiatan bisnis perusahaan; (2) *altruistic corporate social responsibility* adalah aktifitas perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat tanpa terkait langsung dengan keputusan perusahaan; (3) *strategic corporate social responsibility* adalah aktifitas sosial perusahaan yang

ditunjukkan untuk meningkatkan citra perusahaan target pasarnya serta meningkatkan pendapatan perusahaan.

Menurut Steiner dan Miner (1997) CSR (*Corporate Social Responsibility*) didasarkan dua motif sekaligus, yakni motivasi untuk menyenangkan untuk membahagiakan orang lain (*altruism*) pada satu sisi, dan pada saat yang bersamaan terjadi pula bias kepentingan perusahaan di sisi lain. Tipologi kedermawanan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terbagi menjadi lima kategori, yaitu *charity* (amal/derma), *image building* (promosi), *facility* (insentif pajak), *security prosperity* (ketahanan hidup atau peningkatan kesejahteraan), dan *money laundering* (manipulasi). Untuk memahami beragam motivasi tersebut, maka penting untuk melihat perspektif etis agar tujuan normatif kedermawanan sosial dalam rangka pemberdayaan masyarakat tidak terdistorsi dan dimanipulasi kepentingan yang tidak sehat.

Ada beberapa alasan penting industri melakukan CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau terkadang juga disebut *community development* yaitu; 1) untuk mendapatkan izin dalam menciptakan harmonisasi kegiatan usaha dengan komunitas lokal. 2) mengatur dan menciptakan strategi ke depan yang dilakukan dengan bersama-sama dengan anggota masyarakat dalam rangka mengembangkan kemandirian masyarakat. 3) *community development* mempunyai potensi untuk meningkatkan nilai usaha perusahaan, dalam hal ini terkait dengan *good corporate government* (Osmailli, (2005) dalam Arisyono (2008)

Secara umum faktor yang mendorong untuk mengimplementasikan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dibedakan menjadi faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal terutama berkaitan dengan kritik organisasi masyarakat sipil terhadap kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Sejarah hubungan antara perusahaan dan masyarakat mencatat banyak peristiwa tragis yang disebabkan

operasi perusahaan. Organisasi masyarakat sipil banyak melakukan protes kinerja buruk perusahaan, yang kemudian ditanggapi perusahaan. Tanggapan defensif serta kamufase hijau memperumit masalah, sedang yang positif menghasilkan perkembangan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Insitusi pembiayaan yang semakin kritis menanamkan investasi memperkuat kecenderungan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Demikian pula konsumen yang bersedia membayar *green premium* untuk produk-produk yang dihasilkan perusahaan berkinerja sosial dan lingkungan baik. Terakhir, pasar tenaga kerja yang menunjukkan adanya pergeseran pilihan dengan mempertimbangkan reputasi perusahaan.

Gabungan faktor-faktor eksternal itu membuat perusahaan yang menjalankan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan sungguh-sungguh lebih memungkinkan bertahan ditengah kompetitifnya dunia usaha saat ini. Faktor internal, seperti kepemimpinan puncak manajemen perusahaan yang melihat CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan sumber peluang memperoleh keunggulan kompetitif. Banyak pengamat yang mengatakan bahwa faktor internal dapat dijadikan sebagai pendorong CSR (*Corporate Social Responsibility*) semakin kuat berperan dimasa yang akan datang.

Implementasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) dilakukan sedemikian rupa secara sistematis, terstruktur dan periodik. Tujuan CSR (*Corporate Social Responsibility*) senantiasa mengedepankan persoalan-persoalan vital yang dihadapi masyarakat dalam peningkatan kesejahteraannya, antara lain bidang agama, ekonomi, pendidikan dan kesehatan. Tujuan tersebut dapat dilaksanakan berdasarkan visi dan misi perusahaan. Berdasarkan tujuan-tujuan CSR (*Corporate Social Responsibility*) tersebut, implementasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan akan mengikuti arah dari kepentingan perusahaan di tengah-tengah komunitas lingkungan hidup masyarakat. Tujuan-tujuan CSR (*Corporate Social*

*Responsibility*) tersebut seperti tujuan dalam kerangka tanggung jawab pendidikan, ekonomi, moral, filantropi (kedermawanan) dan tujuan dalam tanggung jawab hukum.

Isu-isu sosial akan terus berkembang seiring dengan dinamika yang terjadi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Isu-isu sosial tersebut berkembang sebagai wujud dari adanya perubahan dalam cara pandang hidup masyarakat yang harus segera direspon oleh perusahaan. Ketidakmampuan perusahaan dalam menangkap isu sosial yang berkembang di masyarakat akan berdampak pada bentrokan yang terjadi di tengah-tengah komunitas kehidupan sosial masyarakat. Apalagi dalam suasana krisis ekonomi dunia yang sedang terjadi, persoalan perburuhan, komunikasi pemerintah dan perusahaan, bahkan hubungan pekerja di dalam perusahaan sendiri akan dapat terganggu dari mencuatnya isu sosial dalam masyarakat. Dalam hal ini menurut Giddens (dalam Mapisangka 2009), dampak dari globalisasi yang terjadi tidak hanya mempunyai dimensi ekonomi saja akan tetapi juga mempunyai dimensi politik, teknologi, dan budaya. Pemikiran tersebut juga akan mempengaruhi cara berpikir kalangan usahawan dalam memandang strategi usahanya. Perusahaan tidak lagi dipandang sebagai bagian luar dari masyarakat tetapi perusahaan sudah merupakan bagian dari masyarakat.

Implementasi program CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk selalu dekat dengan masyarakat. Menurut Budimanta et al. (dikutip oleh Mapisangka, 2009) CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka *sustainability* yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal maupun eksternal.

Dokumen ISO 26000 dalam Jalal (2013), CSR didefinisikan sebagai:

*"Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships".*

Alexander Dahlsrud dalam Jalal (2013) telah mengumpulkan seluruh definisi yang populer mengenai definisi CSR kemudian mengujinya secara statistik.

Hasilnya adalah bahwa 37 definisi CSR paling populer memiliki konsistensi dalam lima dimensi: ekonomi, sosial, lingkungan, pemangku kepentingan, dan sifat voluntari. Perbedaan yang ada di antara ke-37 definisi itu hanyalah soal artikulasi, bukan substansi.

### **2.1.2. Pemberdayaan Masyarakat**

Pemberdayaan masyarakat sebagai sebuah strategi, sekarang telah banyak diterima, bahkan telah berkembang dalam berbagai literatur di dunia barat. Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Pembangunan Sosial di Kopenhagen tahun 1992 juga telah memuatnya dalam berbagai kesepakatannya. Namun, upaya mewujudkannya dalam praktik pembangunan tidak selalu berjalan mulus.

Banyak pemikir dan praktisi yang belum memahami dan mungkin tidak meyakini bahwa konsep pemberdayaan merupakan alternatif pemecahan terhadap dilema-dilema pembangunan yang dihadapi. Mereka yang berpegang pada teori-teori pembangunan model lama juga tidak mudah untuk menyesuaikan diri dengan pandangan-pandangan dan tuntutan-tuntutan keadilan. Mereka yang tidak nyaman terhadap konsep partisipasi dan demokrasi dalam pembangunan tidak akan merasa tenteram dengan konsep pemberdayaan ini. Lebih lanjut, disadari pula adanya berbagai bias terhadap pemberdayaan masyarakat sebagai suatu paradigma baru pembangunan. Pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan

ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat "partisipasi (*participatory*), pemberdayaan (*empowering*), dan berkelanjutan (*sustainable*)" (Chambers, 1995 dalam Kartasasmita, 1996).

Konsep ini lebih luas dari hanya semata-mata memenuhi kebutuhan dasar (*basic needs*) atau menyediakan mekanisme untuk mencegah proses pemiskinan lebih lanjut (*safety net*), yang pemikirannya belakangan ini banyak dikembangkan sebagai upaya mencari alternatif terhadap konsep-konsep pertumbuhan dimasa yang lalu.

Lahirnya konsep pemberdayaan sebagai antitesa terhadap model pembangunan yang kurang memihak pada rakyat mayoritas. Konsep ini dibangun dari kerangka logik sebagai berikut: (1) bahwa proses pemusatan kekuasaan terbangun dari pemusatan kekuasaan faktor produksi; (2) pemusatan kekuasaan faktor produksi akan melahirkan masyarakat pekerja dan masyarakat pengusaha pinggiran; (3) kekuasaan akan membangun bangunan atas atau sistem pengetahuan, sistem politik, sistem hukum dan sistem ideologi yang manipulatif untuk memperkuat legitimasi; dan (4) pelaksanaan sistem pengetahuan, sistem politik, sistem hukum, dan ideologi secara sistematis akan menciptakan dua kelompok masyarakat, yaitu masyarakat berdaya dan masyarakat tunadaya (Priyono dan Pranarka, 1996). Akhirnya yang terjadi ialah dikotomi, yaitu masyarakat yang berkuasa dan manusia yang dikuasai. Untuk membebaskan situasi menguasai dan dikuasai, maka harus dilakukan pembebasan melalui proses pemberdayaan bagi yang lemah (*empowerment of the powerless*).

Alur pikir di atas sejalan dengan terminologi pemberdayaan itu sendiri atau yang dikenal dengan istilah *empowerment* yang berawal dari kata daya (*power*). Daya dalam arti kekuatan yang berasal dari dalam tetapi dapat diperkuat dengan

unsur-unsur penguatan yang diserap dari luar. Ia merupakan sebuah konsep untuk memotong lingkaran setan yang menghubungkan *power* dengan pembagian kesejahteraan. Keterbelakangan dan kemiskinan yang muncul dalam proses pembangunan disebabkan oleh ketidakseimbangan dalam pemilikan atau akses pada sumber-sumber *power*. Proses historis yang panjang menyebabkan terjadinya *power dis-powerment*, yakni peniadaan *power* pada sebagian besar masyarakat, akibatnya masyarakat tidak memiliki akses yang memadai terhadap akses produktif yang umumnya dikuasai oleh mereka yang memiliki *power*. Pada gilirannya keterbelakangan secara ekonomi menyebabkan mereka makin jauh dari kekuasaan. Begitulah lingkaran setan itu berputar terus. Oleh karena itu, pemberdayaan bertujuan dua arah. Pertama, melepaskan belenggu kemiskinan, dan keterbelakangan. Kedua, memperkuat posisi lapisan masyarakat dalam struktur ekonomi dan kekuasaan.

Secara konseptual, pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan kata lain memberdayakan adalah memampukan dan memandirikan masyarakat.

Menurut Prijono dan Pranarka (1996), dalam konsep pemberdayaan, manusia adalah subyek dari dirinya sendiri. Proses pemberdayaan yang menekankan pada proses memberikan kemampuan kepada masyarakat agar menjadi berdaya, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan pilihan hidupnya. Lebih lanjut dikatakan bahwa pemberdayaan harus ditujukan pada kelompok atau lapisan masyarakat yang tertinggal.

Menurut Sumodiningrat (1999), bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk memandirikan masyarakat lewat perwujudan potensi kemampuan yang mereka miliki. Adapun pemberdayaan masyarakat senantiasa menyangkut dua kelompok yang saling terkait, yaitu masyarakat sebagai pihak yang diberdayakan dan pihak yang menaruh kepedulian sebagai pihak yang memberdayakan.

Mubyarto (1998) menekankan bahwa terkait erat dengan pemberdayaan ekonomi rakyat. Dalam proses pemberdayaan masyarakat diarahkan pada pengembangan sumberdaya manusia (di pedesaan), penciptaan peluang berusaha yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat menentukan jenis usaha, kondisi wilayah yang pada gilirannya dapat menciptakan lembaga dan sistem pelayanan dari, oleh dan untuk masyarakat setempat. Upaya pemberdayaan masyarakat ini kemudian pada pemberdayaan ekonomi rakyat.

Keberdayaan dalam konteks masyarakat adalah kemampuan individu yang bersenyawa dalam masyarakat dan membangun keberdayaan masyarakat yang bersangkutan. Suatu masyarakat yang sebagian besar anggotanya sehat fisik dan mental, terdidik dan kuat, tentunya memiliki keberdayaan yang tinggi.

Keberdayaan masyarakat merupakan unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan, dan dalam pengertian yang dinamis mengembangkan diri dan mencapai kemajuan. Keberdayaan masyarakat itu sendiri menjadi sumber dari apa yang di dalam wawasan politik disebut sebagai ketahanan nasional. Artinya bahwa apabila masyarakat memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi, maka hal tersebut merupakan bagian dari ketahanan ekonomi nasional.

Menurut Jalal (Presentasi internal PT Vale, Makassar, 11 Januari 2013) ada beberapa faktor mengapa perusahaan melakukan upaya pemberdayaan masyarakat, antara lain:

1. Kelompok masyarakat rentan biasanya paling menderita dalam berhadapan dengan dampak negatif operasi perusahaan.
2. Kelompok masyarakat rentan biasanya memiliki akses paling kecil terhadap dampak positif operasi perusahaan.
3. Kombinasi kedua hal tersebut mengakibatkan kelompok masyarakat rentan mudah menjadi "sumber masalah" bagi perusahaan—misalnya kalau disulut kemarahannya oleh pihak tertentu.
4. Karenanya pengembangan masyarakat penting sebagai cara untuk mendapatkan *social license to operate*, juga sebagai *risk management*.

Ada pun kategori kelompok masyarakat rentan (Jalal, Lingkar Studi+ CSR, 2013):

1. Struktural: kaum miskin, pengangguran, perempuan, orang tua, anak-anak.
2. Kultural: masyarakat adat, pemeluk agama minoritas, gay/lesbian.
3. Personal: berpendidikan rendah, sedang mengalami masalah kesehatan, orang cacat, sedang menderita karena bencana, sedang mengalami musibah pribadi/keluarga

Dalam kerangka pikir inilah upaya memberdayakan masyarakat pertama-tama haruslah dimulai dengan menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, bahwa tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya, karena kalau demikian akan punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu sendiri, dengan *mendorong*, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.

Selanjutnya, upaya tersebut diikuti dengan memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. Dalam konteks ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana yang kondusif. Perkuatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses kepada berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi makin berdaya (Kartasasmita, 1996).

Dengan demikian, pemberdayaan bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat, tetapi juga pranata-pranatanya. Menanamkan nilai-nilai budaya modern seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, kebertanggungjawaban dan lain-lain yang merupakan bagian pokok dari upaya pemberdayaan itu sendiri.

Menurut Jalal (Jalal, A+ CSR, Lingkar Studi, 2013), pengembangan masyarakat atau *community development* (CD) adalah upaya sistematis untuk meningkatkan kemandirian kelompok masyarakat rentan (*vulnerable groups*) dengan gabungan sumberdaya yang mereka miliki maupun sumberdaya dari luar.

### 2.1.3. Kesejahteraan Masyarakat

Sen, (2002: 8) mengatakan bahwa *welfare economics* merupakan suatu proses rasional ke arah melepaskan masyarakat dari hambatan untuk memperoleh kemajuan. Kesejahteraan sosial dapat diukur dari ukuran-ukuran seperti tingkat kehidupan (*levels of living*), pemenuhan kebutuhan pokok (*basic needs fulfillment*), kualitas hidup (*quality of life*) dan pembangunan manusia (*human development*). Selanjutnya Sen, (1992: 39-45) lebih memilih *capability approach* didalam menentukan standard hidup. Sen mengatakan: *the freedom or ability to achieve desirable "functionings" is more importance than actual outcomes*.

Nicholson (1992:177), mengemukakan prinsipnya mengenai kesejahteraan sosial: yaitu keadaan kesejahteraan sosial maksimum tercapai bila tidak ada seorangpun yang dirugikan.

Sementara itu Bornstein dalam Swasono, mengajukan "*performance criteria*" untuk *social welfare* dengan batasan-batasan yang meliputi: *output, growth, efficiency, stability, security, inequality, dan freedom*, yang harus dikaitkan dengan suatu *social preference*. (Swasono 2004). Sedangkan Etzioni (1999), mengatakan bahwa *privacy is a societal licence*, yang artinya *privacy* orang-perorangan adalah suatu *mandated privacy* dari masyarakat, dalam arti *privacy* terikat oleh kaidah sosial. Dengan demikian kedudukan individu adalah sebagai makhluk sosial yang harus ditonjolkan dalam ilmu ekonomi utamanya dalam pembangunan ekonomi yang bertujuan menuju kesejahteraan masyarakat.

Kesejahteraan masyarakat adalah salah satu pendekatan yang harus menjadi prinsip utama bagi seluruh unit-unit pemerintahan maupun pihak korporasi dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam memberikan pelayanan sosial (Ambaddar, 2008 dalam Maulana, 2009). Kesejahteraan masyarakat menurut Giarci (2001) dalam Subejo dan Supriyanto (2004) adalah suatu hal yang memiliki pusat perhatian dalam membantu masyarakat pada berbagai tingkatan umur untuk tumbuh dan berkembang melalui berbagai fasilitas dan dukungan agar mereka mampu memutuskan, merencanakan dan mengambil tindakan untuk mengelola dan mengembangkan lingkungan fisiknya serta kesejahteraan sosial.

Kesejahteraan masyarakat akan mendorong peningkatan daya beli, sehingga memperkuat daya serap pasar terhadap output perusahaan. Sedangkan kelestarian faktor-faktor produksi serta kelancaran proses produksi yang terjaga akan meningkatkan efisiensi proses produksi. Dua faktor tersebut akan meningkatkan potensi peningkatan laba perusahaan, dan dengan sendirinya

meningkatkan kemampuan perusahaan mengalokasikan sebagian dari keuntungan untuk membiayai berbagai aktifitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) di tahun-tahun berikutnya (Hertanto, 2008).

Namun, Zandvliet dan Anderson (2009) menyebutkan, tidak ada korelasi dan terkadang bahkan menegasikan korelasi antara jumlah uang yang dikeluarkan untuk proyek masyarakat dengan kualitas hubungan dengan komunitas lokal.

#### 2.1.4. Citra Perusahaan

Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktifitas. Setiap perusahaan mempunyai citra. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, masyarakat sekitar, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.

Jefkins (2003) menyebutkan beberapa jenis citra (*image*). Berikut ini lima jenis citra yang dikemukakan, yakni:

1. Citra bayangan (*mirror image*). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.
2. Citra yang berlaku (*current image*). Adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
3. Citra yang diharapkan (*wish image*). Adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.

4. Citra perusahaan (*corporate image*). Adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
5. Citra majemuk (*multiple image*). Banyaknya jumlah pegawai (*individu*), cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan.

Citra perusahaan (*corporate image*) dalam wikipedia merupakan kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya. Penilaian tertentu terhadap citra perusahaan oleh publiknya bisa berbentuk citra baik, sedang, dan buruk.

Dengan adanya citra baik/positif, maka perusahaan akan lebih mudah memperoleh kepercayaan dari tiap-tiap komponen masyarakat. Perlu dilakukan beberapa langkah strategis guna mendapatkan citra yang positif ini, diantaranya komitmen antara pimpinan dan bawahan untuk mewujudkan setiap tanggung jawab sosial perusahaan dalam setiap kegiatan bisnisnya.

Karakteristik citra perusahaan menurut Napoles (20-21), sebagai berikut:

1. *Strong emotional sense*, kekuatan respon masyarakat
2. *Apperance of power*, pelanggan akan loyal terhadap perusahaan yang stabil
3. *Sense of experience, confidence, and tradition*, dengan *image* yang baik dan mantap, apapun yang dilakukan perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari masyarakat
4. *Slow process*, suatu proses yang panjang dan waktu yang lama.

Faktor-faktor yang mempengaruhi citra perusahaan, menurut Wikipedia ada lima, yaitu:

1. Orientasi terhadap manfaat yang telah diberikan atau diterima, dan sebagaimana diinginkan oleh kelompok khalayak targetnya.
2. Manfaat yang ditampilkan melalui kualitas atau kuantitas pelayanan cukup realistis dan mengesankan bagi khalayak targetnya.
3. Citra yang baik tersebut telah dipresentasikan berdasarkan kemampuan perusahaan, kebanggaan, nilai-nilai kepercayaan, kejujuran, dan mudah dimengerti oleh publik sebagai khalayak target.
4. Citra yang baik muncul dari akibat penilaian atau tanggapan publik terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi, dan reputasi perusahaan selama melakukan berbagai kegiatannya.
5. Citra baik perusahaan lainnya yang dapat timbul dari aspek yang menampilkan keseriusannya dalam tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih peduli pada kelestarian lingkungan hidup, menggunakan teknologi ramah lingkungan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

Dengan demikian maka program tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi citra perusahaan. Keuntungan yang didapat dari program tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan dengan citra yaitu:

1. Peningkatan profitabilitas bagi perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik.
2. Menurunkan risiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar,
3. Mampu meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai *social marketing* bagi perusahaan tersebut yang juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan (*corporate image building*).

Kegiatan program tanggung jawab sosial perusahaan yang diarahkan memperbaiki konteks korporat inilah yang memungkinkan *alignment* antara manfaat

sosial dan bisnis yang muaranya untuk meraih keuntungan materi dan sosial dalam jangka panjang.

Dalam dunia pemasaran, pembentukan citra perusahaan yang positif akan sangat membantu perusahaan dalam kegiatan pemasarannya, karena dalam kondisi persaingan yang sangat ketat maka setiap perusahaan akan berusaha menempatkan dirinya sebaik mungkin di mata konsumen agar dapat dipercaya untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Kotler (2003:326) bahwa citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Bloemer et al (2002:687) menyatakan citra mempengaruhi kepuasan, kepuasan mempengaruhi kepercayaan.

Citra perusahaan digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi (Barich dan Kotler 1991, dalam Nguyen dan Leblanc, 2002:243). Citra perusahaan berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi, dan kesan pada kualitas yang dikomunikasikan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien organisasi (Nguyen dan Leblanc, 2002:243).

Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Menurut Keller (1993) seperti yang dikutip oleh Adreassen bahwa pada tingkat perusahaan, citra dapat didefinisikan sebagai persepsi suatu organisasi yang tercermin berupa asosiasi dalam ingatan konsumen. Citra perusahaan ditentukan oleh bagaimana interpretasi tentang identitas perusahaan, yang membentuk keseluruhan kesan atau persepsi dalam pikiran konsumen (Thomas dan Hill, 1999:376). Lebih lanjut Belanger et. al (2002:218) menyatakan bahwa citra organisasi merupakan hasil tanggapan pribadi seorang individu terhadap suatu organisasi.

Respon muncul akibat interaksi baik yang direncanakan atau tidak, dipengaruhi atau tidak, melalui perantara atau interpersonal. Citra masyarakat

terhadap suatu organisasi, seringkali merupakan hasil interaksi masyarakat dengan anggota organisasi.

Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan, hubungan bisnis yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, turut memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset dan sebagainya (Jefkin, 1992:62). Andreassen dan Lindestad (1998:15) menyatakan citra perusahaan dapat diidentifikasi sebagai suatu faktor untuk mengevaluasi jasa dan perusahaan secara keseluruhan.

Citra perusahaan mempunyai beberapa makna, ada perusahaan yang dinilai baik, biasa saja, dan ada yang dinilai kurang baik bahkan tidak baik. Itu semua merupakan hasil dari usaha perusahaan tersebut dalam memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggannya (Hanif, tanpa tahun). Citra perusahaan mempunyai dua komponen yang prinsip yaitu fungsional dan emosional. Komponen fungsional berhubungan karakteristik yang berwujud, yang mana dengan mudah diukur, sedangkan komponen emosional diasosiasikan dengan dimensi psikologi yang mana dihubungkan dengan perasaan dan sikap terhadap suatu organisasi (Nguyen dan Leblanc, 2002:243).

Menurut Alma (2005:375), citra tidak dapat dicetak seperti membuat barang di pabrik, akan tetapi citra adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sesuatu. Citra terbentuk dari bagaimana perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya, yang mempunyai landasan utama pada segi layanan.

Setiap orang bisa melihat citra perusahaan berbeda-beda, tergantung pada persepsinya terhadap perusahaan tersebut, atau sebaliknya masyarakat menilai sama (*public opinion*). Menurut Andreassen dan Lindestad (1998:16) citra

perusahaan adalah evaluasi secara keseluruhan terhadap perusahaan dan diukur dengan menggunakan 3 indikator yaitu, (1) pendapat keseluruhan mengenai perusahaan, (2) pendapat mengenai kontribusi perusahaan untuk masyarakat, dan (3) kesukaan terhadap perusahaan.

Berbagai penelitian telah menjadikan citra perusahaan sebagai indikator dari kinerja sosial suatu perusahaan (Riordan, 1997:401). Turban dan Greening (1995:658) mendefinisikan kinerja sosial perusahaan sebagai, "*a construct that emphasizes a company's responsibilities to multiple stakeholders, such as employees and the community at large, in addition to its traditional responsibilities to economic shareholders*". Kinerja sosial perusahaan telah memperoleh perhatian dari para peneliti sebagai ukuran alternatif terhadap kinerja perusahaan, disamping ukuran yang tradisional seperti kinerja keuangan.

Menurut Leblanc dan Nguyen (1996) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi citra perusahaan jasa adalah identitas perusahaan, reputasi, tanda-tanda yang *tangible, contact personnel*, dan tingkatan jasa.

## 2.2. Hubungan Antar Variabel

### 2.2.1. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Implementasi *corporate social responsibility* yang terdiri dari: Pendidikan, Kesehatan, UMKM, Pertanian, Prasarana dan Sosial Budaya berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat. Teori pembangunan berkelanjutan menurut Hegley sebagaimana dikutip Sugandy dan Hakim (2007) mengatakan bahwa pembangunan berkelanjutan berorientasi untuk pertumbuhan yang mendukung secara nyata tujuan lingkungan, sosial dan ekonomi. Selain itu pembangunan berkelanjutan memperhatikan batas-batas lingkungan dalam konsumsi materi dan memperkuat

pembangunan kualitatif pada tingkat masyarakat dan individu dengan distribusi yang adil, serta perlunya campur tangan pemerintah, dukungan dan kerjasama dunia usaha dalam upaya konservasi dan pemanfaatan yang berbasis sumber daya.

Dalam Laporan The World Commission on Environment and Development (WCED, 1987) disebutkan bahwa pembangunan yang memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Serageldin (1996) menyatakan bahwa jumlah total kapital-sosial, ekonomi, lingkungan, budaya, politik, personal yang ditransfer dari satu generasi ke generasi berikutnya minimal sama.

Dengan demikian, peneliti memakai teori pembangunan berkelanjutan menurut Hegley sebagaimana dikutip Sugandy dan Hakim (2007) untuk pengaruh implementasi *corporate social responsibility* terhadap pemberdayaan masyarakat.

#### **2.2.2. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility terhadap Kesejahteraan Masyarakat**

Implementasi program *corporate social responsibility* merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat. Menurut Budimanta et al. (2008) dalam Mapisangka, 2009 bahwa *corporate social responsibility* pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka *sustainability* yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholder*, dan penanaman modal), maupun eksternal (kelembagaan, pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil, dan perusahaan lain). Program *corporate social responsibility* yang berlangsung secara rutin dan terjadwal diharapkan dapat memberikan respon positif dan perusahaan memperoleh



pengakuan bahwa perusahaan memiliki nilai sosial yang berkontribusi positif bagi masyarakat dan *stakeholder*. Dengan demikian, peneliti memakai teori dari Budimanta et al. (2008) dalam Mapisangka, (2009) untuk pengaruh implementasi *corporate social responsibility* terhadap kesejahteraan masyarakat.

### **2.2.3. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan**

Implementasi *Corporate Social Responsibility* yang terdiri dari: Pendidikan, Kesehatan, UMKM, Pertanian, Prasarana dan Sosial Budaya berpengaruh terhadap citra perusahaan. Menurut Kotler dan Lee (2005), *corporate social responsibility* yang diterapkan secara tepat, baik di bidang ekonomi, sosial maupun lingkungan, akan dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, salah satunya adalah mampu meningkatkan citra perusahaan. Sedangkan menurut *Corporate Forum for Community Development (CFCD)* dalam Ambadar (2007), CSR sangat penting, tidak hanya di masyarakat melainkan juga perusahaan itu sendiri. *Corporate social responsibility* dapat mencegah dampak sosial lebih buruk, baik langsung atau tidak langsung atas kelangsungan usaha, karena gesekan dengan komunitas sekitar. *Corporate social responsibility* juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan keharusan bagi perusahaan bila ingin terus maju dan berkembang. Dengan demikian, peneliti memakai teori dari Kotler dan Lee (2005) untuk pengaruh implementasi *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan.

### **2.2.4. Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat terhadap Citra Perusahaan**

Pemberdayaan masyarakat berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat. Kartasasmita (1996) berpendapat bahwa memberdayakan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat Indonesia yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari

perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan kata lain, memberdayakan adalah memampukan dan memandirikan masyarakat dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Selain itu Kartasasmita (1996) berpendapat bahwa dalam memberdayakan masyarakat, bahwa salah satu yang dapat dilakukan adalah memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Tindakan ini merupakan suatu tindakan lanjutan setelah adanya penciptakan iklim dan suasana untuk berkembang. Strategi ini dilakukan dengan adanya penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses kepada berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi berdaya. Dalam rangka pemberdayaan ini, upaya yang dapat dilakukan adalah pembangunan sarana dan prasarana dasar, seperti sekolah, fasilitas pelayanan kesehatan, listrik, dan jalan guna meningkatkan taraf pendidikan dan derajat kesehatan serta akses kepada sumber-sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja, dan pasar.

Pemberdayaan masyarakat berpengaruh terhadap citra perusahaan A.B. Susanto (2009), mengungkapkan bahwa kompetensi perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, diharapkan mampu memberikan manfaat yang besar dan menguntungkan, manfaat pertama implementasi kegiatan *corporate social responsibility* dapat berupa pengurangan risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Manfaat kedua implementasi *corporate social responsibility*, berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis, adanya keterlibatan dan kebanggaan karyawan secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya, serta adanya konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Dengan

adanya manfaat inilah, kegiatan *corporate social responsibility* dinilai mampu mendongkrak citra perusahaan yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan. Dengan demikian, peneliti memakai teori dari A.B. Susanto (2009) untuk pengaruh pemberdayaan masyarakat terhadap citra perusahaan.

#### 2.2.5. Pengaruh Kesejahteraan Masyarakat terhadap Citra Perusahaan

Kesejahteraan masyarakat berpengaruh terhadap citra perusahaan. Menurut Susanto (2007) perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yakni *profit*, lingkungan, dan masyarakat. Dalam kaitannya dengan fungsi *corporate social responsibility*, ketiga hal tersebut merupakan satu kesatuan aktifitas perusahaan yang dapat dilakukan secara simultan sesuai dengan kondisi sosio-kemasyarakatan yang berkembang. Dengan menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungannya saja, akan tetapi juga dapat memberikan kontribusinya yang arif dan bijaksana dalam peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di sekitar perusahaan.

Secara ekonomi, filosofi *profit maximizing* perusahaan tidak akan tercapai manakala produk yang dijual di pasar tidak laku. Dalam hal ini peran konsumen sebagai bagian dari komunitas masyarakat sangat penting dalam menunjang keberlangsungan perusahaan. Pada sisi lain juga dapat dijelaskan bahwa, keberadaan perusahaan di suatu lingkungan masyarakat akan terasa nyaman dan tenang dalam kegiatan operasionalnya manakala masyarakat sekitar perusahaan bersifat kooperatif dengan perusahaan. Oleh karena itulah peranan *corporate social responsibility* perusahaan sangat penting manakala perusahaan masih tetap ingin menjalankan fungsi bisnisnya (Mapisangka, 2009). Dengan demikian, peneliti

memakai teori dari Susanto (2007) untuk pengaruh kesejahteraan masyarakat terhadap citra perusahaan.

Dari semua teori yang telah dikemukakan di atas, jelaslah posisi penulis berdasar pada teori legitimasi (*legitimacy theory*) yaitu eksistensi perusahaan yang berada ditengah masyarakat, perusahaan memiliki tanggungjawab untuk menjaga *congruences* antara keberadaan perusahaan terhadap pengharapan masyarakat (Deegan, 2002).

Terjadinya *legitimacy gap* ketika terdapat *incongruence* antara keberadaan perusahaan dengan pengharapan *stakeholders*, pada saat itu dapat memunculkan reaksi (protes) masyarakat terhadap perusahaan (Deegan, 2002). Belkoui dan Karpik (1989) menyatakan bahwa *legitimacy gap* memunculkan reaksi *stakeholders* yang dapat mengganggu stabilitas dan *going concern* perusahaan. Untuk mengurangi *legitimacy gap* tersebut perusahaan dapat meningkatkan *pareto optimal* yaitu dengan melakukan *social contract* berupa peningkatan *social responsibility* (SR).

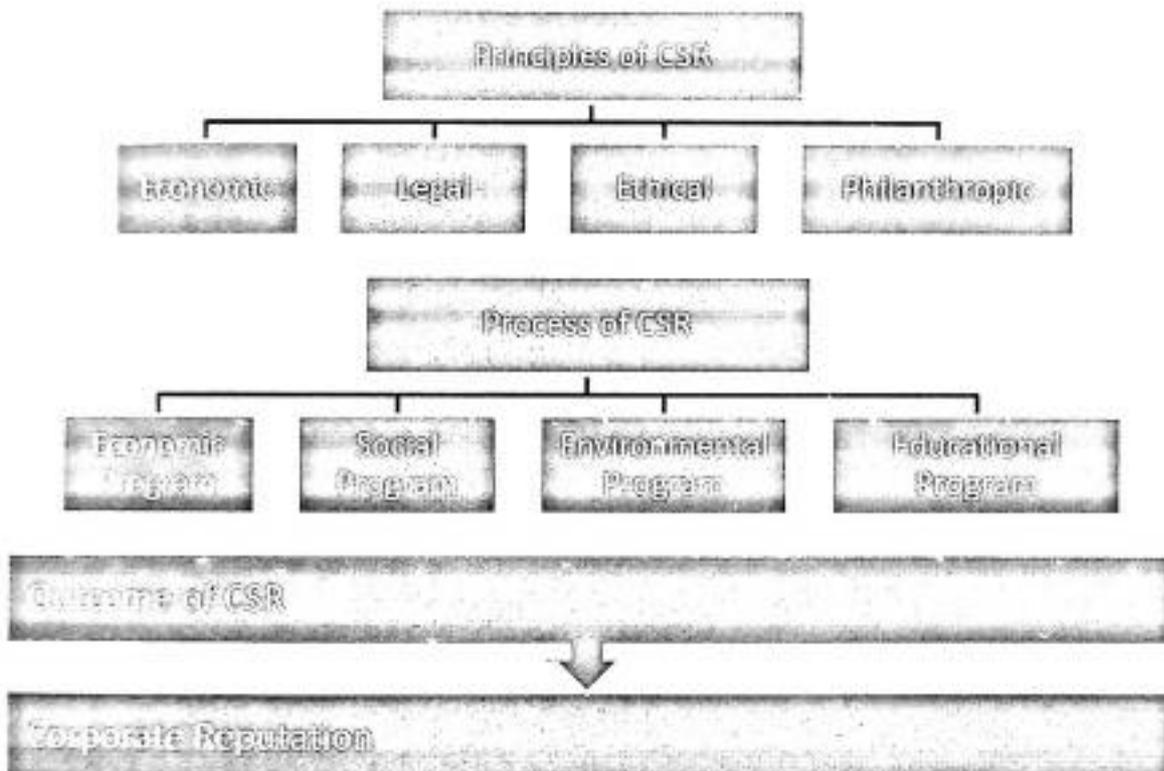
Legitimasi dianggap sebagai cara untuk mempertahankan keberlangsungan hidup suatu organisasi yang dicapai melalui tindakan organisasi yang sesuai aturan dan dapat diterima secara luas oleh masyarakat (O'Donovan 2002). *Legitimacy theory* mendasari konsep CSR yang dikemukakan oleh Elkington (1997), yang terkenal dengan konsep *Triple Bottom Line*. Elkington mengembangkan konsep ini dengan istilah *economic prosperity*, *environmental quality*, dan *social justice* (Wibisono, 2007). Konsep ini menyatakan bahwa jika perusahaan ingin berkelanjutan maka perlu memperhatikan "3P (*Profit*, *People* dan *Planet*)"; selain mengejar profit, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut aktif berkontribusi positif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep ini merupakan konsep

lanjutan dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggung jawab baik kepada *shareholder* (pemilik perusahaan) maupun *stakeholder* (publik pemangku kepentingan) - (Hadi, 2011).

1. *Profit* merupakan suatu orientasi utama perusahaan dan bentuk tanggung jawab perusahaan, bahkan menjadi *mainstream* ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan.
2. *People* merupakan lingkungan masyarakat (*community*) di mana perusahaan berada. Mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. *Community* memiliki interaksi kuat dalam kerangka menciptakan nilai bagi perusahaan.
3. *Planet* merupakan lingkungan fisik (sumber daya fisik) yang memiliki signifikansi terhadap keberadaan perusahaan dan menjadi tempat untuk menopang hidup perusahaan. (Ardianto dan Dindin, 2011).

Dari berbagai literatur, termasuk dalam konsep Elkington, pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat ada dalam dimensi *people* yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Dalam konsep kerangka pikir hubungan CSR dengan citra perusahaan sebagai dampak dari implementasi CSR (Lee et al (2009) dalam Grant (2010)) tergambaran prinsip-prinsip CSR hingga keterhubungan antara proses implementasi CSR yang terdiri dari berbagai program (ekonomi, sosial, lingkungan dan pendidikan) dengan citra perusahaan atau lembaga melalui *outcomes* dari program (ekonomi, sosial, lingkungan, dan pendidikan).

Berikut ini ditampilkan gambar tentang Konsep Kerangka Pikir Hubungan CSR dengan Citra Perusahaan sebagai Dampak dari Implementasi CSR di bidang Ekonomi, Sosial, Lingkungan, dan Pendidikan (Lee et al, 2009 dalam Grant 2010).



Sumber: Lee et al, 2009

**Gambar 2.1** Konsep Kerangka Pikir Hubungan CSR dengan Citra Perusahaan sebagai Dampak dari Implementasi CSR di bidang Ekonomi, Sosial, Lingkungan, dan Pendidikan

Dalam perspektif Carrol, 2006 (dalam Handayani 2012), ada keterhubungan CSR dengan pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat terkait perusahaan yang dituntut meminimalisir *externalitas negative* sekaligus juga perusahaan memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat melalui program CSR. Okoye (2009) menjabarkan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan,

meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Menurut Carrol, 2006 (dalam Handayani, 2012) yang dimaksud dengan CSR adalah kegiatan perusahaan yang mempertimbangkan dampak terhadap lingkungan dan masyarakat secara serius. Menurut Carrol, suatu perusahaan melakukan CSR berdasarkan 4 jenis motif tanggung jawab sosial, yaitu: tanggung jawab ekonomi (*economic responsibilities*), tanggung jawab hukum (*legal responsibilities*), tanggung jawab etik (*ethical responsibilities*) dan tanggung jawab filantropis (*philanthropic responsibilities*). Konsep ini dikenal dengan teori Piramida CSR.

Variabel pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat masuk antara lain dalam kategori tanggung jawab filantropis dalam teori piramida CSR itu. Dijelaskan oleh Caroll (1999), *philanthropic responsibilities*, yaitu perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham tetapi juga kepada masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya berupa pemberian sejumlah fasilitas dan dana, namun juga untuk memupuk kemandirian masyarakat sekitar melalui perbaikan secara mikro dan makro sosial terhadap masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan merupakan pihak yang memperoleh keuntungan dari adanya pemanfaatan terhadap suatu sumber daya, sedangkan masyarakat merupakan pihak yang menanggung akibat negatif yang akan timbul dari pemanfaatan sumber daya tersebut.

Oleh karena itu, perusahaan harus mengembalikan sebagian keuntungan yang diperolehnya untuk kesejahteraan masyarakat, perbaikan kerusakan yang ditimbulkan, dan lain-lain sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan atas akibat dari adanya operasi perusahaan.

Peneliti mengadaptasi dan mengembangkan kerangka konseptual Lee et all

(Grant, 2010), dengan literatur terkait pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan masyarakat, dan citra perusahaan, sebagai landasan kerangka pikir implementasi CSR terhadap pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan masyarakat, dan citra perusahaan PT Vale. Kerangka pikir yang dibangun yaitu proses implementasi CSR yang terdiri dari pendidikan, kesehatan, dan sosial ekonomi (variabel CSR) berpengaruh terhadap variabel pemberdayaan masyarakat dan variabel kesejahteraan masyarakat sebagai *outcomes* program-program tersebut yang kemudian mempengaruhi citra perusahaan. Dengan kata lain, implementasi CSR dapat meningkatkan citra perusahaan secara tidak langsung melalui pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat.

Secara teoritik, pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni bersifat "partisipasi (*participatory*), pemberdayaan (*empowering*), dan berkelanjutan (*sustainable*)" (Chambers, 1995 dalam Kartasmita, 1996). Secara konseptual, pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Menurut Mubyarto (1998), menekankan pemberdayaan pada terkait erat dengan pemberdayaan ekonomi rakyat. Dalam proses pemberdayaan masyarakat diarahkan pada pengembangan sumber daya manusia (di pedesaan), penciptaan peluang berusaha yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Hal ini sejalan dengan tujuan CSR.

Variabel kesejahteraan masyarakat terkait *welfare economics*. Sen, (2002; 8) mengatakan bahwa *welfare economics* merupakan suatu proses rasional ke arah melepaskan masyarakat dari hambatan untuk memperoleh kemajuan. Kesejahteraan masyarakat menurut Giarci ((2001) dalam Subejo dan Supriyanto

(2004) adalah suatu hal yang memiliki pusat perhatian dalam membantu masyarakat pada berbagai tingkatan umur untuk tumbuh dan berkembang melalui berbagai fasilitas dan dukungan agar mereka mampu memutuskan, merencanakan, dan mengambil tindakan untuk mengelola dan mengembangkan lingkungan fisiknya serta kesejahteraan sosial.

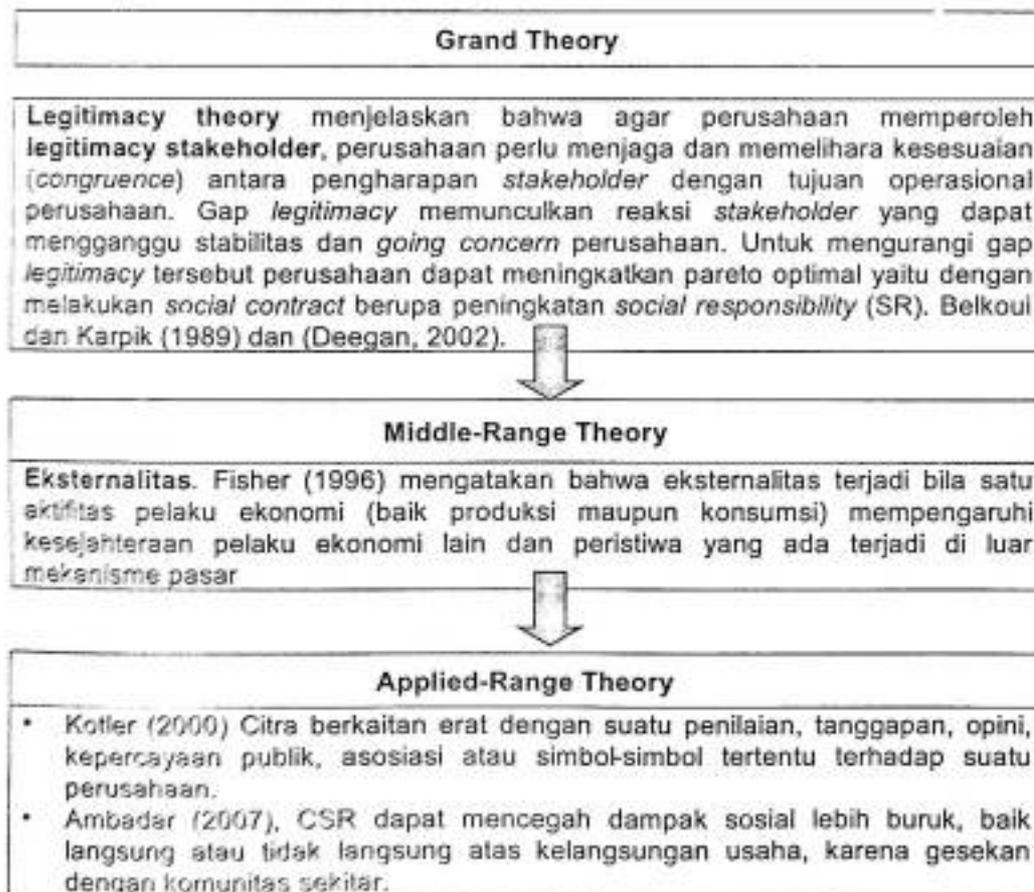
Variabel citra perusahaan terkait dampak dari implementasi CSR melalui pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat Wibisono 2007; dan Untung Budi Hendrik, 2008 menunjukkan bahwa manfaat bagi perusahaan yang menerapkan CSR dapat mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, sehingga perusahaan tersebut layak mendapatkan *social licence to operate*, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumberdaya, membentangkan akses menuju market, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan serta berpeluang mendapatkan penghargaan. Karena itu, peningkatan reputasi perusahaan dapat terwujud apabila perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan kepentingan seluruh pemangku kepentingannya (Dickinson et al. 2010)

Hasil riset oleh Roper Search Worldwide dalam Susanto (2007:5) menyebutkan sebanyak 75% responden memberikan nilai positif/baik bagi perusahaan yang memberikan kontribusi nyata kepada suatu komunitas masyarakat. Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktifitas. Citra perusahaan digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi (Barich dan Kotler 1991, dalam Nguyen dan Leblanc, 2002: 243)

Dapat dirangkum, secara teoritik, implementasi CSR meningkat maka akan dapat meningkatkan pula pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat. Kemudian pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat meningkat sebagai dampak implementasi tCSR tersebut dapat pula meningkatkan citra perusahaan. Dengan kata lain, implementasi CSR dapat meningkatkan citra perusahaan secara tidak langsung melalui pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat.

Secara lengkap penjelasan *grand theory* dijabarkan pada tabel berikut:

**Tabel 2.1 Penjelasan Grand Theory**



### 2.3. Tinjauan Empiris

Mapisangka, Andi (2009), mengkaji tentang dampak implementasi program CSR terhadap kesejahteraan hidup masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan analitik dengan pendekatan *cross sectional*. Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan kawasan industri PT. BIC, Batam, Kepulauan Riau. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini model estimasi terhadap pengaruh variabel CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap kesejahteraan masyarakat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut. (1). Penerapan program-program CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. BIC tersebar pada berbagai aktifitas utama seperti: pendidikan, kesehatan, kemiskinan, sosial, agama, infrastruktur, dan lingkungan hidup; (2) Variabel-variabel seperti *corporate social responsibility goal*, *corporate social issue*, dan *corporate relation program* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat; dan (3) Diantara variabel-variabel tersebut, variabel *corporate relation program* memiliki pengaruh yang paling besar dalam mempengaruhi peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di lingkungan kawasan industri Batamindo, Batam.

Yuniarti Wahyuningrum et al (2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur signifikansi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap peningkatan pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara *corporate social responsibility* terhadap pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan populasi yaitu jumlah penduduk di Desa Pacarkeling yaitu sebanyak 3.358 jiwa dan sampel penduduk sebanyak 97 orang dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis

statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi dan pengaruh secara simultan dan parsial. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara variabel sosial, ekonomi dan lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat. Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.

Dyah Ayu Setyaningrum (2011). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi CSR PT, Apac Inti Corpora terhadap kesejahteraan hidup masyarakat. Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian sebelumnya. Variabel Independen dari penelitian ini adalah variabel CSR yang meliputi *Corporate Social Responsibility Goal*, *Corporate Social Issue*, dan *Corporate Relation Program*. Variabel dependennya adalah kesejahteraan hidup masyarakat. Data yang digunakan adalah kuesioner yang disebar pada 100 responden dengan menggunakan pengukuran skala Likert. Metode pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan yaitu *corporate social responsibility goal*, *corporate social issue*, dan *corporate relation program* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat.

Unang Mul Khan dan Maulana Agung (2013), tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap dampak program CSR khususnya program kemitraan di lingkup propinsi, dalam hal ini adalah Propinsi Lampung. Berikut adalah beberapa tujuan penelitian yang akan dilakukan: (1). Untuk mengetahui sejauh manakah pengaruh program kemitraan BUMN khususnya PTPN VII dalam peningkatan kesejahteraan UMKM binaannya; (2). Untuk mengetahui upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan program kemitraan bagi UMKM; (3). Untuk lebih

menyebarkannya pelaksanaan pengelolaan program CSR/PKBL terutama di Propinsi Lampung. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kesejahteraan UMKM hanya menunjukkan korelasi dan signifikansi yang bermakna dengan variabel CSR *issue*. Sedangkan variabel CSR goal dan corporate relation program tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Secara simultan, hasil uji regresi linear berganda menunjukkan variabel CSR goal, CSR isu dan corporate relation program tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kesejahteraan UMKM. Dimana hanya variabel CSR isu yang secara parsial memberikan pengaruh pada kesejahteraan UMKM.

Yeni Yulianti (2013). Program (CSR) atau tanggung jawab sosial adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat, keberlanjutan pengembangan masyarakat, dan ekonomi lokal sehingga memberikan kontribusi juga terhadap keberlanjutan suatu perusahaan. Penelitian ini memberi gambaran tentang "Pengaruh Program CSR. PT. Pusri Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kelurahan 3 Ilir". Masalah penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh program CSR PT. Pusri terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat Kelurahan 3 Ilir. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh program CSR. PT. Pusri terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat Kelurahan 3 Ilir. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode penelitian survei dengan pendekatan deskriptif-komparatif. Variabel dalam penelitian ini adalah Pengaruh Program CSR PT. Pusri ( $X$ ) dan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat ( $Y$ ). Populasi penduduk Kelurahan 3 Ilir yang berjumlah 19878 orang. Penentuan sampel penelitian menggunakan teknik *proportioned stratified random sampling* sehingga didapatkan jumlah sampel 100 yang terdiri dari 55 responden laki-laki dan 45

responden perempuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh program CSR PT. Pusri terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat rendah.

Noviana Nurita (2013), Tujuan penelitian ialah untuk menganalisa hubungan dan pengaruh antara program CSR PT Bank Mandiri (Persero) Tbk terhadap persepsi kesejahteraan masyarakat Cilawu, Garut, Jawa Barat. Metodologi penelitian yang peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan riset kuantitatif eksplanatif dengan menyebarkan kepada 77 responden masyarakat Cilawu, Garut, Jawa Barat dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis korelasi, determinasi dan regresi. Peneliti juga mendapatkan informasi lainnya dari studi kepustakaan dari buku-buku yang ada untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Hasil yang dicapai menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan pengaruh yang positif dan signifikan antara program CSR PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk terhadap persepsi kesejahteraan masyarakat Cilawu, Garut, Jawa Barat. Simpulan akhir penelitian ini menunjukkan menunjukkan adanya hubungan dan pengaruh yang positif dan signifikan antara program *Corporate Social Responsibility* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk terhadap persepsi kesejahteraan masyarakat Cilawu, Garut, Jawa Barat. Sehingga dapat diketahui semakin tinggi program CSR maka akan semakin tinggi persepsi kesejahteraan masyarakat.

Anofrida Yenti (2013). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi sosial dan dimensi lingkungan terhadap citra PT. Semen Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Lubuk Kilangan yang merasakan dampak dari kegiatan CSR PT. Semen Padang. Pengambilan sampel adalah dengan teknik *proportional sampling*. Ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi

berganda. Sedangkan uji hipotesis menggunakan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi sosial dan dimensi lingkungan berpengaruh terhadap citra PT. Semen Padang. Dari kedua variabel yang diteliti, dimensi lingkungan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap citra PT. Semen Padang dibandingkan dengan dimensi sosial.

Indra Jatmiko (2011). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi program CSR Bank "X" serta melihat dimensi citra manakah yang paling berpengaruh dalam meningkatkan citra Bank "X" melalui kegiatan CSR dengan melihat dari respon nasabah Kota Bogor. Dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengambilan data, 35 orang responden terpilih untuk menjadi sampel penelitian. Hasilnya nanti dapat melihat faktor dimensi mana yang paling berpengaruh serta yang paling tidak berpengaruh terhadap peningkatan citra Bank "X". Hasil identifikasi program didapatkan bahwa program CSR Bank "X" termasuk dalam kategori aktifitas CSR *cause related marketing* (Mega Berbagi) dan *corporate philanthropy* (Mega Peduli). Benefit yang didapatkan dari kegiatan CSR dalam kategori tersebut adalah meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat bisnis, membantu penyelesaian masalah sosial lokal, menarik nasabah baru, meningkatkan penjualan produk, dan membangun identitas merk yang positif. Sedangkan berdasarkan hasil analisis faktor didapatkan bahwa dimensi *successful* memiliki pengaruh terbesar terhadap citra Bank "X" (90,4%) dan dimensi *dynamic* memiliki pengaruh terkecil (67,2%), adapun dimensi *business wise*, *character*, *cooperative* dan *withdrawn* masing-masing memiliki pengaruh sebesar 89,1 persen, 89 persen, 73,2 persen dan 70,4 persen.

Muhadjir dan Gita Fitri Qurani (2011). Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh CSR terhadap persepsi nasabah dan dampaknya pada *corporate image* Bank BNI. Jenis penelitian ini adalah deskriptif



asosiatif dengan unit analisis nasabah Bank BNI cabang Fatmawati dan analisis survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi pustaka dari penelitian terdahulu. Data diolah menggunakan program SPSS 16.0 melalui uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, analisis jalur, dan perbandingan rata-rata skor melalui analisis deskriptif. Hasil penelitian menyatakan bahwa CSR memberikan pengaruh terhadap *corporate image* secara langsung maupun tidak langsung melalui persepsi nasabah. Oleh karena itu, BNI diharapkan untuk terus mempertahankan konsep BNI Berbagi melalui program CSR mereka dan meningkatkan komunikasi publiknya, sehingga upaya penyampalan program CSR untuk mengubah persepsi nasabah menjadi positif berhasil.

M. Farid dan Kholid Murtadlo (2014), Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh, seberapa besar pengaruh, dan manakah yang berpengaruh signifikan secara parsial dan secara simultan Implementasi (CSR) (*community support*), variabel X2 (*environment*) dan variabel X3 (*product*) berpengaruh positif terhadap citra perusahaan (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis Logit. Analisis regresi logit merupakan salah satu metode regresi yang digunakan untuk mencari pengaruh antara variabel, di mana variabel terikat (Y) bersifat kategori (kualitatif). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dari variabel *community support* dan variabel *product* pada program *corporate social responsibility* secara signifikan dan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan dan variabel *environment* pada program CSR secara signifikan dan berpengaruh negatif terhadap citra perusahaan PT Tirta Investama Kebon candi Jeladri Winongan Pasuruan.

Mahrinasari Ms (2013). Model Citra Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Membangun Ekuitas Merek. Studi ini bertujuan mengembangkan dan menguji model citra TSP dalam membangun ekuitas merek, sebagai dukungan

empiris atas model yang diusulkan oleh Chahal dan Sharma (2006); Hoefler dan Keller (2002). Tujuan utama studi ini adalah untuk memeriksa kesetaraan efek antara efek dimensi TSP (tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab etis-legal, dan tanggung jawab filantropi) dari Carroll (1979,1991,1999) dengan efek komunikasi TSP dan kredibilitas perusahaan pada citra TSP. Tujuan studi lain, yaitu untuk menguji citra TSP sebagai peran pemediasi dalam efek dimensi aktivitas TSP dan komunikasi TSP pada ekuitas merek, menguji efek ekuitas merek pada preferensi merek dan niat beli yang dimediasi atau tanpa mediasi preferensi merek, dan untuk memeriksa efek preferensi merek pada niat beli. Data dari 564 responden digunakan, yang diperoleh dengan desain survei kuesioner melalui media *online* (dalam jaringan, disebut dengan *daring*) dan melalui media *offline* (luar jaringan, disebut *luring*). Responden merupakan calon konsumen individu yang mengetahui aktivitas TSP, belum pernah membeli produk atau jasa perusahaan pelaku TSP, dan pernah melihat aktivitas TSP dalam suatu media komunikasi. Teknik analisis SEM dengan pendekatan dua tahap digunakan untuk menguji model hubungan struktural antara konstruk-konstruk dalam model penelitian. Temuan utama studi ini, yaitu komunikasi TSP memiliki peran terbesar dalam membentuk pencitraan TSP positif, dibandingkan dimensi aktivitas TSP dan kredibilitas perusahaan, bahkan dimensi tanggung jawab ekonomi tidak memiliki efek signifikan pada citra TSP dan ekuitas merek. Temuan lain menunjukkan bahwa citra TSP berperan sebagai variabel pemediasi yang memberikan nilai estimasi efek komunikasi TSP pada ekuitas merek lebih besar dibandingkan dengan perannya dalam efek dimensi tanggung jawab etis-legal pada ekuitas merek. Hal ini menggambarkan bahwa komunikasi TSP sebagai alat strategis untuk mengeliminasi pemikiran skeptis atas aktivitas TSP, yang diwujudkan dalam pembentukan citra TSP positif, dan ini akan berdampak pada pembangunan nilai ekuitas merek yang kuat. Hasil uji efek ekuitas

merek pada preferensi merek dan niat beli dan juga preferensi merek pada niat beli menunjukkan efek positif signifikan. Temuan studi juga sekaligus membuktikan ada peran variabel pemediasi preferensi merek dalam efek ekuitas merek pada niat beli. Lebih lanjut, beberapa keterbatasan dan implikasi bagi keberlanjutan riset ke depan didiskusikan dalam temuan riset ini.

Tabel 2.2 Ringkasan Tinjauan Empiris

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel		Alat Analisis	Hasil Penelitian
			Dependen	Independen		
1.	Mapisangka, Andi (2009)	Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat	Kesejahteraan Hidup Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Corporate Social Responsibility Goal</li> <li>▪ Corporate Social Issues</li> <li>▪ Corporate Relation Program</li> </ul>	Analisis regresi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel-variabel seperti <i>corporate social responsibility goal, corporate social issue</i> dan <i>corporate relation program</i> secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat; dan</li> <li>- Diantara variabel-variabel tersebut, variabel <i>corporate relation program</i> memiliki pengaruh yang paling besar dalam mempengaruhi peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di lingkungan kawasan industri Batamindo, Batam</li> </ul>
2.	Yuniarti Wahyuningrum et al (2013)	Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pemberdayaan Masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sosial,</li> <li>▪ Ekonomi</li> <li>▪ Lingkungan</li> </ul>	Analisis regresi	<p>Terdapat pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara variabel sosial, ekonomi dan lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat. Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.</p>

3	Dyah Ayu Setyaningrum (2011)	Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat (Studi kasus pada PT. Apac Inti Corpora, Sawen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesejahteraan Hidup Masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corporate Social Responsibility Goal,</li> <li>• Corporate Social Issue</li> <li>• Corporate Relation Program</li> </ul>	Analisis regresi	<p>Semua variabel yang digunakan yaitu <i>Corporate Social Responsibility Goal</i>, <i>Corporate Social Issue</i>, dan <i>Corporate Relation Program</i> secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat.</p>
4	Unang Mulikhan dan Maulana Agung (2013)	Analisis Pelaksanaan Program Kemitraan BUMI Terhadap Kesejahteraan UMKM: Pendekatan Corporate Responsibility (SR) (Studi Kasus PTPN VII)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesejahteraan UMKM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corporate Social Responsibility Goal,</li> <li>• Corporate Social Issue</li> <li>• Corporate Relation Program</li> </ul>	Analisis regresi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial, kesejahteraan UMKM hanya menunjukkan korelasi dan signifikansi yang bermakna dengan variabel CSR issue. Sedangkan variabel CSR goal dan Corporate Relation program tidak memiliki pengaruh yang signifikan.</li> <li>- Secara simultan, hasil uji regresi linear berganda menunjukkan variabel CSR goal, CSR issue dan Corporate Relation Program tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kesejahteraan UMKM. Dimana hanya variabel CSR issue yang secara parsial memberikan pengaruh pada kesejahteraan UMKM.</li> </ul>
5	Yeni Yulianti (2013)	Pengaruh Program Corporate Social Responsibility PT. Pusri Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan 3 Ilir Palembang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesejahteraan Masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corporate Social Responsibility</li> </ul>	Analisis regresi	<p>Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Program CSR PT. Pusri dengan tingkat kesejahteraan masyarakat di Kelurahan 3 Ilir, ini disebabkan karena program CSR PT. Pusri tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, kurangnya persiapan program sehingga masyarakat sekitar kurang puas dengan kegiatan yang diselenggarakan dan hanya mementingkan keuntungan yang didapatkan</p>

<p>sehingga kegiatan yang diselenggarakan tidak memberikan manfaat bagi masyarakat kelurahan 3 ltr, disertai dengan prambangunan yang belum optimal yang disebabkan oleh beberapa hal, seperti aturan hukum yang kurang jelas merupakan faktor penyebab utama program CSR PT. Pusi belum banyak memberikan kontribusi optimal bagi kesejahteraan masyarakat sehingga perlu aturan lebih tegas dan sinkronisasi berbagai peraturan perundang-undangan untuk mengatur dan mengarahkan program ini agar dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat</p>								<p>6 Noviana Nurita (2013)</p>
<p>Simpulan akhir penelitian ini menunjukkan menunjukkan adanya hubungan dan pengaruh yang positif dan signifikan antara program Corporate Social Responsibility PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk terhadap Persepsi Kesejahteraan Masyarakat Cilawu, Garut, Jawa Barat. Sehingga dapat diketahui semakin tinggi program Corporate Social Responsibility maka akan semakin tinggi Persepsi kesejahteraan masyarakat.</p>	<p>Analisis regresi</p>	<p>Corporate Social Responsibility</p>	<p>Persepsi Kesejahteraan Masyarakat</p>	<p>Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Persepsi Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus: Program Mandiri Bersama PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Cilawu, Garut</p>				<p>7 Anofrida Yenti (2013)</p>
<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi sosial dan dimensi lingkungan berpengaruh terhadap citra PT. Semen Padang. Dari kedua variabel yang diteliti, dimensi lingkungan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap citra PT. Semen Padang dibandingkan dengan dimensi sosial.</p>	<p>Analisis regresi</p>	<p>Dimensi lingkungan Dimensi sosial</p>	<p>Citra Perusahaan</p>	<p>Pengaruh Penerapan Program Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan PT. Semen Padang (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Lubuk Kilangan Padang)</p>				

8	Indra Jatmiko (2011)	Kajian Citra Perusahaan Melalui Kegiatan Corporate Social Responsibility Pada Bank "X" Bogor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Citra Perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Corporate Social Responsibility</li> </ul>	Analisis regresi	<p>Hasil identifikasi program didapatkan bahwa program CSR Bank "X" termasuk dalam kategori aktivitas CSR <i>Carso Related Marketing</i> (Mega Berbagi) dan <i>Corporate Philanthropy</i> (Mega Peduli). Benefit yang didapatkan dari kegiatan CSR dalam kategori tersebut adalah meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat bisnis, membantu penyelesaian masalah sosial lokal, menarik nasabah baru, meningkatkan penjualan produk, dan membangun identitas merk yang positif. Sedangkan berdasarkan hasil analisis faktor didapatkan bahwa dimensi <i>Successful</i> memiliki pengaruh terbesar terhadap citra Bank "X" (90,4%) dan dimensi <i>Dynamic</i> memiliki pengaruh terkecil (67,2%) adapun dimensi <i>Business Wise</i>, <i>Character</i>, <i>Cooperative</i> dan <i>Withdrawn</i> masing-masing memiliki pengaruh sebesar 89,1 persen, 89 persen, 73,2 persen dan 70,4 persen</p>
9	Muhajir dan Gita Fitri Qurani (2011)	Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Persepsi Nasabah Bank Dan Dampaknya Terhadap Corporate Image	<ul style="list-style-type: none"> <li>Citra Perusahaan</li> <li>Persepsi Nasabah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Corporate Social Responsibility</li> </ul>	Analisis jalur	<p>Hasil penelitian menyatakan bahwa CSR memberikan pengaruh terhadap <i>corporate image</i> secara langsung maupun tidak langsung melalui persepsi nasabah. Oleh karena itu, BNI diharapkan untuk terus mempertahankan konsep BNI Berbagi melalui program CSR mereka dan meningkatkan komunikasi publiknya, sehingga upaya penyampaian program CSR untuk mengubah persepsi nasabah menjadi positif berhasil</p>
10	M. Faroid dan Kholid Murtadjo (2014)	Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan PT Tirta Investama Keboncandi Pada	<ul style="list-style-type: none"> <li>Citra Perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Corporate Social Responsibility</li> </ul>	Analisis regresi	<p>Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dari variabel <i>Community Support</i> dan variabel <i>product</i> pada program <i>Corporate Social Responsibility</i> secara signifikan dan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan dan variabel <i>Environment</i> pada program <i>Corporate Social Responsibility</i> secara signifikan dan berpengaruh negative terhadap citra perusahaan PT TIRTA</p>

11	Mahrianasari Ms (2013)	Masyarakat Desa Jeladri Winongan Pasuruan	Model Citra Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Membangun Ekuitas Merek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Citra perusahaan</li> <li>• Ekuitas merek</li> <li>• Niat beli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanggung jawab sosial di bidang ekonomi, etis/legal, dan filantropi</li> </ul>	SEM	<p>INVESTAMA Koloncandi Jeladri Winongan Pasuruan.</p> <p>Tanggung jawab etis-legal memiliki efek signifikan baik pada citra TSP maupun pada nilai ekuitas merek. Namun, efek tanggung jawab etis-legal dalam membentuk citra TSP lebih rendah (12,35 persen) dibandingkan dengan efeknya dalam membangun nilai ekuitas merek (17,80 persen).</p> <p>Tanggung jawab filantropi memiliki efek positif pada pembentukan citra TSP, tetapi tidak memiliki efek positif signifikan secara statistik pada ekuitas merek. Ketidaksignifikanan efek tanggung jawab filantropi pada ekuitas merek terjadi karena faktor skeptisme pemangku kepentingan atas aktivitas filantropi.</p>
----	------------------------	---	--	--	---	-----	---

Sumber: Dari beberapa Jurnal

## BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

### 3.1. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini merupakan gambaran fokus yang diteliti dalam hal ini melihat analisa citra perusahaan. Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktifitas. Setiap perusahaan mempunyai citra. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, masyarakat sekitar, pesaing, distributor, pemasok. Citra perusahaan apakah mampu meningkat dengan adanya peningkatan pada bagaimana perusahaan memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan kesejahteraan masyarakat tergantung dari implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: Pendidikan, Kesehatan, UMKM, Pertanian, Prasarana dan Sosial Budaya. Menurut Kotler dan Lee (2005), *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diterapkan secara tepat, baik di bidang ekonomi, sosial maupun lingkungan, akan dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, salah satunya adalah mampu meningkatkan citra perusahaan.

Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu meningkatkan pemberdayaan masyarakat, pada teori pembangunan berkelanjutan menurut Hegley sebagaimana dikutip Sugandy dan Hakim (2007) mengatakan bahwa pembangunan berkelanjutan berorientasi untuk pertumbuhan yang

mendukung secara nyata tujuan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Selain itu pembangunan berkelanjutan memperhatikan batas-batas lingkungan dalam konsumsi materi dan memperkuat pembangunan kualitatif pada tingkat masyarakat dan individu dengan distribusi yang adil, serta perlunya campur tangan pemerintah, dukungan dan kerjasama dunia usaha dalam upaya konservasi dan pemanfaatan yang berbasis sumber daya.

Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat. Menurut Budimanta et al. (2008) dalam Mapisangka, 2009 bahwa *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka *sustainability* yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders*, dan penanaman modal), maupun eksternal (kelembagaan, pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil, dan perusahaan lain).

Kartasasmita (1996) berpendapat bahwa memberdayakan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat Indonesia yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan kata lain, memberdayakan adalah memampukan dan memandirikan masyarakat dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan.

Pemberdayaan masyarakat berpengaruh terhadap citra perusahaan. A.B. Susanto (2009), mengungkapkan bahwa kompetensi perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, diharapkan mampu memberikan

manfaat yang besar dan menguntungkan, manfaat pertama implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat berupa pengurangan risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.

Secara ekonomi, filosofi *profit maximizing* perusahaan tidak akan tercapai manakala produk yang dijual di pasar tidak laku. Dalam hal ini peran konsumen sebagai bagian dari komunitas masyarakat sangat penting dalam menunjang keberlangsungan perusahaan. Pada sisi lain juga dapat dijelaskan bahwa, keberadaan perusahaan di suatu lingkungan masyarakat akan terasa nyaman dan tenang dalam kegiatan operasionalnya manakala masyarakat sekitar perusahaan bersifat kooperatif dengan perusahaan. Oleh karena itulah peranan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan sangat penting manakala perusahaan masih tetap ingin menjalankan fungsi bisnisnya (Mapisangka, 2009).

Secara keseluruhan, kerangka pikir ini menggambarkan apakah implementasi CSR PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan, dan, sosial ekonomi berpengaruh langsung terhadap pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat, dan berpengaruh tidak langsung terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat.

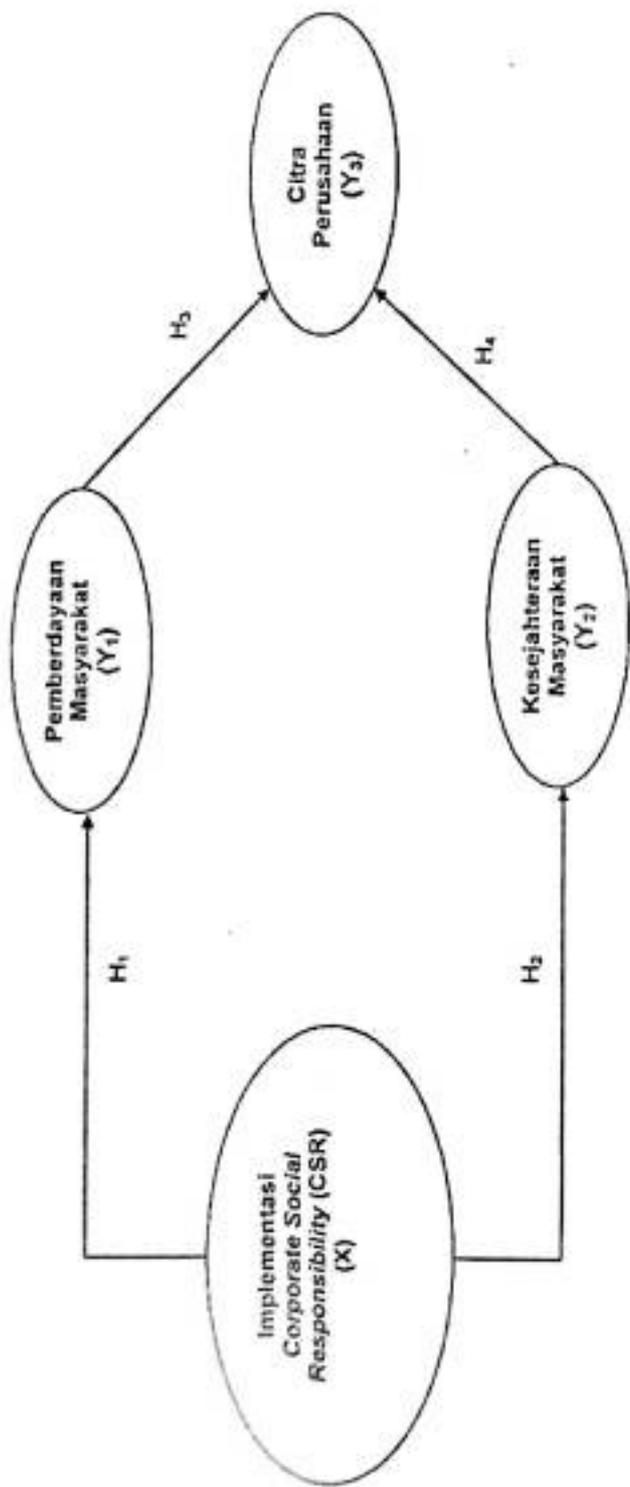
Implementasi CSR merupakan variabel eksogen terhadap Pemberdayaan Masyarakat, sedangkan Pemberdayaan Masyarakat sebagai variabel endogen. Dari perspektif teori, ada pengaruh dari Implementasi CSR terhadap Pemberdayaan Masyarakat. Dengan kata lain, implementasi CSR meningkat akan berdampak pada Pemberdayaan Masyarakat.

Begitu pula, implementasi CSR merupakan variabel eksogen terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Ada pun Kesejahteraan Masyarakat menjadi variabel endogen. Secara teori, ada pengaruh dari implementasi CSR terhadap

Kesejahteraan Masyarakat. Peningkatan implementasi CSR akan berdampak juga terhadap Kesejahteraan Masyarakat.

Selanjutnya, implementasi CSR tidak berpengaruh langsung terhadap citra. Karena, dari perspektif teori, citra terbentuk setelah individu merasakan dampak dari CSR itu dalam hal ini melalui pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat. Tidak dapat serta merta program CSR yang belum diimplementasikan dan belum dirasakan dampaknya oleh masyarakat dapat membentuk persepsi publik atau masyarakat. Oleh karena itu, dalam kerangka pikir ini, implementasi CSR tidak berpengaruh langsung terhadap citra perusahaan tetapi berpengaruh tidak langsung terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat.

Secara lengkap hubungan antar variabel dijelaskan pada Gambar 3.1. di bawah ini:



Gambar 3.1. Kerangka Konseptual

Gambar 3.1. Kerangka Konseptual

**Keterangan:**

1. Implementasi CSR dibentuk oleh 3 variabel:
  - a. Pendidikan (X1) diukur oleh 3 indikator
    - 1) Pemberian beasiswa komunitas (X11)
    - 2) Bantuan pembangunan dan rehabilitasi sekolah (X12)
    - 3) Pemanfaatan *Information & Communication Technology (ICT)* di sekolah-sekolah (X13)
  - b. Kesehatan (X2) diukur dengan 3 indikator
    - 1) Bantuan fasilitas dan alat kesehatan (X21)
    - 2) Pemberdayaan klinik kesehatan perusahaan (X22)
    - 3) Bantuan pembangunan dan rehabilitasi puskesmas, puskesmas pembantu, puskesmas keliling, posyandu, pos kesehatan desa maupun pos bersalin desa (polindes) (X23)
  - c. Sosial Ekonomi (X3) diukur oleh empat indikator:
    - 1) Peningkatan infrastruktur seni, sosial dan budaya (X31)
    - 2) Pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan (X32)
    - 3) Pengembangan dan penataan pemukiman rakyat (X33)
    - 4) Bantuan modal usaha pertanian (X34)
2. Pemberdayaan Masyarakat (Y1) diukur dengan empat indikator:
  - 1) Peran masyarakat (Y11)
  - 2) Aksi masyarakat (Y12)
  - 3) Motivasi masyarakat (Y13)
  - 4) Tanggungjawab masyarakat (Y14)
3. Kesejahteraan masyarakat (Y2) diukur dengan tiga indikator:

- 1) Peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar PT. Vale Indonesia Tbk (Y21)
- 2) Peningkatan kualitas pendidikan masyarakat sekitar PT. Vale Indonesia Tbk, berupa penurunan putus sekolah pada anak usia sekolah. (Y22)
- 3) Peningkatan kualitas ekonomi masyarakat sekitar PT. Vale Indonesia Tbk, berupa penurunan pengangguran (Y23)
4. Citra Perusahaan (Y3) dengan tiga indikator:
  - a. Pendapat keseluruhan mengenai PT. Vale Indonesia Tbk (Y31)
  - b. Pendapat mengenai kontribusi PT. Vale Indonesia Tbk untuk masyarakat (Y32)
  - c. Kesukaan terhadap program implementasi program CSR PT. Vale Indonesia Tbk (Y33)

### 3.2. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat.
2. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat.
3. Pemberdayaan masyarakat berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap citra perusahaan.
4. Kesejahteraan masyarakat berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap citra perusahaan.

5. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat.
6. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Vale Indonesia Tbk yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat.

## BAB IV METODE PENELITIAN

### 4.1 Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini bersifat survei yaitu menganalisis fakta dan data-data yang menunjang keterangan yang diperlukan untuk mendukung pembahasan penelitian, dalam memecahkan dan menjawab pokok permasalahan yang diajukan yaitu implementasi *corporate social responsibility* terhadap pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan masyarakat, dan citra perusahaan PT Vale Indonesia Tbk di Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan.

### 4.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Pengumpulan data di lapangan dalam penelitian ini dilakukan mulai bulan Desember 2015 sampai dengan Februari 2016. Lokasi penelitian dilaksanakan di PT Vale Indonesia Tbk di Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan. Lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan peneliti bekerja pada perusahaan tersebut, sehingga memudahkan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Selain itu peneliti tertarik untuk mengetahui pencapaian implementasi *corporate social responsibility* terhadap pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan masyarakat, dan citra perusahaan.

### 4.3 Populasi, Sampel, dan Besar Sampel

#### 4.3.1 Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, umumnya berupa orang, obyek, transaksi atau kejadian, di mana peneliti mempelajari atau menjadikannya

obyek penelitian. Sugiyono (2005) memberi pengertian bahwa: Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tinggal di sekitar PT Vale Indonesia Tbk di Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan.

#### 4.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2005), sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, yang mana adalah merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel penelitian ini dipilih secara acak sederhana (*simple random sampling*), dimana semua masyarakat di Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur, memperoleh kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

#### 4.3.3 Besar Sampel

Untuk mendapatkan besaran sampel yang dapat mewakili populasi, maka sebagai alternatif dalam penentuan sampel penelitian ini digunakan rumus jumlah sampel minimum dari analisis *Struktural Equation Modeling* (SEM). Menurut Ferdinand (2002), Ghozali (2004), Ghozali (2008), Solimun dan Rinaldo (2009), ukuran sampel antara seratus sampai dengan dua ratus sampel dapat direkomendasikan untuk estimasi *Maximum Likelihood* (ML).

Dengan model estimasi menggunakan *Maximum Likelihood* (ML), data yang diperlukan minimum seratus sampel. Menurut Ferdinand (2002) analisis SEM membutuhkan sampel paling sedikit lima kali jumlah variabel indikator atau *estimated parameter* yang digunakan Ferdinand (2002) serta Solimun dan Rinaldo (2009) memberikan pedoman penentuan besarnya sampel sama dengan lima

sampai dengan sepuluh kali jumlah variabel *manifest* dari keseluruhan variabel laten.

Dalam penelitian ini digunakan sebanyak tujuh variabel dan dua puluh indikator sehingga total variabel laten adalah 27 variabel laten. berdasarkan kriteria penetapan jumlah sampel maka  $27 \times 5 = 135$  sampel dibulatkan 140.

#### 4.4 Jenis dan Sumber Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari:

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung di lapangan yang bersumber dari hasil kuesioner dan wawancara dengan informan kunci dan hasil pengamatan langsung di lokasi penelitian.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data pendukung bagi data primer yang diperoleh dari bahan literatur seperti dokumen-dokumen serta laporan-laporan dan kepustakaan lainnya yang berkaitan dengan implementasi *corporate social responsibility* terhadap pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan masyarakat dan citra perusahaan PT Vale Indonesia Tbk.

#### 4.5 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan,

1. Kuesioner (*questionnaire*) yaitu melakukan pengumpulan data melalui pembagian daftar pertanyaan. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner (angket) tertutup, yaitu angket yang digunakan untuk mendapatkan data tentang, implementasi CSR, pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan

masyarakat, dan citra perusahaan. Pertanyaan-pertanyaan dalam daftar pertanyaan dibuat dengan menggunakan skala likert dengan menggunakan lima variabel pilihan, setiap tingkatan diberi skor mulai dari tingkat yang rendah dengan skor 1 hingga tingkatan yang paling tinggi dengan skor 5. Dalam pengukuran variabel tersebut digunakan skala likert yaitu membagi 5 jawaban responden yang dimulai berturut-turut :

- a. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5
  - b. Setuju (S) dengan skor 4
  - c. Netral/ragu-ragu (N) dengan skor 3
  - d. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1
2. Observasi, dilakukan pengamatan secara langsung kepada masyarakat Sorowako yang dijadikan sampel. Teknik observasi ini bermanfaat untuk melakukan *checking* data agar peneliti dapat memperoleh informasi yang bersifat melengkapi dan memperkuat tingkat akurasi data melalui wawancara dan kuisisioner.
  3. Teknik studi dokumentasi, yang pada umumnya dalam bentuk *annual report* dan dokumen-dokumen lain dari berbagai lembaga yang ada kaitannya dengan permasalahan yang akan diteliti.
  4. *In-depth interview*, dilakukan untuk para pengambil kebijakan dan tokoh masyarakat yang terkait dengan obyek penelitian.

#### 4.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam menjelaskan fenomena dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik deskriptif dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) serta validitas dan reliabilitas data.



#### 4.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yaitu digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2009).

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik responden meliputi jenis kelamin, pendidikan terakhir, umur, dan masa kerja. Selain itu, analisis statistik deskriptif juga digunakan untuk menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Perhitungan dalam analisis statistik deskriptif dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan paket program AMOS 5.0 dan SPSS versi 17.0.

#### 4.6.2. Analisis Inferensial SEM (Structural Equation Modeling)

*Structural Equation Model (SEM)* adalah teknik analisis statistik inferensial yang mengkombinasikan beberapa aspek yang terdapat pada analisis jalur dan analisis faktor konfirmatori untuk mengestimasi beberapa persamaan secara simultan. Model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) merupakan generasi kedua teknik analisis *multivariate* yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model (Ghozali, 2011).

Bollen (dalam Ghozali, 2009) menyatakan bahwa SEM tidak seperti analisis *multivariate biasa*, hal ini dikarenakan SEM dapat menguji secara bersama-sama. Model struktural (*structural model*); hubungan antara variabel laten (konstruk) independen dan dependen. Struktural model (*model structural*) adalah bagian dari SEM yang menggambarkan hubungan antar variabel laten. Variabel laten pada

model struktural dibedakan menjadi dua macam yakni variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen adalah variabel laten yang tidak dipengaruhi oleh variabel laten yang lainnya dalam model, sedangkan variabel endogen adalah variabel laten yang dipengaruhi oleh variabel laten lainnya dalam suatu model penelitian. Pola hubungan antar variabel laten dalam model struktural ini dianalisis dengan pendekatan path analisis yang identik dengan analisis regresi. Pada model struktural dapat diketahui besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Model pengukuran (*measurement model*); hubungan (nilai *loading*) antara variabel indikator (observasi) dengan variabel konstruk (variabel laten). *Measurement model* (model pengukuran) adalah bagian dari SEM yang menggambarkan hubungan variabel indikator (observasi) dengan variabel latennya. Hubungan ini dinyatakan dengan faktor *loading* yang menunjukkan besar korelasi antara indikator dengan variabel laten yang dijelaskannya, dalam melakukan analisa pada model pengukuran ini metode yang digunakan adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Tahap-tahap yang harus dilalui dalam membuat permodelan secara lengkap menurut Hair et al (2006) adalah pengembangan model berdasar pada teori, pengembangan diagram jalur, mengubah diagram jalur ke dalam persamaan, memilih matriks input, memilih masalah identifikasi, memilih *goodness of fit* serta interpretasi dan modifikasi model.

Untuk mengetahui kesesuaian model pengukuran yang terbentuk, maka diperlukan uji kesesuaian model. Terdapat beberapa indeks kesesuaian model yang bisa digunakan untuk mengukur fit tidaknya suatu model yaitu:

#### 1. *Chi-Square Statistic (CSS)*

Nilai *Chi-Square* menunjukkan adanya penyimpangan antara sampel *covariance matrix* dan model (*fitted covariance matrix*). Nilai *chi-square* hanya akan valid apabila asumsi normalitas data terpenuhi dan ukuran sampel besar (Ghozali, 2009). Nilai *chi-square* sebesar nol menunjukkan bahwa model memiliki fit yang sempurna (*perfect fit*). Model yang diuji akan dipandang baik jika nilai *chi-square* nya rendah atau nilai *p-value*-nya  $> 0.05$ .

Nilai *chi-square* yang rendah akan menghasilkan sebuah tingkat signifikan yang lebih besar dari 0.05 akan mengindikasikan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara matriks kovarian data dan matriks kovarian yang diestimasi.

#### 2. *The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA merupakan indikator yang paling informatif (Ghozali, 2009). RMSEA mengukur penyimpangan nilai parameter pada suatu model dengan matriks kovarian populasinya (Ghozali, 2009). Nilai RMSEA yang  $< 0.05$  mengidentifikasi adanya model fit. Nilai yang berkisar antara 0.05 – 0.08 menyatakan bahwa model memiliki perkiraan kesalahan yang *reasonable*, sedangkan RMSEA yang berkisar antara 0.08 – 0.10 menyatakan bahwa model memiliki fit yang cukup (*mediocre*) (Ghozali, 2009).

#### 3. *Goodness of Fit Indices (GFI)*

GFI merupakan suatu ukuran mengenai ketetapan model dalam menganalisa *observed matriks covariance*. Nilai GFI ini harus berkisar antara 0 dan 1 nilai GFI yang lebih besar dari 0.9 menunjukkan fit suatu model yang baik (Ghozali, 2009).

#### 4. *Adjusted Goodness of Fit Indices (AGFI)*

AGFI sama seperti GFI, tetapi telah menyesuaikan pengaruh *degrees of freedom* pada suatu model. Sama seperti GFI, nilai AGFI sebesar satu berarti memiliki *perfect fit*. Nilai AGFI sebesar 1 berarti model memiliki *perfect fit*. Sedangkan model yang fit adalah yang memiliki nilai AGFI lebih besar dari 0.90 (Ghozali, 2009).

#### 5. *Comperative Fit Indices* (CFI)

CFI adalah indeks yang besarnya tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Indeks ini berada dalam rentang 0 dan 1 dan diturunkan dari perbandingan antara model yang dihipotesiskan dan *independence* model. Menurut Bentler (dalam Ghozali, 2009) dinyatakan bahwa suatu model dikatakan fit apabila memiliki nilai CFI lebih besar dari 0.90.

#### 4.6.3. Validitas dan Reliabilitas Data

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauhmana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran validitas yang dimaksud (Arikunto, 2006).

Pengujian validitas adalah penelitian yang dilakukan untuk menentukan apakah suatu indikator, valid atau tidak dapat dilihat dari hasil uji t yaitu jika nilai t hitung lebih besar dari 1.96 ( $t\text{-hitung} > 1.96$ ) berarti bahwa indikator yang diukur dinyatakan valid.

Reliabel artinya dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Ungkapan yang dinyatakan bahwa instrumen harus sebenarnya mengandung arti bahwa instrumen tersebut cukup baik, sehingga mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya

(Ankunto, 2006). Reliabilitas adalah mengukur hasil suatu pengukuran yang dapat dipercaya (Singarimbun dan Effendy, 2006).

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dengan melihat nilai *alpha Cronbach*, apabila *alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) lebih dari 0.60 maka data penelitian dianggap cukup baik dan *reliable* untuk digunakan sebagai input dalam proses penulisan data guna menguji hipotesis penelitian (Maholtra, 2005).

Persamaan struktural (*structural equation*) yang menyatakan hubungan kausalitas antara konstruk (variabel endogen = variabel eksogen + variabel endogen + error), dapat dijelaskan persamaan struktural berikut:

1. Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Pemberdayaan Masyarakat

$$Y_1 = \alpha_0 + \alpha_1 X + \varepsilon_1 \quad (1)$$

Dimana:  $\alpha_0$  dan  $\alpha_1$ , adalah parameter yang akan ditaksir dan  $\varepsilon_1$  adalah *error term* Pemberdayaan Masyarakat

2. Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kesejahteraan Masyarakat

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon_2 \quad (2)$$

Dimana:  $\beta_0$ , dan  $\beta_1$ , adalah parameter yang akan ditaksir dan  $\varepsilon_2$  adalah *error term* Kesejahteraan Masyarakat

3. Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan

$$Y_3 = \delta_0 + \delta_1 Y_1 + \delta_2 Y_2 + \varepsilon_3 \quad (3)$$

Dimana:  $\delta_0$ ,  $\delta_1$ , dan  $\delta_2$ , adalah parameter yang akan ditaksir dan  $\varepsilon_3$  adalah *error term* Citra Perusahaan. Persamaan (3) dapat disederhanakan menjadi:

$$Y_3 = \delta_0 + \delta_1 Y_1 + \delta_2 Y_2 + \varepsilon_3$$

$$Y_3 = \delta_0 + \delta_1(\alpha_0 + \alpha_1 X + \varepsilon_1) + \delta_2(\beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon_2) + \varepsilon_3$$

$$Y_3 = \delta_0 + \alpha_0 \delta_1 + \alpha_1 \delta_1 X + \varepsilon_1 \delta_1 + \beta_0 \delta_2 + \beta_1 \delta_2 X + \varepsilon_2$$

$$Y_3 = \delta_0 + \alpha_0 \delta_1 + (\alpha_1 \delta_1 + \beta_1 \delta_2) X + \varepsilon_1 \delta_1 + \varepsilon_2$$

disederhanakan menjadi

$$Y_3 = \varphi_0 + \varphi_1 X + \varepsilon_3$$

Dimana:

$$\varphi_0 = (\delta_0 + \alpha_0 \delta_1 + \beta_0 \delta_2) = \text{konstanta untuk } Y_3$$

$$\varphi_1 = (\alpha_1 \delta_1 + \beta_1 \delta_2) = \text{total pengaruh } X \text{ terhadap } Y_3$$

$$\mu_3 = (\varepsilon_1 \delta_1 + \varepsilon_2 \delta_2 + \varepsilon_3) = \text{error term dari } Y_3$$

#### 4.7 Definisi Operasional dan Pengukuran

Definisi operasional digunakan agar tidak menimbulkan penafsiran ganda yaitu dengan memberikan batasan terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### 1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X)

Dimensi dari Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah merupakan program Comdev PT. Vale Indonesia Tbk dengan fokus pada tiga sektor, yaitu: (1) Pendidikan, (2) Kesehatan, (3) Sosial Ekonomi.

##### a. Pendidikan (X1)

Komitmen perusahaan untuk membangun, merehabilitasi dan menjaga terus-menerus sarana pendidikan. Indikator:

- 1) Pemberian beasiswa komunitas
- 2) Bantuan pembangunan dan rehabilitasi sekolah
- 3) Pemanfaatan *Information & Communication Technology* (ICT) di sekolah-sekolah

b. Kesehatan (X2)

Komitmen perusahaan untuk membangun, merehabilitasi dan menjaga terus-menerus sarana kesehatan. Indikator:

- 1) Bantuan fasilitas dan alat kesehatan
- 2) Pemberdayaan klinik kesehatan perusahaan
- 3) Bantuan pembangunan dan rehabilitasi puskesmas, puskesmas pembantu, puskesmas keliling, posyandu, pos kesehatan desa maupun pos bersalin desa (polindes)

c. Sosial Ekonomi (X3)

Komitmen perusahaan untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sosial dan ekonominya. Indikator:

- 1) Peningkatan infrastruktur seni, sosial, dan budaya
- 2) Pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan
- 3) Pengembangan dan penataan pemukiman rakyat
- 4) Bantuan modal usaha pertanian

2. Pemberdayaan masyarakat (Y1)

Pemberdayaan masyarakat didefinisikan sebagai membangun secara berkelanjutan partisipasi masyarakat sekitar perusahaan dan memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan.

Indikatornya mengacu pada teori dari Oakley (1991), yaitu:

- a. Peran Masyarakat
- b. Aksi Masyarakat
- c. Motivasi Masyarakat
- d. Tanggungjawab Masyarakat

3. Kesejahteraan masyarakat (Y2)

Kesejahteraan masyarakat didefinisikan sebagai komitmen PT. Vale Indonesia Tbk untuk membantu masyarakat pada berbagai lingkaran umur untuk tumbuh dan berkembang melalui berbagai fasilitas dan dukungan agar mereka mampu memutuskan, merencanakan dan mengambil tindakan untuk mengelola dan mengembangkan lingkungan fisiknya serta kesejahteraan sosial

Indikatornya mengacu pada kualitas Indeks Pembangunan Manusia (IPM) atau *Human Development Indeks* (HDI), yang meliputi angka harapan hidup, angka melek huruf, rata-rata lama sekolah, dan rata-rata pengeluaran riil per kapita, yaitu:

- a. Peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar PT. Vale Indonesia Tbk.
  - b. Peningkatan kualitas pendidikan masyarakat sekitar PT. Vale Indonesia Tbk, berupa penurunan putus sekolah pada anak usia sekolah.
  - c. Peningkatan kualitas ekonomi masyarakat sekitar PT. Vale Indonesia Tbk, berupa penurunan pengangguran.
4. Citra Perusahaan (Y3)

Citra perusahaan didefinisikan sebagai kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya. Penilaian tertentu terhadap citra perusahaan oleh publiknya bisa berbentuk citra baik, sedang, dan buruk. Dengan adanya citra baik/positif, maka perusahaan akan lebih mudah memperoleh kepercayaan dari tiap-tiap komponen masyarakat.

Indikatornya mengacu pada teori dari Andreassen dan Lindestad (1998:16), yaitu:

- a. Pendapat keseluruhan mengenai PT, Vale Indonesia Tbk,
- b. Pendapat mengenai kontribusi PT, Vale Indonesia Tbk untuk masyarakat,
- c. Kesukaan terhadap program implementasi program CSR oleh PT, Vale Indonesia Tbk,

Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1 Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Perhitungan
1	Pendidikan (X1)	Komitmen perusahaan untuk membangun, merehabilitasi dan menjaga terus-menerus sarana pendidikan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemberian beasiswa komunitas</li> <li>2. Bantuan pembangunan dan rehabilitasi sekolah</li> <li>3. Pemanfaatan <i>Information &amp; Communication Technology (ICT)</i> di sekolah-sekolah</li> </ol>	Skala Likert 5,4,3,2,1
2	Kesehatan (X2)	Komitmen perusahaan untuk membangun, merehabilitasi dan menjaga terus-menerus sarana Kesehatan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bantuan fasilitas dan alat kesehatan</li> <li>2. Pemberdayaan klinik kesehatan perusahaan</li> <li>3. Bantuan pembangunan dan rehabilitasi puskesmas</li> </ol>	Skala Likert 5,4,3,2,1
3	Sosial ekonomi (X3)	Komitmen perusahaan untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya sosial dan ekonominya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan infrastruktur seni, sosial dan budaya</li> <li>2. Pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan</li> <li>3. Pengembangan dan penataan pemukiman rakyat</li> <li>4. Bantuan modal usaha pertanian</li> </ol>	Skala Likert 5,4,3,2,1
4	Pemberdayaan masyarakat (Y1)	Membangun secara berkelanjutan partisipasi masyarakat sekitar perusahaan dan memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peran masyarakat</li> <li>2. Aksi masyarakat</li> <li>3. Motivasi masyarakat</li> <li>4. Tanggungjawab masyarakat</li> </ol>	Skala Likert 5,4,3,2,1
5	Kesejahteraan masyarakat (Y2)	Komitmen PT, Vale Indonesia Tbk untuk membantu masyarakat pada berbagai tingkatan umur untuk tumbuh dan berkembang melalui	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan kualitas hidup masyarakat</li> <li>2. Peningkatan kualitas pendidikan masyarakat</li> <li>3. Peningkatan kualitas ekonomi masyarakat</li> </ol>	Skala Likert 5,4,3,2,1

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Perhitungan
		berbagai fasilitas dan dukungan agar mereka mampu memutuskan, merencanakan dan mengambil tindakan untuk mengelola dan mengembangkan lingkungan fisiknya serta kesejahteraan sosial.		
6	Citra Perusahaan (Y3)	Kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapat keseluruhan mengenai PT. Vale Indonesia Tbk</li> <li>2. Pendapat mengenai kontribusi PT. Vale Indonesia Tbk untuk masyarakat</li> <li>3. Kesukaan terhadap program implementasi program CSR oleh PT. Vale Indonesia Tbk</li> </ol>	Skala Likert 5,4,3,2,1

## BAB V

### HASIL PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan hasil penelitian dan analisis hasil pengukuran penelitian. Penjelasan yang dilakukan meliputi gambaran umum obyek penelitian, penjelasan terhadap karakteristik responden, selanjutnya dilakukan analisis konfirmatori untuk masing-masing variabel, analisis struktural yang telah dimodelkan.

#### 5.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 5.1.1. Gambaran Umum Kabupaten Luwu Timur

Kabupaten Luwu Timur secara geografis terletak pada koordinat antara 20 15' 00" – 30 Lintang Selatan dan 1200 30' 00" sampai 1210 30'00" Bujur Timur. Luas wilayah Kabupaten Luwu Timur adalah 694.488 ha atau 6.944,88 km<sup>2</sup>. Secara fisik geografis wilayah Kabupaten Luwu Timur meliputi batas-batas:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Poso, Provinsi Sulawesi Tengah.
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Morowali, Provinsi Sulawesi Tengah.
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Bone, Kabupaten Kolaka, Provinsi Sulawesi Tenggara.
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan.

Letak Kabupaten Luwu Timur pada Pulau Sulawesi sangat strategis sehingga dapat menjadi wilayah penghubung bagi wilayah *hinterland*, Sulawesi Tengah dan Sulawesi Tenggara yang memiliki kekayaan sumber daya alam. Pada masa datang,

Kabupaten Luwu Timur diharapkan dapat berfungsi sebagai *service region* dan *marketing outlet* bagi kabupaten-kabupaten di sekitarnya.

Selain itu, bila ditinjau dari wilayah nasional, di Kabupaten Luwu Timur terdapat Kawasan Strategis Nasional, yaitu KSN Sorowako dan sekitarnya yang menjadi sentra penambangan PT. Vale Indonesia, Tbk. Penetapan KSN Sorowako mengacu pada pertimbangan kepentingan pendayagunaan sumber daya alam dan teknologi tinggi, serta mempunyai pengaruh luas terhadap pembangunan ekonomi sampai ke tingkat nasional, terutama karena Kontrak Karya (KK) yang ditandatangani oleh Presiden RI (Soeharto, kala itu) baru berakhir tahun 2025.

Secara administrasi, Kabupaten Luwu Timur terdiri atas sebelas kecamatan yaitu Burau, Wotu, Tomoni, Angkona, Malili, Towuti, Nuha, Mangkutana, Kalaena, Tomoni Timur, dan Wasuponda dengan jumlah keseluruhan 124 desa, tiga kelurahan, dan dua UPT

Kabupaten Luwu Timur merupakan daerah hasil pemekaran dari Kabupaten Luwu Utara. Secara definitif Kabupaten Luwu Timur yang beribukota di Malili terbentuk pada tahun 2003 berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2003 dan diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri pada tanggal 3 Maret 2003.

Sebaran desa di setiap kecamatan adalah Kecamatan Burau (delapan belas desa), Wotu (enam belas desa), Tomoni (dua belas desa dan satu kelurahan), Angkona (sepuluh desa), Malili (empat belas desa, satu kelurahan dan dua UPT), Towuti (delapan belas desa), Nuha (empat desa dan satu kelurahan), Mangkutana (sebelas desa), Kalaena (tujuh desa), Tomoni Timur (delapan desa), dan Wasuponda (enam desa).

Kabupaten Luwu Timur yang sebagian besar wilayahnya berada pada kawasan Pegunungan Verbeek merupakan daerah yang bertopografi pegunungan.

Namun di beberapa tempat merupakan daerah pedataran hingga rawa-rawa. Wilayah-wilayah yang bergunung adalah bagian utara dan barat sedangkan wilayah pedataran adalah bagian selatan dan barat. Kondisi datar sampai landai terdapat pada semua wilayah kecamatan dengan yang terluas di Kecamatan Angkona, Burau, Wotu, Malili dan Mangkutana. Sedangkan kondisi bergelombang dan bergunung yang terluas di Kecamatan Nuha, Mangkutana dan Towuti.

Hasil analisis kelerengan serta analisis peta topografi menunjukkan bahwa Kabupaten Luwu Timur dapat dibagi menjadi empat wilayah lereng dan satu danau. Penggolongan tersebut adalah pegunungan (>40%), perbukitan (15–40%), bergelombang (8–15%) dan pedataran (0–8%). Luas wilayah dengan kemiringan >40% mencapai 459.946,81 ha (69,20%), kemiringan 0-8% mencapai 105.653 ha, kemiringan 8-15% mencapai 11.846,62 ha, kemiringan 15-40% mencapai 11.446,05 ha, dan danau mencapai luas 74.875,50 ha.

Kabupaten Luwu Timur merupakan salah satu kabupaten dengan luas lahan hutan yang terbesar di Provinsi Sulawesi Selatan. Luas lahan hutan alam dan hutan bakau mencapai 474.373 Ha atau mencapai 68,30%. Disektor pertambangan khususnya di bidang tambang Nikel memegang peranan penting di wilayah ini, luas lahan yang dikelola sebagai pertambangan mencapai 4,24% atau setara dengan 28.444,86 Ha dari luas lahan yang ada.

Kondisi geologi wilayah Luwu Timur diuraikan berdasarkan tinjauan morfologi, stratigrafi, dan struktur geologi. Morfologi daerah ini dapat dibagi atas empat satuan: Daerah Pegunungan, Daerah Perbukitan, Daerah Kars, dan Daerah Pedataran.

Daerah Pegunungan menempati bagian barat dan tenggara pada lembar Buyu Baliase, Salindu, Lawangke, Pendolo, Mangkutana dan Rauta, Ballawai, Ledu-Ledu, dan Tapara Masapi. Pada bagian tenggara lembar peta terdapat

Pegunungan Verbeck dengan ketinggian 800-1346 m di atas permukaan laut, dibentuk oleh batuan ultramafik dan batu gamping meliputi lembar Ledu-Ledu, Tara Masapi, Malili, Tolala, dan Rauta. Puncak-puncaknya antara lain G. Tambake (1838 m), Bulu Nowinokel (1700 m), G. Kaungabu (1760 m), Bulu Taipa (1346 m), Bulu Ladu (1274 m), Bulu Burangga (1032 m), dan Bulu Lingke (1209 m). Sungai-sungai yang mengalir di daerah ini yaitu S. Kalaena, S. Pincara, S. Larona dan, S. Malili merupakan sungai utama. Pola aliran sungai umumnya dendritik.

Daerah perbukitan menempati bagian meliputi lembar Bone-Bone, Mangkutana, Wotu sebagian lembar Malili, dengan ketinggian antara 200-700 m di atas permukaan laut dan merupakan perbukitan yang agak landai yang terletak di antara daerah pegunungan dan daerah pedataran. Perbukitan ini dibentuk oleh batuan vulkanik, ultramafik, dan batupasir. Puncak-puncak bukit yang terdapat di daerah ini diantaranya Bulu Tiruan (630 m), Bulu Tambunana (477 m) dan Bulu Bukila (645 m).

Daerah Kras menempati bagian timur laut pada peta lembar Matano dengan ketinggian antara 800-1700 m dari permukaan laut dan dibentuk oleh batu gamping. Daerah ini dicirikan oleh adanya dolina, "sinkhole", dan sungai bawah permukaan. Puncak yang tinggi di daerah ini di antaranya Bulu Empenai (1185 m).

Daerah pedataran menempati daerah selatan semua lembar peta, melampar mulai dari utara Bone-Bone, Wotu, dan Malili. Daerah ini mempunyai ketinggian hanya beberapa meter di atas permukaan laut dan dibentuk oleh endapan aluvium. Pada umumnya merupakan daerah pemukiman dan pertanian yang baik. Sungai yang mengalir di daerah ini di antaranya S. Salonoa, S. Angkona, dan S. Malili, menunjukkan proses berkelok.

Sungai-sungai yang bersumber di daerah pegunungan mengalir melewati daerah ini terus ke daerah pedataran dan bermuara di Teluk Bone. Pola alirannya dendrit. Terdapatnya pola aliran subdendrit dengan air terjun di beberapa tempat, terutama di daerah pegunungan, aliran sungai yang deras, serta dengan memperhatikan dataran yang agak luas di bagian selatan peta dan adanya perkelokan sungai utama, semuanya menunjukkan morfologi dewasa.

Jumlah penduduk Kabupaten Luwu Timur berdasarkan data desa tahun 2012 mencapai jumlah 269.734 jiwa dengan jumlah rumah tangga sebanyak 63.068 rumah tangga. Rata-rata jumlah jiwa setiap rumah tangga sebanyak 4 jiwa. Kecamatan yang paling banyak jumlah penduduknya adalah Kecamatan Malili sebesar 37.656 jiwa kemudian Kecamatan Burau dengan 34.050 jiwa dan Kecamatan Towuti sebanyak 31.425 jiwa.

Secara umum jumlah penduduk laki-laki lebih besar dibandingkan perempuan, terlihat dengan rasio jenis kelamin (*sex ratio*) penduduk Luwu Timur sebesar 106,46 yang artinya setiap 100 perempuan di Luwu Timur terdapat sekitar 106,46 laki-laki. Rasio jenis kelamin tertinggi terdapat di Kecamatan Wasuponda yaitu sebesar 114,30 dan rasio jenis kelamin terendah di kecamatan Wotu yaitu 99,28.

#### **5.1.2. Sekilas tentang Sorowako dan Sekitarnya**

Pada zaman Majapahit, kawasan Sorowako dan sekitarnya dikenal sebagai wilayah dengan kandungan bijih besi dan nikel yang melimpah. Pelras (1996) dalam Muhammad (2017), mengatakan, besi berkadar nikel dari daerah ini bernilai tinggi di Nusantara, terutama di Jawa, untuk memproduksi keris berpamor. Bijih besi laterit yang kandungan besinya sampai 50 persen serta sisa-sisa nikel, yang banyak ditemukan sangat dekat pada permukaan, khususnya di sekitar Danau Matano dan

di bagian hulu Sungai Kalaena. Besi dari Sulawesi bisa diekspor melalui Teluk Bone, yang dikuasai Kerajaan Luwu, atau melalui pantai timur Sulawesi, yang pada abad ke-16 dan sebelumnya dikuasai oleh Kerajaan Banggai. Luwu dan Banggai disebut pula dalam Kitab Nagara Kertagama (1365:17) sebagai pembayar upeti kepada Majapahit, yang menunjukkan bahwa ekspor besinya boleh jadi sudah penting pada masa itu.

Pemakaian besi dari Luwu kemudian surut ketika mulai abad ke-17 berdatangan besi berkualitas rendah dari Tiongkok dan Eropa, kendati tetap dikirim ke Jawa dan Kalimantan untuk keperluan pamor. Di Sulawesi Selatan sendiri, besi-besi rendah dari Eropa itu digunakan untuk peralatan-peralatan umum, besi Luwu tetap dipakai demi keperluan pembuatan senjata (Reid, 2014 dalam Muhammad (2017)).

Dalam catatan sejarah lainnya, besi beserta pengolahannya menjadi bagian penting dalam folklor masyarakat sekitar kawasan ini, sebagaimana yang ditemukan di masyarakat Seko, Luwu Utara, di antaranya: (1) salah satu versi cerita asal usul masyarakat Seko adalah lima bersaudara dengan seorang di antaranya adalah pandai besi (pottappa); (2) kisah raksasa bernama Talambia yang mati dibunuh dengan memberinya makan butir-butir besi yang dipijarkan yang diletakkan di dalam bulatan besar nasi ketan; dan (3) catatan seorang peneliti yang menyebutkan, "pengetahuan rahasia para pandai besi di Seko bukan semata-mata suatu kumpulan pengetahuan untuk mengolah suatu bahan yang alot. (Ngelow, 2008, dalam Muhammad (2017)). Dalam syair ritual besi disapa sebagai sesuatu bahan yang hidup, suatu keberadaan yang mengandung kesadaran. Melalui tindakan Pong Sirintik, tokoh mistis pandai besi dari Seko, telah kita fahami bahwa besi yang hidup

itu dikontrol, ditidurkan; dan dibuat bermimpi dengan jeruk asam dan batu asah (Ngelow, 2008, dalam Muhammad (2017)).

Namun kawasan ini seperti hidup kembali ketika pemerintah Indonesia menandatangani kontrak karya dengan PT International Nickel Company (PT Inco) dari Kanada pada 27 Juli 1968.

Sorowako merupakan wilayah kecil yang terletak di Kabupaten Luwu Timur, berjarak sekisar 600 km dari Makassar, ibukota Sulawesi Selatan. Kota kecil ini dikelilingi oleh tiga danau, yakni Danau Matano, Danau Mahalona, dan Danau Towuti dengan luas 56.100 ha yang merupakan danau terbesar kedua di Indonesia setelah Danau Toba; dan Danau Matano seluas 16.400 ha yang merupakan danau terdalam di Asia Tenggara dan keenam di dunia. Satu sumber menyebut bahwa kedalaman danau yang terbentuk empat juta tahun silam ini ditaksir mencapai 700 meter (Febrianty (2013), dalam Muhammad (2017)). Wilayah Matano dihuni berbagai jenis flora dan fauna endemik, seperti jenis ikan Bottini dan ikan Opudi, berbagai jenis kupu-kupu, buah Dengen, dan rempah dalam bentuk umbi endemik seperti Patikala.

Air Danau Matano mengalir ke Danau Mahalona kemudian turun ke Danau Towuti dan selanjutnya mengalir ke Sungai Larona. Sungai inilah yang menjadi penggerak tiga PLTA milik PT Vale Indonesia Tbk (PT Vale), yaitu PLTA Larona, PLTA Balambano, dan PLTA Karebbe.

Secara geografis, Sorowako berada pada ketinggian  $\pm 1388$  dpi dengan posisi  $2^{\circ} 31' 13''$  -2 520278 Lintang Selatan,  $121^{\circ} 21' 27''$  121.3575 Bujur Timur, memiliki iklim yang relatif sama dengan daerah dataran tinggi lain di Indonesia, dengan curah hujan rata-rata 128 mm<sup>2</sup> per tahun, bersuhu antara 23°C-33°C.

Daerah ini berbatasan dengan Sulawesi Tengah di utara, Kecamatan Towuti di timur dan selatan, dan Kecamatan Wasuponda di barat.

Sorowako secara administratif menjadi bagian dari Kecamatan Nuha, Luwu Timur, yang memiliki beberapa wilayah pedesaan dan kelurahan. Desa-desa di sekitar Sorowako yang termasuk dalam Kecamatan Nuha adalah Desa Nuha, Desa Matano, Desa Magani, Desa Nikkel, dan dusun yang terdapat di sekitarnya adalah Salonsa, Pontada, Old Camp, Sorowako Lama, Lawewu, Tapulemo, Sorowako, Tambeha, Otuno, He-Jai, Lamoare, Sumasang, Tapuondau. Sedangkan wilayah permukiman penduduk terletak di Salonsa, Pontada, dan *Old Camp* (bagi karyawan PT Vale), wilayah Sorowako Lama, yang secara administratif bernama Desa Nikkel, diidentikkan sebagai permukiman penduduk asli Sorowako. Daerah Sorowako Baru, Sumasang (I dan II) dan Magani adalah kawasan permukiman campuran dari karyawan PT Vale dan berbagai etnis pendatang, kontraktor lokal, pedagang pasar, dan sebagian penduduk asli Sorowako lainnya.

Laju pertumbuhan penduduk kawasan ini pada 2011-2012 sebesar -1,53 % per tahun. Artinya, terjadi penurunan jumlah penduduk dari tahun 2011 sebanyak 23.082 jiwa menjadi 21.005 jiwa pada akhir 2012 (Sensus Penduduk, BPS, 26 Desember 2011-25 Februari 2012). Dari jumlah itu, 11.055 jiwa adalah penduduk laki-laki dan perempuan berjumlah 9.833 jiwa. Desa terpadat adalah Desa Nikkel dengan tingkat kepadatan penduduk sebesar 60 orang/km<sup>2</sup>, sedang desa terendah adalah Desa Nuha dengan kepadatan 5 orang/km<sup>2</sup>. Penduduk usia kerja Sorowako tahun 2011 berjumlah 19.831 jiwa, 11.311 jiwa atau 62,31 persen merupakan angkatan kerja dan sisanya sebanyak 8520 orang atau 27,69 persen bukan angkatan kerja. Tahun 2011, jumlah keluarga di Sorowako sebanyak 4.158 KK, dengan jumlah prasejahtera 777 KK, keluarga sejahtera I sebanyak 340 KK,

keluarga sejahtera II sebanyak 1.541 KK, keluarga sejahtera III 1.567 KK, dan keluarga sejahtera III+ sebanyak 633 KK (Nuha dalam Angka 2012) dalam Muhammad (2017)).

Secara ekonomi, Sorowako merupakan sebuah wilayah yang memiliki banyak potensi perekonomian, terlebih lagi karena potensi dan eksistensinya dibarengi dengan keberadaan dan tumbuh kembang perusahaan PT Vale. Sebab berada di kawasan lingkaran tambang, sebagian besar masyarakat Sorowako bekerja sebagai karyawan PT Vale, baik masyarakat di Sorowako maupun daerah sekitar seperti Malili, Wawondula, dan Wasuponda (yang juga merupakan daerah pemberdayaan perusahaan). Hal tersebut menjadi salah satu faktor tumbuh dan berkembangnya banyak industri/perusahaan pendukung yang muncul, seperti kontraktor *Commanditaire Vennootschap* (CV) dan Perseroan Terbatas (PT), baik barang maupun jasa berskala lokal, nasional, dan internasional.

Menurut informasi dalam situs resmi PT Vale, terdapat sekitar 279 kontraktor lokal, 758 kontraktor nasional, dan 176 kontraktor internasional yang terdaftar dalam dokumen pra-kualifikasi.

Perdagangan merupakan salah satu penghasilan yang sangat menguntungkan di wilayah lingkaran tambang Sorowako. Banyak pendatang dari luar daerah meningkatkan permintaan kebutuhan hidup, sehingga memerlukan pasokan yang memadai untuk memenuhi hajat warga. Tidaklah mengherankan bila orang-orang dari berbagai daerah menuju kawasan ini tidak hanya sebagai pekerja di perusahaan, tapi juga dengan tujuan berdagang barang dan jasa. Kesibukannya dapat kita temui di Pasar Tradisional Malindungi di Sorowako Lama, Pasar F (pasar semi-modern) yang terletak di permukiman Blok F Desa Magani, dan Pasar Sumasang yang berada di permukiman Sumasang.

Untuk bidang pertanian, Desa Nikkel merupakan satu-satunya desa yang menyediakan lahan persawahan yang ada di Sorowako. Menurut laporan Kecamatan Nuha Dalam Angka 2012, terdapat lahan persawahan dengan luas 1.765 ha di Sorowako. Sementara di bidang perkebunan, tidak dapat ditafsirkan luas lahan, karena setelah adanya konversi lahan menjadi lahan tambang masyarakat, titik perkebunan berada di daerah yang cukup jauh dari kawasan tambang, seperti di Matano, Nuha, Bure, Batu Merah, dan Taipe.

Berdasarkan laporan yang sama, jumlah produksi ternak Sorowako per tahun 2012: sapi 132 ekor, kambing 42 ekor, sedangkan unggas terdiri dari ayam 221 ekor dan itik/bebek 60 ekor. Bidang perikanan, warga hanya menangkap ikan untuk dikonsumsi harian. Namun terdapat pula ikan hias khas Sorowako, yakni Ikan Bottini dan Ikan Opudi.

Dalam aspek aksesibilitas dan angkutan, Sorowako merupakan daerah penghubung (hub) antara wilayah Sulawesi Selatan dan Sulawesi Tengah. Akses memasuki wilayah Sorowako dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu:

1. Jalur darat: menggunakan bus umum atau kendaraan pribadi (mobil/motor) berjarak tempuh kurang lebih dua belas jam dari Makassar-Sorowako. Sedangkan untuk rute dari Sulawesi Tengah, Morowali-Sorowako, dapat melalui jalur darat dengan waktu tempuh 4 jam.
2. Jalur udara: pesawat penumpang berukuran sedang yang hanya disediakan oleh PT Vale Indonesia Tbk. dengan rute Makassar Sorowako selama kurang lebih satu jam.
3. Jalur perairan: menyeberangi Danau Matano menggunakan perahu rap atau katinting dengan rute Sulawesi Tengah-Sorowako dan sebaliknya, dengan waktu tempuh sekitar tiga jam.

### 5.1.3. Sejarah Komunitas di Sorowako

Topografi Pulau Sulawesi berkarakteristik dataran tinggi, pegunungan, dan sungai-sungai. Kondisi geografis ini mempengaruhi cara berkembang populasi dan derajat keanekaragaman bahasa dan dialek masyarakat yang ada di dalamnya. Dalam perkembangan Indonesia kontemporer, Sorowako merupakan bagian dari wilayah Sulawesi Selatan. Orang asli (*indigenous*) Sorowako sebagian besar sangat dipengaruhi oleh orang-orang Bugis yang mendominasi kelompok linguistik di jazirah selatan Sulawesi. Namun demikian, orang Sorowako juga sangat berhubungan dengan orang-orang Mori yang berada di Sulawesi Tengah, secara kultural dan linguistik (Robinson, 1986:55) dalam Muhammad (2017)).

Bahasa asli Mepau yang selama ini digunakan oleh orang asli Sorowako memiliki dialek Mori, salah satu kelompok masyarakat yang berbahasa Bungku-Laki di Sulawesi Tengah dan Tenggara. Mengutip J. Kruyt, Robinson mengemukakan bahwa orang asli Sorowako berbahasa dan memiliki kesamaan dialek dengan orang Mori yang berbasis sosial di Tinompo (J. Kruyt 1919: 329 dalam Robinson, 1986:57) dalam Muhammad (2017)). Dengan memperlihatkan sebuah peta Sulawesi abad 19, Kruyt menambahkan, masyarakat yang tinggal di dataran tinggi atau pegunungan bagian tengah pulau Sulawesi umumnya adalah pengolah ladang dan penjelajah hutan. Pada wilayah yang lebih rendah, terdapat wilayah pedesaan yang terdiri dari tiga puluh sampai lima puluh rumah, sementara pada saat yang sama, di wilayah dataran tinggi, desa hanya memiliki sekitar sepuluh sampai dua puluh rumah saja (Robinson 1986) dalam Muhammad (2017)). Pendatang dari Eropa ke Sorowako pada penghujung abad menjadi lebih banyak dan bahkan lebih besar daripada penduduk desa. Hal ini diakibatkan karena daya tarik yang begitu besar dari pantai Danau Matano yang memberikan keuntungan, baik dalam memproduksi

makanan maupun dalam hal perdagangan. Penduduk asli Sorowako juga dikenal selama berabad-abad sebagai pandai besi (*blacksmith*) yang mengolah 'bara besi' menjadi peralatan rumah tangga dan juga peralatan pertanian. Meskipun kecil, namun produksi dari komoditas ini dianggap memberikan kontribusi yang besar terhadap bertambahnya jumlah penduduk, dan semakin besar wilayah desa (Robinson 1986) dalam Muhammad (2017)).

Hingga bagian akhir abad ke-19, wilayah bagian tengah Pulau Sulawesi sudah banyak mendapatkan perhatian, meski perdagangan dalam wilayah hutan seperti itu hanya menghasilkan getah damar dan rotan yang didorong oleh aktivitas perdagangan Belanda di Indonesia. Melimpahnya getah damar dan rotan juga menarik perhatian para pedagang Bugis dari wilayah Sulawesi bagian barat untuk memperdagangkannya ke seluruh jazirah Sulawesi. Model perdagangan internal dari wilayah bagian tengah Sulawesi ini, terutama perdagangan biji besi, juga telah lama menarik minat para penguasa Bugis yang ada di Luwu.

Menurut hasil penelitian Robinson (1986) dalam Muhammad (2017), secara umum masyarakat Sorowako tidak mengetahui pasti pada bagian mana relasi masa lalu mereka dengan sejarah daerah lain di Indonesia. Metodologi yang digunakan Robinson dalam penelitiannya adalah dengan berusaha menyatukan mosaik asal usul masyarakat Sorowako berdasarkan sumber-sumber tertulis yang ada dan sejarah lisan dari masyarakat itu sendiri. Dengan cara seperti itu, Robinson mendapatkan kesimpulan bahwa tidak ada sejarah dari wilayah dan masyarakat Sorowako yang pernah diterbitkan. Masyarakat Sorowako mendefinisikan sejarah mereka berdasarkan pengalaman-pengalaman masa lalu yang diturunkan oleh para pendahulu mereka melalui cerita lisan. Publikasi sejarah utama yang dimiliki oleh Robinson hanyalah sumber sejarah yang terkait dengan Sulawesi Selatan (terutama

saat Belanda mengambil alih Sulawesi bagian tengah) milik de Klerk (1938) dan Vlekke (1965) yang tentu saja merupakan versi Belanda, serta sumber lain adalah publikasi seorang peneliti lokal, HM. Sanusi Daeng Mattata berjudul Luwu dalam Revolusi (Mattata, 1962) yang secara khusus memperhatikan daerah Luwu, terutama wilayah sekitar Danau Matano (Robinson 1986:82) dalam Muhammad (2017)). Mempertegas kesimpulannya, Robinson menulis bahwa:

*"It should not be assumed that this represents, a baseline beyond which we can assume life in Soroako was static, unchanging, or 'traditional'... With respect to their history, the Soroakans have a truncated oral tradition. Many people had little or no memory of many of the events discussed below. However, in a profound way, their identity has been shaped by a sense of themselves as formed by past events..."* (Robinson 1986:59) dalam Muhammad (2017)).

("Kita tidak dapat berasumsi bahwa kehidupan di Soroako bersifat statis, tidak pernah berubah, atau (tradisional'... Menghormati sejarah mereka, (menurut saya) orang-orang Soroako memiliki sebuah tradisi bercerita yang singkat. Kebanyakan masyarakat memiliki sedikit atau bahkan tidak memiliki ingatan sama sekali tentang asal-usul mereka. Meskipun demikian, identitas mereka saat ini, dibentuk oleh peristiwa-peristiwa pada masa lalu...")

Berdasarkan penjelasan Robinson di atas, dapat dikatakan bahwa sejarah masyarakat Sorowako ditentukan oleh bagaimana pengalaman-pengalaman masa lalu diteruskan turun temurun dari generasi ke generasi melalui metode penceritaan, karena tidak ditemukan satu pun dokumen tertulis tentang sejarah asal-usul komunitas masyarakat setempat. Oleh karena itu, identitas komunal juga dapat ditentukan oleh bagaimana aktor-aktor lokal yang berpengaruh secara politik

mencentakan kembali masa lalu mereka, berdasarkan versi mereka masing-masing, atau yang menurut Robinson (terpotong-potong).

Di Sorowako, setidaknya terdapat tiga (potongan versi sejarah asal usul masyarakat sekitar Danau Matano. Versi yang paling sering ditemukan adalah tentang asal nama "Sorowako". Menurut Robinson (1986) dalam Muhammad (2017)), cerita tentang asal-usul nama Sorowako dimulai ketika musuh menguasai Desa Hela'i dengan membakar seluruh desa tersebut. Peristiwa itu menyebabkan masyarakat beramai-ramai mulai meninggalkan desa, dipimpin seorang tadulako (pimpinan perang) bernama Tosalili, ditemani oleh Opu Bintao Wita yang berasal dari Luwu, mencari tempat baru. Rombongan itu kemudian menyusuri pinggiran Danau Matano hingga akhirnya mencapai Sungai Lawewu. Di tepi sungai, tiba-tiba anjing menggonggong ke arah tumbuhan semak. Opu Bintao menunjuk sebuah pohon yang tumbuh di antara semak tersebut, sambil bertanya kepada Tosalili, apakah dia tahu nama pohon tersebut. Tosalili tidak tahu. Opu Bintao pun mengatakan bahwa nama pohon itu adalah serewako. Beberapa saat setelah Opu mengatakan itu, tiba-tiba anjing berhasil menangkap seekor rusa yang berada di antara semak sekitar pohon itu. Opu lantas mengisyaratkan bahwa peristiwa itu adalah pertanda baik, lalu menyarankan agar Tosalili mulai membangun permukiman di situ. Sekitar dasawarsa 1970-an, warga setempat masih dapat mengidentifikasi di mana pohon 'serewako' banyak tumbuh. Namun kini, pohon tersebut sudah tidak ada lagi. Bahkan tidak ditemukan lagi spesimen atau contoh yang memiliki kemiripan identitas secara genetik pohon tersebut.

Dari segi kesejarahan di atas, ini menjadi menarik lantaran terdapat keserupaan dengan pola bermulanya sebuah perkampungan Bugis. Menurut Mattulada (1982), pada era sebelum masuknya Islam di Sulawesi Selatan, setiap



perkampungan Bugis selalu ditandai dengan tumbuhnya sebuah pohon (beringin) sebagai pusatnya. Pusat kampung itu selalu dianggap suci dan dikeramatkan karena dianggap sebagai tempat kelahiran asal usul pendiri perkampungan tersebut (Mattulada 1982:7 dalam Robinson 1986:82) dalam Muhammad (2017)).

Versi tentang sejarah masyarakat asli Sorowako berikutnya bisa dijumpai melalui dokumentasi komunitas masyarakat Pasitabe' (Pado'e, Karunsie, dan Tambe'e) yang sekarang mendiami sebagian besar wilayah Wasuponda. Menurut beberapa salinan yang bertahun 1978, 1998, dan 2010, asal-usul masyarakat asli Sorowako tidak bisa dilepaskan dari keberadaan orang-orang Suku Mori dari Sulawesi bagian tengah. Sebuah petikan salinan yang dibuat di Tentena Sulawesi Tengah tanggal 11 Oktober 1978 oleh Pendeta J. Vilsser, Pendeta M. Papasi, dan Heji Lapasila dan direproduksi oleh E. Waeo pada tahun 2009 di Wasuponda, menjelaskan bahwa dalam sejarahnya:

"Orang-orang Mori mendiami tiga wilayah, yaitu Mori Atas, Mori Bawah, dan wilayah sekitar Danau Matano dan Danau Towuti yang disebut Malili-Nuha. (Selain itu) orang-orang Mori juga dapat dibagi dalam beberapa suku-suku.... (disebutkan sebanyak 25 suku, termasuk To Karunsie, To Tambe'e, dan To Nuha)..." (Petikan Salinan "Sejarah Kebudayaan Orang-Orang Mori", Komunitas Pasitabe, 2009) dalam Muhammad (2017)).

Lebih jauh menurut salinan tersebut, penduduk asli wilayah Nuha tidak lain adalah empat anak suku yang meninggalkan Suku Mori, induk sukunya. Keempatnya adalah (1) To Molioa/Dodoe, yang ketika menetap di Nuha mengganti nama menjadi To Bangkano-Kalende, lalu mengganti nama lagi menjadi To Pado'e dengan wilayah meliputi Matompi, Wawondula, Lioka, Koro, Tabarano, Togo, Lasulawai, Kawata, Kore-Korea, Pabeta, sebagian Angkong, dan sebagian

Laro'eha: (2) To Ulu-Uwoi yang berubah nama menjadi To Landaki/Landangi dan berubah lagi menjadi To Tambe'e, meliputi wilayah Landangi, Koropansu, dan Korolansa; (3) To Watu yang berubah nama jadi To Wita-Morini dan berganti lagi sebagai To Karunsi'e yang meliputi wilayah Dongi, Sinongko, dan Pae-Pae; (4) To Ngusu Mbatu/Tinompo yang menjadi To Raha Mpu'u dan berubah lagi sebagai To Nuha dengan kawasan meliputi Rahampu'u, Matano, Sorowako, Nuha, Salukumo, Lee, Saemba, Pancaroba, Tetepolo, Tanasumpu, dan Korolemo.

Sebagai simbol adat, keempat anak suku Mori yang berpindah dan menetap di Nuha kemudian menyepakati sebuah lambang persatuan yang berbentuk lumbung dengan tiga bagian perlambangan, yaitu atap sebagai perlambangan suku To Nuha/Ihi Inia, badan lumbung sebagai perlambangan suku To Tambe'e, dan kaki lumbung sebagai perlambangan suku To Karunsi'e.

Sebelum Reformasi, dinamika politik lokal yang ada di Sorowako tidaklah begitu tinggi. Berdasarkan penelitian Robinson (1986) dalam Muhammad (2017)), wilayah Sorowako yang terletak di sekitar Danau Matano secara otomatis identik dengan kekuasaan Makole Matano sebagai subjek penguasa. Untuk wilayah yang lebih luas (melampaui Sorowako), pengaruh dan kendali terwujud akibat terbentuknya aliansi antara Makole dan para pemimpin lokal, yang diikat oleh perjanjian pasca perang di sekitar wilayah itu agar selalu lebih dekat dengan Makole. Mengutip Anderson (1972) dan Matheson (1975), Robinson mengatakan bahwa ini adalah sebuah karakteristik bentuk praktik politik pra-kolonial yang lazim terdapat di Asia Tenggara, yang selalu memusatkan segala sesuatunya kepada aktor yang berkuasa dan memiliki sumber daya kekuasaan (Robinson 1986) dalam Muhammad (2017)).

Pola-pola kehidupan politik ini juga tercermin dalam hubungan antara Makole sebagai penguasa wilayah sekitar Danau Matano dengan Kedatuan Luwu. Dalam penelitian Robinson, beberapa mantan Makole Matano secara eksplisit mengatakan, mereka, wilayah, dan pengaruh kekuasaan merupakan bagian dari Kedatuan Luwu. Mereka secara sadar ingin menjadi bagian dari wilayah Kedatuan Luwu dengan motif yang hingga saat ini belum jelas. Namun demikian, bersatunya Sorowako sebagai wilayah kekuasaan Makole Matano tidak terjadi begitu saja. Hubungan politik tersebut lebih sering diformalkan dalam bentuk perkawinan antara anak perempuan Makole Matano dengan putra mahkota atau bangsawan Luwu (Robinson 1986:62) dalam Muhammad (2017)). Pola hubungan politik ini juga diwarnai oleh apa yang disebut AC Kruyt sebagai "...He (Makole) *had been a vassal of Luwu, but asserted his independence* (Meski Matano adalah wilayah yang tunduk pada Kedatuan Luwu, namun tetap saja Makole Matano menginginkan otonomi" (Kruyt dalam Robinson 1986:63) dalam Muhammad (2017)).

Hal ini dapat terjadi karena selain kenyataan Bugis yang percaya pada konstruksi To Manurung, masyarakat Matano juga meyakini hal yang sama, bahwa penguasa Matano juga turun ke bumi melalui pusat Danau Matano, namun dengan enam orang pengawal yang menyebar ke beberapa tempat di sekitar Matano. Masyarakat Matano memasukkan Datu Luwu dan Arumpone (penguasa Bone) sebagai para pengawal perlambangan suku To Tambe'e, dan kaki lumbung sebagai perlambangan suku To Karunsi'e. Suku To Padoe tidak memiliki simbol di perlambangan tersebut, sebagai bentuk pengorbanan suku To Padoe terhadap persatuan antara beberapa etnis yang ada selama ini di Sorowako (Petikan Salinan "Sejarah Kebudayaan Orang-Orang Mori", Komunitas Pasitabe, 2009) dalam Muhammad (2017)).

Identitas kultural yang ada di Sorowako memang tampak tidak begitu jelas asal-usulnya. Menurut argumen Robinson (1986), identitas yang paling menonjol dari orang-orang Sorowako dalam konteks lingkaran tambang harus dilihat sebagai sebuah respons atas hubungan antar kelas yang terjadi pada dunia modern (Robinson 1986: 66) dalam Muhammad (2017)). Dalam situasi itu setiap orang Sorowako mengidentifikasi diri mereka sebagai sanak-saudara (*kinsperson*) dengan yang lain. Kalimat "*there are no outsiders* (tak ada orang lain)" telah lama menjadi pernyataan umum dan semacam ideologi kolektif di antara mereka. Kendati demikian, Robinson tetap menaruh kewaspadaan bahwa orang-orang Sorowako sengaja menggunakan strategi garis keturunan karena tendensi untuk merupakan hubungan-hubungan genealogis satu atau dua generasi sebelum mereka (Robinson 1986) dalam Muhammad (2017)).

Dalam praktik sosial yang ada, seseorang akan dianggap sanak saudara karena telah dipandang sebagai sesama orang asli Sorowako, anggota dari sistem kolektif tersebut. Jadi identitas orang Sorowako terbentuk lebih disebabkan kolektivitas daripada karena memiliki aspek genealogi (Robinson 1986, 67) dalam Muhammad (2017)). Fenomena ini telah dijelaskan sebelumnya oleh Robert Park, sosiolog Universitas Chicago pada tahun 1914, sebagai fenomena akulturasi (dalam Padilla dan Perez 2003, 36) dalam Muhammad (2017)). Dengan menggunakan model tiga tahap: *contact – accommodation – assimilation*, Park menjelaskan bahwa kontak antar-masyarakat dari kultur yang berbeda mendorong mereka selalu mencari jalan untuk saling mengakomodasi (kepentingan mereka) agar konflik di antara mereka dapat diminimalisasi. Demikian pula dengan kontak antar-kelompok dengan komunitas etnis yang berbeda. Lebih lanjut, menurut Park, sementara masyarakat pendatang 'belajar' untuk mengakomodasi kultur dominan, atau kultur

yang lebih dulu ada, pada saat yang sama sebuah proses asimilasi kultural terjadi melalui aktivitas kawin-mawin antar mereka secara alamiah (Park dalam Padilla dan Perez 2003) dalam Muhammad (2017)).

Dalam model akulturasi Park, identitas kultural masyarakat Sorowako yang tidak memiliki basis asal-usul seperti yang dikemukakan Robinson (1986), menjadi semakin mudah dipahami bila ditinjau dari beberapa versi penelusuran historis sejarah masyarakat asli Sorowako yang telah dikemukakan sebelumnya. Dalam kedua versi umum tentang sejarah asal-usul masyarakat Sorowako yang telah dipaparkan, jelas tergambar bahwa aspek kolektivitas merupakan faktor yang berpengaruh dalam sejarah perkembangan masyarakat Sorowako.

#### **5.1.4. Dinamika Politik Lokal**

Sorowako adalah sebuah kota kecil di wilayah lingkaran tambang yang dikuasai oleh PT Inco berdasarkan Kontrak Karya 1968 yang telah diperbaharui pada tanggal 15 Januari 1996. Meski merupakan kota tambang yang mandiri, Sorowako tetap tunduk dan patuh pada wilayah induknya, yaitu Kabupaten Luwu Timur yang juga merupakan wilayah administratif dari Sulawesi Selatan.

Banyak catatan historis yang menjelaskan dinamika politik lokal di wilayah ini. Beberapa di antaranya adalah milik (Andaya (1981), Macknight (1981), dan Reid (1981) dalam Muhammad (2017)). Andaya dan Macknight menjelaskan bagaimana hubungan antara perdagangan eksternal dan pembangunan kekuatan politik yang tersentralisasi di Sulawesi bagian tengah, sedangkan Reid (1981) mengurai bagaimana kerajaan-kerajaan di Jawa, terutama Majapahit, membangun kekuatan mereka dengan senjata pusaka yang besinya berasal dari wilayah sekitar Danau Matano yang diperdagangkan melalui Sukoyo, sebuah tempat yang berada di seberang Danau Matano (Reid, 1981 dalam Robinson 1986:65) dalam Muhammad

(2017)). Dari ketiga penjelasan tersebut, tampak bahwa Luwu memang berkepentingan terhadap besi yang berasal dari Matano dan peralatan besi yang bernilai tinggi, yang dikerjakan oleh para pandai besi Sorowako (Robinson, 1986) dalam Muhammad (2017)).

Dinamika politik ini berakhir ketika peran Makole berangsur hilang dan hampir semua keturunan bangsawan Luwu menetap di Palopo. Namun hubungan ini kembali dimunculkan ketika Sulawesi bagian tengah dianeksasi oleh Belanda pada tahun 1905-1906. Mereka mengangkat kembali Makole sebagai penguasa tidak langsung dari Distrik Nuha (Robinson 1986:67) dalam Muhammad (2017)). Kondisi ini berlangsung hingga awal era kemerdekaan sekitar tahun 1950-1965, yang ketika itu masyarakat Sorowako menjadi objek berbagai tindak kekerasan yang muncul sebagai konsekuensi terjadinya turbulensi politik antara TNI - DI/TII pimpinan Kahar Muzakkar. Selama pergolakan itu, sebagian besar masyarakat Sorowako hidup menderita dan ketakutan. Banyak penghuni Sorowako melarikan diri ke hutan belantara demi menyelamatkan diri dan keluarga. Akan tetapi, situasi ini tidak berlangsung lama. Perpindahan kepemimpinan dari pemerintahan nasionalis Sukarno ke pemerintahan Soeharto (yang lebih ramah terhadap investasi asing) menyebabkan Sorowako menjadi sebuah daerah yang lebih terbuka. Kontrak Karya yang ditandatangani pemerintah Soeharto dengan perusahaan internasional nikel asal Kanada pada tahun 1968 membuat kehidupan masyarakat Sorowako berangsur-angsur pulih demikian pula kelompok masyarakat yang hidup dalam pelarian di hutan Sulawesi Tengah kembali ke tanah asalnya.

Namun demikian, situasi ini memungkinkan terjadinya perubahan sosial yang masif di Sorowako. Pada awalnya mereka menggantungkan hidup dari mengolah tanah sebagai lahan pertanian dan Danau Matano sebagai sumber nutrisi

perikanan, menjadi sangat bergantung pada keberadaan PT Inco, perusahaan yang memproduksi nikel untuk kebutuhan industri dunia. Dalam situasi yang seperti ini, hubungan politik mereka dengan pihak-pihak yang memiliki kekuatan dan kekuasaan seperti Kedatuan Luwu di masa lalu menjadi semakin lemah. Relasi kuasa masyarakat kerajaan perlahan hilang, digantikan oleh relasi kuasa perusahaan masyarakat yang mulai berkembang.

Sesudah bergulirnya reformasi, dinamika politik di daerah memasuki era baru. Aktor, institusi, dan budaya lokal mulai bermunculan dan memainkan peran yang signifikan dalam kancah politik lokal. Aktor-aktor lokal yang terorganisir dan memiliki simbol-simbol kultural lokal kembali berada di panggung politik setelah selama 32 tahun era Orde Baru berkuasa mereka relatif tidak memiliki peran apapun dalam sistem politik dan dalam dinamika politik lokal (Pengantar, Baswedan dalam Nordholt Klinken [ed.] 2007: ix - xii) dalam Muhammad (2017)). Robohnya rezim Suharto pada tahun 1998 memaksa kita untuk tidak lagi melihat Indonesia dalam sebuah bingkai negara sentralistik yang kuat, melainkan melihatnya sebuah model yang memberikan ruang yang lebih besar bagi kehidupan politik yang semakin terfragmentasi (Norholdt dan Klinken 2007: 4) dalam Muhammad (2017)).

Munculnya kembali kekuatan aktor-aktor lokal memberi nuansa baru hubungan-hubungan politik di Sorowako. Sidney Tarrow dalam karyanya *Power in Movement* (1983) dalam Muhammad (2017)) menjelaskan tesis bahwa "gerakan sosial akan lahir ketika peluang politik diperlebar". Bagi Tarrow, istilah peluang politik merujuk pada tingkat penerimaan sistem politik terhadap para penantanganya (*opponents*); "struktur peluang politik" merujuk pada dimensi politik yang menciptakan kesempatan atau fleksibilitas untuk melakukan perlawanan.

Dimensi politik spesifik yang digambarkan oleh Tarrow sebagai peluang politik yang menguntungkan adalah meningkatnya akses terhadap kekuatan politik, instabilitas jalannya politik (*political alignment*), kehadiran (atau absennya) sekutu yang kuat dan konflik di antara elite politik.

Tarrow juga mencatat bahwa gerakan sosial dapat merebut dan menciptakan peluang politik melalui jaringan sosial yang ada, bermitra dengan gerakan sosial lainnya dengan memproduksi kerangka aksi dan identitas bersama yang dapat membantu melanggengkan gerakan sosial.

Kondisi yang digambarkan Tarrow (1983) dalam Muhammad (2017) tersebut juga terjadi di Sorowako. Hadirnya sistem politik yang lebih terbuka di Indonesia (pasca Reformasi) membuka jalan bagi lahirnya sebuah gerakan sosial yang memiliki kemampuan merebut dan menciptakan peluang politik bagi aktor-aktor politik lokal, terutama dalam memperebutkan sumber daya yang didominasi oleh bukan hanya negara, namun juga perusahaan asing seperti PT Inco (kemudian menjadi PT Vale). Gerakan ini menggunakan instrumen jaringan sosial yang telah ada dan bermitra dengan gerakan sosial lainnya memproduksi kerangka aksi dan identitas bersama yang dapat membantu melanggengkan gerakan sosial. Di Sorowako, gerakan sosial mendapatkan perhatian besar dari perusahaan. Ini bukan cuma lantaran terkait kewajiban sosial perusahaan dalam Kontrak Karya yang mewajibkan tercapainya peningkatan akses terhadap kesejahteraan bagi masyarakat asli Sorowako; tapi karena ini juga tumpang tindih dengan berbagai kepentingan politik dari aktor-aktor yang kerap kali menggunakan struktur dan sistem politik yang ada di tingkat lokal sebagai tameng eksistensi gerakan mereka.

#### 5.1.5. Profil PT. Vale Indonesia, Tbk

PT Vale mempunyai sejarah sejak Indonesia belum merdeka. Diawali dengan eksplorasi di wilayah Sulawesi bagian timur pada tahun 1920-an. Kegiatan eksplorasi, kajian dan pengembangan tersebut terus dilanjutkan pada periode kemerdekaan dan selama masa kepemimpinan Presiden Soekarno. PT Vale (yang saat itu bernama PT International Nickel Indonesia) didirikan pada bulan Juli 1968. Kemudian di tahun tersebut PT Vale dan Pemerintah Indonesia menandatangani Kontrak Karya (KK) yang merupakan lisensi dari Pemerintah Indonesia untuk melakukan eksplorasi, penambangan, dan pengolahan bijih nikel. Sejak saat itu PT Vale memulai pembangunan smelter di Sorowako, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan.

Melalui Perjanjian Perubahan dan Perpanjangan yang ditandatangani pada bulan Januari 1996, KK tersebut telah diubah dan diperpanjang masa berlakunya hingga 28 Desember 2025. Pada bulan Oktober 2014, PT Vale dan Pemerintah Indonesia mencapai kesepakatan setelah renegosiasi KK dan berubahnya beberapa ketentuan di dalamnya termasuk pelepasan areal KK menjadi seluas hampir 118.435 hektar. Ini berarti luasan areal KK telah berkurang hingga hanya 1,8% dari luasan awal yang diberikan oleh Pemerintah Indonesia pada saat penandatanganan KK tahun 1968 seluas 6,6 juta hektar di bagian timur dan tenggara Sulawesi akibat serangkaian pelepasan areal KK.

Berdirinya PT Vale Indonesia, Tbk (PT Vale) sebagai raksasa tambang nikel dunia diawali dengan keberadaan pendahulunya, PT International Nickel Indonesia (PT Inco) Tbk. Secara garis besar, keberadaan perusahaan ini terdiri beberapa periode, yaitu periode tahun 1968-1973 sebagai periode eksplorasi dan studi kelayakan; rentang waktu 1973-1978 sebagai periode pembangunan fasilitas

pertambangan dan pabrik produksi; tahun 1978-1986 sebagai masa produksi dengan kerugian; tahun 1987-2004 sebagai periode produksi dengan keuntungan dan perluasan; tahun 2005 - 2006 sebagai periode transisi Inco-Vale; dan berlanjut tahun 2006 hingga sekarang yang dikenal sebagai periode Vale.

Periodisasi tersebut didahului oleh penemuan biji nikel oleh Kruyt yang berkebangsaan Belanda dalam sebuah ekspedisi penelitian bijih besi di wilayah pegunungan Verbeek di Sulawesi pada tahun 1901. Pada tahun 1937, Fiat Elves, seorang ahli geologi dari Inco Limited Kanada, diundang oleh sebuah perusahaan eksplorasi nikel Belanda yang bernama *Mijnbouw Matschappij Celebes* (MMC) untuk melanjutkan studi tentang endapan nikel laterit di Sorowako. Setelah beberapa lama, pada tahun 1966 Pemerintah Indonesia melalui Departemen Pertambangan melakukan survei geologi yang lebih komprehensif melalui sebuah unit proyek yang bernama "Proyek Nikel Malili" di bawah pimpinan proyek Ir. Hitler Singawinata. Bersama dengan rekannya, Beni Wahyu dan Rumengan Musu, Hitler berhasil menyelesaikan survei tersebut dan mempersiapkan sebuah laporan yang kemudian menjadi dasar bagi dilaksanakannya tender internasional tahun 1967.

Ketika Pemerintah Indonesia membuka tender internasional, terdapat enam perusahaan asing yang berminat mengikuti tender tersebut, yakni Inco Limited Kanada, Societe Le Nickel (SLN) Prancis, MITI/Sumitomo Jepang, Kaiser Aluminium Amerika Serikat, US Steel Amerika Serikat, dan Sherrit Gordon Kanada. Pada 29 Januari 1968 Inco Limited Kanada memenangkan tender tersebut. Enam bulan kemudian, 25 Juli 1968, sebuah anak perusahaan bernama PT International Nickel Indonesia (PTI) resmi berdiri untuk kemudian menandatangani sebuah Kontrak Karya pertambangan pada 27 Juli 1968.

Setelah Kontrak Karya ditandatangani, kegiatan eksplorasi berskala penuh dimulai di daerah eksplorasi seluas 6,6 juta hektar, yang mencakup beberapa bagian dari tiga provinsi di Sulawesi (Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, dan Sulawesi Tenggara). Dari total luasan itu, sampai tahun 1979, perusahaan bertahap mengembalikan lahan itu kepada Pemerintah hingga luasnya menciut menjadi 218.500 hektar atau menjadi sekitar 3 persen saja yang dianggap bernilai ekonomis dan layak ditambang (118.400 hektar (54,2%) di Sulawesi Selatan, 63.500 hektar (29%) di Sulawesi Tenggara, dan 36.600 (16,8%) hektar berada di Sulawesi Tengah).

PT Inco memulai konstruksi pabrik pada 1973 dengan satu jalur pengolahan *pyrometallurgy* dan fasilitas-fasilitas terkait. Pada 1975 perusahaan memulai konstruksi dua jalur pengolahan tambahan dan satu instalasi pembangkit listrik tenaga air. PT Inco memulai produksi komersial pertama pada April 1978.

Pada tahun 1988, Inco Limited menjual 20 persen sahamnya atas PTI kepada Sumitomo Metal Mining, Co., Ltd., sebuah perusahaan Jepang. Akhirnya pada 16 Mei 1990, Inco Limited kembali menjual 20 persen saham atas PTI kepada publik dan mencatatkan PTI dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dan menyisakan 58,19 persen saham PTI. Pencatatan perusahaan di lantai bursa merupakan upaya agar pengelolaan perusahaan dapat lebih profesional, kredibel, dan lebih terbuka, karena publik yang memiliki sahamnya dapat ikut mengontrol perkembangan perusahaan ke arah yang lebih baik.

Pada 1993 PT Inco berhasil menyelesaikan perluasan fasilitas pengolahan sehingga kapasitas produksi nominal per tahun meningkat dari 36.300 metrik ton nikel dalam matte menjadi 47.600 metrik ton. Pada 15 Januari 1996, PT Inco menandatangani Perjanjian Perubahan dan Perpanjangan Kontrak Karya pertama

yang semula berakhir 1 April 2008 menjadi 28 Desember 2025. Sejalan dengan perpanjangan tersebut, PT Inco menyelesaikan ekspansi berskala besar pada 1999 sehingga kapasitas terpasang tahunan menjadi 68.000 metrik ton nikel dalam matte. Pada tahun itu pula dibangun lagi satu pembangkit listrik tenaga air baru yang terletak di wilayah Balambano.

Tahun 2003, PT Inco membangun daerah penambangan baru di wilayah Petea (sebelah timur Danau Matano), berdekatan dengan wilayah timur penambangan bijih (ore body atau bijih nikel kasar) PT Inco dengan pertimbangan bahwa hasil penelitian menunjukkan kawasan Petea mengandung 5 juta ton cadangan mineral terbukti dengan kualitas 1,81% nikel dan 24 juta ton cadangan mineral terduga dengan kualitas 1,78% nikel. Untuk itu, perusahaan melakukan investasi sebesar US\$11.8 juta.

Februari 2003, PT Inco menandatangani perjanjian dengan PT Aneka Tambang (Antam) untuk bersama membangun daerah kontrak di Sulawesi Tenggara. PT Inco akan menambang bijih saprolitik (bijih nikel kadar tinggi) di wilayah timur Pomalaa, sedang Antam akan melakukan proses peleburan (smelting). PT Inco berencana memulai mengirim bijih dari Pomalaa ke tempat peleburan Antam pada pertengahan tahun 2005. Pada tahun 2003 juga, untuk pertama kali, PT Inco berhasil melampaui kapasitas terpasang dengan produksi 70.216 metrik ton. Sejak itu, perusahaan secara konsisten memproduksi nikel dalam matte di atas kapasitas tersebut.

Pada tahun 2004, PT Inco memulai pengeboran di Bahodopi dan Pomalaa, serta uji coba penambangan bijih di Petea. Pada tahun 2004, PT Inco melakukan tahap pertama dari rencana optimalisasi besar-besaran yang direncanakan akan menelan biaya US \$275-580 juta dengan membangun bendungan ketiga di

Karebbe, Sungai Larona, untuk meningkatkan kapasitas listrik tenaga air dari 275 MW ke 365 MW.

Pada tahun 2005, perusahaan berhasil memasang teknologi *Bag House System* di Tanur Listrik No. #4. Alat ini mampu mengurangi emisi debu tanur listrik hingga berada di bawah ambang batas ketentuan Pemerintah.

Pada 24 Oktober 2006, *Companhia Vale do Rio Doce* (CVRD) perusahaan bijih besi dan nikel terbesar di dunia asal Brazil, mengakuisisi Inco Limited Kanada sebesar 75,66 persen dari total saham dan mengganti nama menjadi CVRD-Inco Limited. Pada 4 Januari 2007, CVRD Inco Limited berganti nama menjadi Vale Inco Limited dan berubah lagi pada tahun 2010 menjadi Vale Canada Limited dan menahbiskan diri menjadi perusahaan nikel terbesar di dunia. Pada tahun 2012, PT International Nickel Indonesia Tbk, secara resmi berganti nama menjadi PT Vale Indonesia Tbk hingga saat ini.

Tonggak bersejarah (*milestone*) PT Vale Indonesia Tbk:

1968 - Persetujuan Anggaran Dasar pembentukan PT International Nickel Indonesia (PT Inco) dimana 61% sahamnya dimiliki Inco Limited. Penandatanganan Kontrak Karya antara PT Inco dan Pemerintah Indonesia untuk konsesi berjangka 30 tahun sejak dimulainya produksi komersial.

1970 - Sebanyak 50 ton sampel pertama dari bijih Sulawesi dikirim ke fasilitas penelitian Inco di Port Colborne, Ontario, Kanada. Percobaan di fasilitas peleburan reduksi baru menunjukkan bahwa bahan dari Sorowako bisa diolah.

1973 - Pembangunan fasilitas pengolahan *pyrometallurgy* satu lini di Sorowako.

1974 - Keputusan untuk mengganti sumber energi dari bahan bakar fosil menjadi pembangkitan listrik tenaga air. Kapasitas fasilitas peleburan ditingkatkan tiga kali

lipat untuk mengurangi biaya per unit serta mengimbangi kapasitas pembangkit listrik tenaga air.

1976 - Sekitar 10.000 tenaga kerja Indonesia dan 1.000 pekerja asing dikerahkan untuk membangun fasilitas pengolahan nikel dan pembangkit listrik tenaga air bersama dengan jalan, fasilitas di kota, fasilitas pelabuhan, bandar udara dan infrastruktur lain yang diperlukan.

1977 - Presiden Soeharto berkunjung ke Sorowako dan meresmikan fasilitas penambangan dan pengolahan nikel.

1978 - PT Inco memulai produksi komersial

1988 - Produksi meningkat dari 36.000 ton menjadi 45.300 ton per tahun.

1990 - Inco Limited menjual 20% kepemilikan sahamnya di PT Inco kepada publik dan dicatatkan di bursa saham Indonesia. Inco Limited masih memegang 58,19% saham PT Inco.

1996 - Penandatanganan perubahan dan perpanjangan Kontrak Karya untuk periode 30 tahun, yaitu hingga 2025.

1999 - Proyek Perluasan Lini Produksi Keempat, termasuk areal Balambano, dengan kapasitas 93 megawatts (MW).

2000 - Produksi meningkat 30% menjadi 59.000 ton nikel dalam matte.

2003 - Pengembangan areal tambang PT Inco yang baru di Petea (sebelah timur Danau Matano, bersebelahan dengan areal *East Block*).

2007 - Perseroan mencatat rekor produksi tahunan tertinggi sebesar 76.748 ton nikel matte.

2011 - Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA) Karebbe diresmikan dan mulai beroperasi. PLTA senilai A\$410 juta ini mampu menghasilkan rata-rata 90 MW listrik dan menambah total kapasitas pembangkit listrik tenaga air menjadi rata-rata

365 MW. sehingga memberikan peluang strategis untuk peningkatan volume produksi.

**2011** - Pemegang saham menyetujui perubahan nama Perseroan dari PT International Nickel Indonesia Tbk menjadi PT Vale Indonesia Tbk melalui Rapat Umum Pemegang Saham pada tanggal 27 September 2011. Dimana selanjutnya PT Vale mendapatkan persetujuan dari masing-masing Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, Kementerian Energi dan Sumber Daya Alam, dan Badan Koordinasi Penanaman Modal pada tahun yang sama. Perubahan nama ini sejalan dengan evolusi Perseroan untuk lebih selaras dengan kegiatan Vale lainnya yang telah beroperasi di seluruh dunia. Hal ini sekaligus mencerminkan posisi Vale sebagai bagian dari perusahaan penambangan terbesar kedua di dunia.

**2012** - PT Vale mencatat rekor produksi triwulanan tertinggi sepanjang sejarahnya pada triwulan IV 2012 sebesar 21.306 ton nikel dalam matte.

**2013** - PT Vale telah memasuki tahap pertama Proyek Konversi Batu Bara, yaitu mengganti HSFO dengan batu bara serbuk untuk dimasukkan ke dalam tanur pengering. Selain karena batu bara lebih hemat, batu bara juga merupakan sumber daya lokal, sehingga penggunaannya dapat lebih meningkatkan kontribusi PT Vale bagi perekonomian Indonesia.

**2014** - PT Vale dan Pemerintah Indonesia menandatangani amandemen Kontrak Karya sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 4 tahun 2009.

**2014** - PT Vale kembali mencatat rekor produksi tahunan tertinggi sebesar 78.726 ton nikel dalam matte.

**2015** - Pada triwulan keempat tahun 2015 (4T15), PT Vale memecahkan rekor produksi triwulanan tertinggi di tahun 2012 dengan menghasilkan 22.302 ton nikel dalam matte. Di tahun 2015 juga, secara keseluruhan PT Vale kembali mencatat

rekor produksi tahunan tertinggi sebesar 81.177 metrik ton nikel dalam matte, melampaui rekor yang dicapai tahun sebelumnya.

#### 5.1.6. Misi, Visi dan Nilai

##### 1. Misi

Mengubah sumber daya alam menjadi kemakmuran dan pembangunan yang berkelanjutan.

##### 2. Visi

Menjadi perusahaan sumber daya alam nomor satu di Indonesia yang menggunakan standar global dalam menciptakan nilai jangka panjang, melalui keunggulan kinerja dan kepedulian terhadap manusia dan alam.

##### 3. Nilai-nilai

- a. Kehidupan adalah yang terpenting
- b. Menghargai karyawan
- c. Menjaga kelestarian bumi
- d. Melakukan hal yang benar
- e. Bersama-sama menjadi lebih baik
- f. Mewujudkan tujuan

Untuk pengembangan dan kesejahteraan masyarakat, PT Vale mengeluarkan dana sebagai investasi untuk komunitas. Tercatat rata-rata dana CSR PT Vale sekitar 40–50 miliar rupiah per tahun pada periode tahun 2014–2016. Pada periode sebelumnya, pengeluaran dana CSR PT Vale juga berkisar pada jumlah tersebut. Dana itu merupakan salah satu komitmen PT Vale dalam upayanya mengimplementasikan CSR di lingkaran wilayah operasionalnya. Meskipun demikian, penggunaan dana itu tetap harus melalui mekanisme internal dan



kesepakatan yang telah disetujui dengan Pemerintah Daerah Luwu Timur dan disaksikan oleh perwakilan masyarakat lokal.

Dalam Laporan Keberlanjutan PT Vale 2016, dijelaskan bahwa dengan situasi bisnis yang sangat dinamis, PT Vale berupaya meningkatkan efisiensi dan tetap terus menjaga keberlanjutan, baik dari sisi ekonomi, sosial dan lingkungan sehingga dapat makin kuat menghadapi setiap tantangan. PT Vale akan berupaya untuk menjadi pemimpin dalam hal keberlanjutan di industri nikel, dengan merangkul para pemangku kepentingannya, termasuk masyarakat yang berada di sekitar Perusahaan. Inisiatif untuk mendukung pembangunan keberlanjutan juga menjadi tekad PT Vale untuk berperan dalam pencapaian tujuannya.

Berikut laporan pengeluaran dana CSR PT Vale Indonesia Tbk pada tahun 2014–2016.

**Tabel 5.1 Nilai Ekonomis Dari Pengeluaran Dan Biaya CSR PT Vale Indonesia Tbk Tahun 2014 – 2016**

Nilai ekonomi Yang Didapat dan Didistribusikan (Ribu USD) [GA-EC1] <i>Economic Value Generated And Distributed (USD Thousand)</i>			
<i>Uraian/Description</i>	2016	2015	2014
<i>Nilai Ekonomi Dihasilkan Economic Value Generated</i>			
<i>Pendapatan Revenue</i>	584,143	789,745	1,038,082
<i>Pendapatan Lain Other Revenue</i>	1,902	1,357	913
<i>Total Pendapatan Total Revenue</i>	586,045	791,102	1,038,995
<i>Distribusi Nilai Ekonomi Economic Value Distribution</i>			
<i>Biaya Operasi Operating Cost</i>	(414,348)	(505,408)	(529,910)
<i>Gaji Karyawan Dan Tunjangan Employed Salary And Allowances</i>	(77,171)	(76,167)	(86,965)
<i>Pembayaran Kepada Penyandang Dana Payments to Provider of Capital</i>	(6,950)	(6,080)	(106,883)
<i>Pembayaran Kepada Pemerintah Payments to Government</i>	(81,002)	(152,663)	(95,336)
<i>Inventasi Untuk Komunitas Community Investment</i>	(5,942)	(4,298)	(3,747)
<i>Total Distribusi Nilai Ekonomi Total Economic Value Distribution</i>	(585,413)	(744,606)	(822,841)
<i>Nilai Ekonomi Ditahan Retained Economic Value</i>			
<i>Jumlah/Total</i>	632	46,496	216,154

Sumber: Laporan Keberlanjutan PT Vale Tahun 2016

Ada pun penerima manfaat dari dana CSR itu pada tahun 2016 sebanyak 35.517 jiwa, sedangkan pada tahun 2015 tercatat sebanyak 40.295 jiwa.

Berikut penjelasan lebih detail tentang penerima manfaat dana CSR PT Vale dalam tabel berikut.

**Tabel 5.2 Jumlah Penerima Manfaat Dana CSR PT Vale Tahun 2014 - 2016**

Uraian Description	Satuan Unit	2016	2015	2014
Jumlah Program/Kegiatan Number of Program/Activities	Unit	292	667	529
Jumlah Dana Total Funds	Juta USD Million USD	3,4	4,2	3,7
Jumlah Penerima Manfaat Number of Beneficiaries	Desa Villages	38	38	38
	Individu Individuals	35,517	40,295	39,048
<b>Donasi dan Pemberian Bantuan Tambahan Donation and Additional Assistance</b>				
Jumlah Dana Total Funds	Ribu USD Thousand USD	385,5	N/A*	N/A*
Anggaran Tambahan Program Pemberdayaan** Additional Assistance for Empowerment Program**	Ribu USD Thousand USD	2,364	727,3	N/A

\*Donasi dan Pemberian Bantuan sudah dilakukan, namun administrasi data masih tersebar sehingga data belum bisa disajikan.

Sumber: Laporan Keberlanjutan PT Vale Indonesia Tbk Tahun 2016

Salah satu contoh penerima manfaat pada tahun 2014 dan 2015 dari program CSR PT Vale adalah program Pekan Kesehatan Ibu dan Anak yang disusun bersama oleh PT Vale, Pemda Kabupaten Luwu Timur, dan Universitas Hasanuddin. Program tersebut menjangkau 1.500 siswa sekolah dasar dan 400 ibu di Kecamatan Towuti dan Malili. Kecamatan Wasuponda, diadakan skrining kesehatan mata bagi 1.000 siswa sekolah dasar, sementara di Kecamatan Nuha dilaksanakan pemeriksaan ketajaman penglihatan dan operasi katarak untuk 23 pasien lansia.

#### 5.1.7. Program Terpadu Pengembangan Masyarakat (PTPM)

Jika pada 1971 penduduk Desa Sorowako hanya beberapa ratus orang, jumlah tersebut meningkat tajam hingga 5.000 jiwa saat pekerjaan konstruksi pabrik

pengolahan nikel dimulai. Pada masa konstruksi 1973-1978, sekitar 10.000 tenaga kerja Indonesia dan 1.000 pekerja asing dikerahkan untuk membangun *smelter*, PLTA, jalan logistik, fasilitas di kota, fasilitas pelabuhan, lapangan terbang, dan infrastruktur lain yang diperlukan. Pembangunan dua kota satelit Wawondula dan Wasuponda juga dilakukan, dan pada 1978 kedua kota tersebut memiliki populasi 4.500 jiwa.

Program pengembangan masyarakat telah dilakukan sejak awal PT Inco (PTI) beroperasi. Perusahaan mendanai pembangunan sekolah di Sorowako, Towuti, dan Wasuponda di awal pembangunan fasilitas pengolahan tahun 1974. PTI membangun rumah sakit modern di Sorowako pada 1977 sebagai penyedia jasa kesehatan bagi karyawan, keluarga karyawan, dan masyarakat.

Pada 2000, PTI merancang program pengembangan masyarakat yang difokuskan pada enam kegiatan utama yaitu pendidikan, kesehatan, pengembangan ekonomi, pertanian dan perikanan, seni dan budaya, serta bantuan tanggap darurat. Model program pengembangan masyarakat itu dipertahankan hingga 2012.

Tahun 2013 adalah tahun penting bagi PT Vale dalam menjalankan program pengembangan masyarakat. Mendapat banyak masukan dan kritik dari masyarakat maupun kalangan perusahaan sendiri, maka model pendekatan proyek, jangka pendek, dan berdiri sendiri sebagai program perusahaan telah ditinggalkan.

Program pengembangan masyarakat PT Vale kini diselaraskan dengan rencana pembangunan Pemerintah Daerah Luwu Timur, bersifat jangka panjang, dan memiliki *roadmap* lima tahunan. Pemda, Perusahaan, dan masyarakat penerima manfaat *program* akan berjalan bersama. Dengan demikian tidak terjadi tumpang-tindih *program* tumpang-tindih dana, serta pemborosan waktu dan

pekerjaan. Semua itu diwadahi dalam satu program yang dinamakan Program Terpadu Pengembangan Masyarakat (PTPM).

PTPM resmi diluncurkan pada Januari 2014. Ditandai dengan penandatanganan nota kesepahaman antara Bupati Luwu Timur, H. Andi Hatta Marakama, Ketua DPRD Luwu Timur, Sukman Sadike, dan Presiden Direktur PT Vale, Nico Kanter. Turut hadir dalam acara tersebut Presiden Komisaris PT Vale saat itu, Ricardo Carvalho. Pada tahap awal, PTPM disusun untuk periode lima tahun, dari 2013 sampai dengan 2017.

PTPM telah melalui serangkaian kajian yang mendalam. Misalnya, studi *stakeholders mapping* oleh Perusahaan sesuai standar AA 1000, kajian pendidikan oleh Universitas Negeri Makassar pada 2012, pemetaan aset dan rantai pemasaran oleh Perusahaan bekerjasama dengan lembaga konsultan A+ CSR Indonesia pada 2013, dan studi keselarasan *community development* dengan Peraturan Daerah Kabupaten Luwu Timur Nomor 02 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Pendek Daerah Kabupaten Luwu Timur Tahun 2005 sampai dengan 2025 dan Rencana Jangka Menengah Daerah 2011 sampai dengan 2015.

Prinsip-prinsip berikut ini menjadi panduan dan acuan dalam pelaksanaan PTPM.

1. Berpihak kepada masyarakat miskin dan rentan

PTPM berpihak kepada masyarakat miskin dan rentan, yakni ibu hamil, ibu menyusui, anak-anak, Lansia, penyandang cacat, pengidap, HIV/AIDS, dan fakir miskin. Masyarakat miskin didorong untuk aktif dalam pengambilan keputusan di setiap tahapan kegiatan PTPM, baik di desa, antar/lintas desa dan kecamatan, serta kabupaten, termasuk keberlanjutan kegiatan.

## 2. Berpihak kepada perempuan

PTPM berpihak kepada perempuan, terutama dari kalangan kelompok miskin dan rentan, dengan memberikan akses yang luas terhadap layanan pendidikan, kesehatan ibu dan anak, kesejahteraan ekonomi rumah tangga, dan memperkuat peran perempuan dalam mendukung eksistensi keluarga. Perempuan, sesuai perannya, berpartisipasi di setiap tahapan dan pengambilan keputusan PTPM.

## 3. Bertumpu pada pembangunan sumber daya manusia

PTPM bertumpu pada prinsip pembangunan sumber daya manusia, bahwa masyarakat memilih kegiatan bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, kelembagaan, serta seni dan budaya demi mendorong peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan penguatan kelembagaan, bukan berorientasi pada pembangunan fisik semata.

## 4. Partisipasi pemangku kepentingan

PTPM merupakan salah satu mekanisme kontribusi PT Vale dengan mendorong keterlibatan masyarakat, Pemerintah Daerah, dan lembaga terkait lainnya. PTPM memberi kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi, termasuk kelompok yang selama ini belum mendapatkan pelayanan dasar, dengan memberikan sumbangan pikiran, tenaga, dana, maupun barang yang dimiliki guna membangun masa depan yang lebih baik.

## 5. Akuntabilitas

Setiap tahapan kegiatan PTPM harus dikelola secara benar dan dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat atau kepada pihak lain yang berkepentingan, baik secara moral, teknis, administratif, dan sesuai dengan

peraturan dan ketentuan yang berlaku atau yang disepakati bersama oleh masyarakat, Pemerintah Daerah, dan PT Vale.

#### 6. Transparansi

Masyarakat memiliki akses terhadap seluruh informasi dan pengambilan keputusan terkait PTPM. Karena itu, seluruh kegiatan harus dilakukan secara terbuka dan diketahui oleh masyarakat luas. Masyarakat dan pemangku kepentingan lain yang berdomisili di desa dan kecamatan harus mengetahui, memahami, dan berperan dalam mekanisme pelaksanaan PTPM.

#### 7. Kemandirian

Masyarakat diberi ruang yang luas untuk menentukan pilihan kegiatan di bidang kesehatan dan ekonomi sesuai dengan permasalahan, kapasitas, dan kebutuhan pembangunan. Prinsip kemandirian juga mengandung pengertian masyarakat memiliki hak dan kewenangan mengatur diri secara mandiri, bertanggung jawab, dan berkontribusi bagi keberhasilan program.

#### 8. Kemitraan

Masyarakat bersama Pemerintah Daerah dan PT Vale sama-sama memiliki tanggung jawab dan saling bekerjasama sesuai kewenangan dan peran masing-masing. Masyarakat memiliki kewenangan dan tanggung jawab yang luas untuk memutuskan dan mengelola kegiatan yang didanai Perusahaan, dan berpartisipasi melalui mekanisme sesuai dengan kesepakatan serta ketentuan yang berlaku.

#### 9. Keberlanjutan

Setiap tahapan PTPM mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, pemanfaatan, dan pemeliharaan kegiatan senantiasa mempertimbangkan keberlanjutan kegiatan dan pelestarian lingkungan. Dalam hal ini Pemerintah

Daerah dan Perusahaan berperan sebagai pemberi bantuan teknis serta pendorong masyarakat.

Penerima manfaat PTPM PT Vale adalah kelompok miskin dan rentan dengan karakteristik yang ditetapkan berdasarkan hasil kajian dan sesuai peraturan yang berlaku, terutama yang terkena dampak operasi PT Vale. Mereka adalah:

1. Kelompok masyarakat miskin

Besaran penghasilan atau konsumsi suatu keluarga dapat menjadi salah satu indikator apakah suatu keluarga termasuk miskin atau tidak. Namun yang lazim digunakan adalah indikator yang dikeluarkan BKKBN (Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional), yang menggolongkan keluarga menjadi lima kelompok. Keluarga miskin adalah kelompok yang masuk kategori Keluarga Pra Sejahtera dan Sejahtera I.

2. Perempuan, ibu, dan anak

Perempuan, ibu, dan anak dapat dikategorikan sebagai kelompok rentan. Kerap kali perempuan sulit mengakses layanan ekonomi, pendidikan, dan kesehatan bahkan menghadapi kekerasan dalam rumah tangga. Risiko ini semakin bertambah bagi perempuan dari keluarga miskin.

Di bidang kesehatan, kematian ibu dan anak waktu melahirkan masih menjadi salah satu penyebab kematian yang cukup besar. Kondisi ini terjadi karena masih rendahnya kesadaran di kalangan ibu untuk mengontrol kesehatan kehamilan. Penyebab lain, terbatasnya fasilitas kesehatan, jauh dari pusat layanan kesehatan, atau keahlian tenaga medis kurang memadai.

3. Pemuda dan remaja

Pemuda dan remaja digolongkan dalam kelompok rentan karena mudah terlibat tindak kejahatan dan penyalahgunaan narkotika akibat tidak terserap dalam

pasar kerja. Pemuda dan remaja adalah penduduk usia 10-29 tahun. PT Vale mendorong pelibatan kelompok pemuda dan remaja dalam PTPM mengingat kelompok ini potensial menggerakkan roda pembangunan masyarakat. Jika tidak dilibatkan secara tepat, dikhawatirkan kelompok ini dapat menjadi sumber masalah baru dalam masyarakat.

#### 4. Kelompok lanjut usia

Selain memberikan kebutuhan dasar, PT Vale memberdayakan kelompok lanjut usia dengan memberikan dukungan berupa:

- a. Pertama, mendorong peran sosial mereka di masyarakat untuk menghapus stigma kelompok lanjut usia merupakan beban sosial masyarakat.
- b. Kedua, mendorong dan memfasilitasi kelompok lanjut usia produktif untuk mewujudkan kemandirian ekonomi.
- c. Ketiga, memberikan ruang serta mendorong kelompok lanjut usia mentransformasikan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki kepada masyarakat.
- d. Keempat, memberikan kemudahan akses terhadap pelayanan publik.

Semua upaya itu dilakukan bekerjasama dengan pemerintah pusat, Pemerintah Daerah, lembaga swasta, LSM, dan masyarakat.

PTPM berupaya membangun kemitraan masyarakat, Pemerintah Daerah, dan Perusahaan sesuai peraturan yang berlaku. Karena itu, Perusahaan mendorong pembentukan forum Konsultasi Kerjasama Kemitraan (K3) di tingkat kabupaten guna merumuskan kebijakan yang mendukung harmonisasi, keselarasan, dan optimalisasi kegiatan pemberdayaan di wilayah terdampak operasi Perusahaan. K3 berperan memberikan arahan, masukan, dan kerangka kebijakan

operasional PTPM. Sekaligus sebagai forum konsultasi untuk membahas permasalahan, kebutuhan, dan rencana kegiatan.

Dalam organisasi, K3 berupa Tim Koordinasi Kabupaten yang dibentuk Bupati dan beranggotakan Bappeda (Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah), BPMPD (Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Pemerintah Desa), Dinas Kesehatan, Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Pertanian, Dinas Kelautan, Dinas Kehutanan serta instansi lain yang dipandang perlu Tim ini di bawah tanggung jawab Bupati, Wakil Bupati sebagai pengarah, Kepala Bappeda sebagai Ketua Tim/Koordinator, dan BPMPD sebagai Sekretaris Tim.

Tim Koordinasi Kabupaten bertugas mengembangkan peran serta masyarakat, membina administrasi kegiatan, serta mengkoordinasikan instansi terkait untuk mendorong efektivitas PTPM. Tim juga harus memastikan keselarasan antara program pembangunan Pemerintah Daerah dan PTPM di wilayah pemberdayaan. Dengan demikian tidak akan terjadi tumpang tindih program dan peran.

## **5.2. Deskripsi Identitas Responden**

Kuisisioner yang disebar 140 eksemplar, semua kuisisioner memenuhi kriteria. Identitas responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan. Dalam kuisisioner responden tidak perlu mencantumkan identitas pribadi atau nama untuk kerahasiaan informasi yang diberikan responden.

### **5.2.1. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Umur**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, responden yang paling banyak adalah mereka yang berada pada range usia 41 sampai dengan 50 tahun sebanyak 49 orang dengan tingkat persentase 35.0%, sedangkan yang paling

sedikit adalah mereka yang berada pada range usia < 20 tahun sebanyak 9 orang dengan tingkat persentase 6,4%. Dimana jumlah responden dapat dilihat pada tabel 5.1 berikut:

**Tabel 5.3 Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Umur**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20	9	6.4	6.4	6.4
21 - 30	28	20.0	20.0	26.4
31 - 40	34	24.3	24.3	50.7
41 - 50	49	35.0	35.0	85.7
> 51	20	14.3	14.3	100.0
Total	140	100.0	100.0	

Sumber: Data primer, diolah 2017

#### 5.2.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan dari jenis kelamin, responden dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuisioner yang disebarakan ditemukan bahwa responden laki-laki lebih dominan dibandingkan dengan responden perempuan. Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 92 orang dengan tingkat persentase 65,7% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 48 orang dengan tingkat persentase 34,3%. Adapun jumlah responden dapat dilihat pada tabel 5.2 berikut

**Tabel 5.4 Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	92	65.7	65.7	65.7
Perempuan	48	34.3	34.3	100.0
Total	140	100.0	100.0	

Sumber: Data primer, diolah 2017

### 5.2.3. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Terdapat empat klasifikasi yang digunakan untuk mengelompokan tingkat pendidikan responden, hasil perhitungan persentase mendapatkan mayoritas dari mereka adalah tamat SLTA/ sederajat dengan jumlah mencapai 83 dengan tingkat persentase 59.3%. Kelompok lain yang memiliki jumlah banyak adalah responden yang tamat SLTP dengan jumlah 38 dengan tingkat persentase 27.1% selanjutnya responden yang tamat SD dengan jumlah 12 dengan tingkat persentase 8.6% dan responden berlatar belakang tamatan perguruan tinggi sebanyak 7 dengan tingkat persentase 5.0%. Perincian sebaran pendidikan diperlihatkan pada Tabel 5.3 di bawah ini.

Tabel 5.5 Distribusi Identitas Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tamat SD	12	8.6	8.6	8.6
Tamat SLTP	38	27.1	27.1	35.7
Tamat SLTA	83	59.3	59.3	95.0
Perguruan Tinggi	7	5.0	5.0	100.0
Total	140	100.0	100.0	

Sumber: Data primer, diolah 2017

### 5.3. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dengan menginterpretasikan nilai rata-rata dari masing-masing indikator pada variabel penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai indikator apa saja yang membangun konsep model penelitian secara keseluruhan.

Deskripsi variabel yang dioperasionalkan dalam penelitian menunjukkan gambaran penilaian responden terhadap variabel eksogen, dan variabel endogen serta indikator masing-masing variabel tersebut. Penilaian responden dimulai dari

skor 1 sangat tidak setuju; skor 2 tidak setuju; skor 3 netral; skor 4 setuju; dan skor 5 sangat setuju.

Untuk memperoleh hasil interpretasi masing masing variabel dilakukan analisis skoring. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut: (Sugiyono, 2005).

1. Mencari nilai mean dengan rumus jumlah jawaban responden yang menjawab dikali dengan skor jawaban dibagi dengan jumlah keseluruhan responden.

$$\text{Mean} = \frac{1n + 2n + 3n + 4n + 5n}{\text{Total Sampel}}$$

2. Perhitungan kategori:

Panjang klas = skor tertinggi / kategori

$$= 5 / 3 = 1.66$$

Sehingga interval keputusan sebagai berikut

$$0.00 - 1.66 = \text{rendah}$$

$$1.67 - 3.33 = \text{sedang}$$

$$3.34 - 5.00 = \text{Tinggi}$$

Deskripsi variabel yang dioperasionalkan dalam penelitian menunjukkan gambaran penilaian responden terhadap variabel dependen, dan variabel independen serta indikator masing-masing variabel tersebut. Penyajian statistik deskriptif dideskriptifkan sebagai berikut.

### 5.3.1. Analisis Deskriptif Pendidikan ( $X_1$ )

Variabel pendidikan ( $X_1$ ) pada penelitian ini di ukur melalui empat item pertanyaan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Variabel pendidikan dengan indikator yang terdiri dari (1) pemberian beasiswa komunitas; (2) bantuan pembangunan dan rehabilitasi sekolah; dan (3) pemanfaatan ICT di sekolah-sekolah. Nilai *mean* dari pendidikan ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 5.6 Nilai Mean Variabel Pendidikan

Indikator	Distribusi Jawaban Responden										Mean	Kategori
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X11	0	0	0	0	0	0	18	12.9	122	87.1	4.87	Tinggi
X12	0	0	4	2.9	3	2.1	27	19.3	106	75.7	4.68	Tinggi
X13	0	0	5	3.6	5	3.6	30	21.4	100	71.4	4.61	Tinggi
Mean Total Pendidikan											4.72	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2017

Penilaian responden terhadap variabel pendidikan pada tabel 5.4 dipersepsikan bagus dan positif terhadap jawaban dari pernyataan-pernyataan mengenai pendidikan, terlihat dari nilai mean total pendidikan sebesar 4.72, yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator pertama (X1.1) yaitu pemberian beasiswa komunitas, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan netral, 18 responden atau 12.9% yang menyatakan setuju dan 122 responden atau 87.1% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator pertama (X1.1) yakni sebesar 4,87 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator kedua (X1.2) yaitu bantuan pembangunan dan rehabilitasi sekolah, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 4 responden atau 2.9% yang menyatakan tidak setuju, 3 responden atau 2.1% yang menyatakan netral, 27 responden atau 19.3% yang menyatakan setuju dan 106 responden atau 75.7% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator kedua (X1.2) yakni sebesar 4,68 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator ketiga (X1.3) yaitu pemanfaatan ICT di sekolah-sekolah, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden atau 3.6% yang menyatakan tidak setuju, 5 responden atau 3.6% yang menyatakan netral, 30 responden atau 21.4% yang menyatakan setuju dan 100 responden atau 71.4% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator ketiga (X1.3) yakni sebesar 4,61 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Dari pernyataan yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa indikator (Xi.1) yaitu pemberian beasiswa komunitas, mendapat respon tertinggi yaitu dengan rata-rata jawaban responden sebesar 4.87 dan masuk dalam kategori tinggi/bagus. Sedangkan pada indikator (X1.3) yaitu pemanfaatan ICT di sekolah-sekolah mendapat respon yang terendah yaitu dengan rata-rata jawaban responden sebesar 4.61 masuk dalam kategori tinggi/bagus.

Dari keseluruhan indikator yang membentuk variabel pendidikan (X1) maka indikator ketiga (X1.3) yaitu pemanfaatan ICT di sekolah-sekolah memiliki respon rata-rata terendah dari keseluruhan indikator meskipun masih dalam kategori tinggi. Ini dikarenakan beberapa responden masih belum memanfaatkan bantuan teknologi ICT secara maksimal di sekolah-sekolah dikarenakan kemampuan IT yang rendah. Sehingga untuk memaksimalkan kegiatan CSR bidang pendidikan khususnya pemanfaatan ICT maka diperlukan juga bantuan dalam bentuk peningkatan kompetensi SDM dibidang informasi teknologi bagi guru-guru.

Sedangkan indikator kedua (X1.2) terkait bantuan pembangunan dan rehabilitasi sekolah yang juga masih di bawah rata-rata mean total pendidikan dikarenakan beberapa responden mempunyai ekspetasi kepada perusahaan untuk

juga ada bantuan pemeliharaan sekolah selain bantuan pembangunan sarana dan prasarana sekolah.

### 5.3.2. Analisis Deskriptif Kesehatan ( $X_2$ )

Variabel kesehatan ( $X_2$ ) pada penelitian ini di ukur melalui empat item pertanyaan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Variabel kesehatan dengan indikator yang terdiri dari (1) bantuan fasilitas dan alat kesehatan; (2) pemberdayaan klinik kesehatan perusahaan; dan (3) bantuan pembangunan dan rehabilitasi puskesmas.

Nilai *mean* dari kesehatan ditampilkan pada tabel berikut.

**Tabel 5.7 Nilai Mean Variabel Kesehatan**

Indikator	Distribusi Jawaban Responden										Mean	Kategori
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X21	0	0	2	1.4	5	3.6	41	29.3	92	65.7	4.59	Tinggi
X22	0	0	5	3.6	12	8.6	39	27.9	84	60.0	4.44	Tinggi
X23	0	0	6	4.3	3	2.1	40	28.6	91	65.0	4.54	Tinggi
Mean Total Kesehatan											4.53	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2017

Penilaian responden terhadap variabel kesehatan pada tabel 5.5 dipersepsikan bagus dan positif terhadap jawaban dari pernyataan-pernyataan mengenai kesehatan, terlihat dari nilai mean total kesehatan sebesar 4.54, yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator pertama (X2.1) yaitu bantuan fasilitas dan alat kesehatan, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 2 responden atau 1.4% yang menyatakan tidak setuju, 5 responden atau 3.6% yang menyatakan netral, 41 responden atau 29.3% yang menyatakan setuju dan 92 responden atau 65.7% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata

jawaban responden pada indikator pertama (X2.1) yakni sebesar 4.59 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator kedua (X2.2) yaitu pemberdayaan klinik kesehatan perusahaan, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden atau 3.6% yang menyatakan tidak setuju, 12 responden atau 8.6% yang menyatakan netral, 39 responden atau 27.9% yang menyatakan setuju dan 84 responden atau 60.0% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator kedua (X2.2) yakni sebesar 4.44 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator ketiga (X2.3) yaitu bantuan pembangunan dan rehabilitasi puskesmas, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden atau 4.3% yang menyatakan tidak setuju, 3 responden atau 2.1% yang menyatakan netral, 40 responden atau 28.6% yang menyatakan setuju dan 91 responden atau 65.0% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator ketiga (X2.3) yakni sebesar 4.54 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Dari keseluruhan indikator yang membentuk variabel kesehatan (X2) maka indikator kedua (X2.2) yaitu pemberdayaan klinik kesehatan perusahaan memiliki respon rata-rata terendah dari keseluruhan indikator meskipun masih dalam kategori tinggi. Ini dikarenakan beberapa responden masih belum maksimal terhadap pemanfaatan klinik kesehatan perusahaan. Umumnya masyarakat yang sudah lansia dan juga jarak menuju akses pelayanan kesehatan masih relatif jauh dari masyarakat yang membutuhkan. Sehingga untuk memaksimalkan kegiatan CSR bidang kesehatan diperlukan juga bantuan dalam bentuk antar jemput pasien ataupun pelaksanaan kegiatan puskesmas keliling sehingga pelayanan kesehatan

oleh klinik perusahaan dapat menjangkau masyarakat yang lokasinya relatif jauh dari klinik perusahaan.

### 5.3.3. Analisis Deskriptif Sosial Ekonomi ( $X_3$ )

Variabel sosial ekonomi ( $X_3$ ) pada penelitian ini di ukur melalui empat item pertanyaan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Variabel sosial ekonomi dengan indikator yang terdiri dari (1) peningkatan infrastruktur seni, sosial dan budaya; (2) pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan; (3) pengembangan dan penataan pemukiman rakyat dan (4) bantuan modal usaha pertanian. Nilai *mean* dari sosial ekonomi ditampilkan pada tabel berikut.

**Tabel 5.8 Nilai Mean Variabel Sosial Ekonomi**

Indikator	Distribusi Jawaban Responden										Mean	Kategori
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X31	0	0	3	2.1	4	2.9	40	28.6	93	66.4	4.59	Tinggi
X32	0	0	5	3.6	12	8.6	41	29.3	82	58.6	4.43	Tinggi
X33	0	0	2	1.4	14	10.0	26	18.6	98	70.0	4.57	Tinggi
X34	0	0	1	0.7	9	6.4	35	25.0	95	67.9	4.60	Tinggi
Mean Total Sosial Ekonomi											4.55	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2017

Penilaian responden terhadap variabel sosial ekonomi pada tabel 5.6 dipersepsikan bagus dan positif terhadap jawaban dari pernyataan-pernyataan mengenai sosial ekonomi, terlihat dari nilai mean total sosial ekonomi sebesar 4.55, yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator pertama ( $X_{3.1}$ ) yaitu peningkatan infrastruktur seni, sosial dan budaya, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 3 responden atau 2.1% yang menyatakan tidak setuju, 4 responden atau 2.9% yang menyatakan netral, 40 responden atau 28.6% yang menyatakan setuju dan 93 responden atau 66.4% yang menyatakan sangat setuju.

Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator pertama (X3.1) yakni sebesar 4.59 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator kedua (X3.2) yaitu pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden atau 3.6% yang menyatakan tidak setuju, 12 responden atau 8.6% yang menyatakan netral, 41 responden atau 29.3% yang menyatakan setuju dan 82 responden atau 58.6% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator kedua (X3.2) yakni sebesar 4.43 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator ketiga (X3.3) yaitu pengembangan dan penataan pemukiman rakyat, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 2 responden atau 1.4% yang menyatakan tidak setuju, 14 responden atau 10.0% yang menyatakan netral, 26 responden atau 18.6% yang menyatakan setuju dan 98 responden atau 70.0% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator ketiga (X3.3) yakni sebesar 4.57 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator keempat (X3.4) yaitu bantuan modal usaha pertanian, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden atau 0.7% yang menyatakan tidak setuju, 9 responden atau 6.4% yang menyatakan netral, 35 responden atau 25.0% yang menyatakan setuju dan 95 responden atau 67.9% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator keempat (X3.4) yakni sebesar 4,60 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Dari pernyataan yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa indikator (X3.4) yaitu bantuan modal usaha pertanian dalam kategori rata-rata

tinggi/bagus dari keseluruhan indikator. Sedangkan pada indikator (X3.2) yaitu pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan mendapat rata-rata terendah dari keseluruhan indikator meskipun masih masuk dalam kategori tinggi/bagus. Hal ini dikarenakan model program pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan masih dalam bentuk workshop sehingga untuk implementasi di lapangan kebanyakan masyarakat masih belum terampil sehingga diperlukan model program pendampingan kewirausahaan perusahaan agar output dan outcome dari jenis kegiatan ini lebih maksimal.

#### 5.3.4. Analisis Deskriptif Pemberdayaan Masyarakat ( $Y_1$ )

Variabel pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ) pada penelitian ini di ukur melalui empat item pertanyaan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Variabel pemberdayaan masyarakat dengan indikator yang terdiri dari (1) peran masyarakat; (2) aksi masyarakat; (3) motivasi masyarakat dan (4) tanggungjawab masyarakat. Nilai *mean* dari pemberdayaan masyarakat ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 5.9 Nilai Mean Variabel Pemberdayaan Masyarakat

Indikator	Distribusi Jawaban Responden										Mean	Kategori
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y11	0	0	0	0	0	0	60	42.9	80	57.1	4.57	Tinggi
Y12	0	0	0	0	16	11.4	68	48.6	56	40.0	4.29	Tinggi
Y13	0	0	0	0	23	16.4	56	40.0	61	43.6	4.27	Tinggi
Y14	0	0	0	0	3	2.1	28	20.0	109	77.9	4.76	Tinggi
Mean Total Pemberdayaan Masyarakat											4.47	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2017.

Penilaian responden terhadap variabel pemberdayaan masyarakat pada tabel 5.7 dipersepsikan bagus dan positif terhadap jawaban dari pernyataan-pernyataan mengenai pemberdayaan masyarakat, terlihat dari nilai mean total

pemberdayaan masyarakat sebesar 4.47, yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator pertama (Y1.1) yaitu peran masyarakat, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan netral, 60 responden atau 42.9% yang menyatakan setuju dan 80 responden atau 57.1% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator pertama (Y1.1) yakni sebesar 4.57 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator kedua (Y1.2) yaitu aksi masyarakat, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan tidak setuju, 16 responden atau 11.4% yang menyatakan netral, 68 responden atau 48.6% yang menyatakan setuju dan 56 responden atau 40.0% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator kedua (Y1.2) yakni sebesar 4.29 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator ketiga (Y1.3) yaitu motivasi masyarakat, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan tidak setuju, 23 responden atau 16.4% yang menyatakan netral, 56 responden atau 40.0% yang menyatakan setuju dan 61 responden atau 43.6% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator ketiga (Y1.3) yakni sebesar 4.27 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator keempat (Y1.4) yaitu tanggungjawab masyarakat, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak

setuju. 0 responden atau 0% yang menyatakan tidak setuju, 3 responden atau 2.1% yang menyatakan netral, 28 responden atau 20.0% yang menyatakan setuju dan 109 responden atau 77.9% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator keempat (Y1.4) yakni sebesar 4.76 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Dari pernyataan yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa indikator (Y1.4) yaitu tanggungjawab masyarakat masuk dalam kategori rata-rata tinggi/bagus dari keseluruhan indikator, sedangkan pada indikator (Y1.3) yaitu motivasi masyarakat mendapat respon rata-rata terendah dari keseluruhan indikator meskipun masih tetap masuk dalam kategori tinggi/bagus. Ini dikarenakan model beberapa program pemberdayaan masyarakat dianggap masih kurang efektif sehingga tidak berdampak pada peningkatan motivasi masyarakat. Sehingga perlu adanya kegiatan monitoring dan evaluasi program – program pemberdayaan yang telah berjalan sebelumnya sehingga dapat diketahui dengan jelas program mana saja yang masih perlu mendapatkan perhatian kedepan.

Begitu pula untuk indikator (Y1.2) yaitu aksi masyarakat yang masih rendah dibandingkan *mean* total pemberdayaan masyarakat. Dari observasi di lapangan, ini dikarenakan masih kurangnya penguatan komunikasi antar pihak PT Vale dan masyarakat. Misalnya, dalam hal pengelolaan fasilitator program dan pionir-pionir sebagai perpanjangan tangan perusahaan dalam hubungan dengan masyarakat yang belum optimal. Akibatnya, pelibatan masyarakat dalam beberapa program CSR kurang maksimal.

Contoh lain adalah kegiatan pengadaan sumur cincin di Desa Harapan, Kecamatan Malli. Pada tahun 2015, kegiatan PMDM berupa pengadaan dua sumur cincin dilakukan di Desa Harapan yang terletak di pesisir pantai dan sering sulit air.

Sayangnya, kegiatan ini kurang efektif karena dua buah sumur cincin yang dibuat tidak mengeluarkan air. Pada musim penghujan, sumur cincin hanya mampu mengeluarkan air bersih sebanyak satu ember dalam dua hari. Ketika musim kemarau, semua sumur cincin kering dan tidak menghasilkan air. Kondisi tersebut terjadi karena kedua sumur tersebut dibangun di daerah yang tidak memiliki sumber air. Perencanaan teknis seperti survei lokasi yang melibatkan masyarakat setempat yang lebih memahami *micro environment*-nya tidak dilakukan sebelum sumur cincin dibuat.

### 5.3.5. Analisis Deskriptif Kesejahteraan Masyarakat ( $Y_2$ )

Variabel kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ) pada penelitian ini di ukur melalui 3 item pertanyaan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Variabel kesejahteraan masyarakat dengan indikator yang terdiri dari (1) peningkatan kualitas hidup masyarakat; (2) peningkatan kualitas pendidikan masyarakat; dan (3) peningkatan kualitas ekonomi masyarakat. Nilai *mean* dari kesejahteraan masyarakat ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 5.10 Nilai Mean Variabel Kesejahteraan Masyarakat

Indikator	Distribusi Jawaban Responden										Mean	Kategori
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y21	0	0	5	3.6	0	0	37	26.4	98	70.0	4.63	Tinggi
Y22	0	0	0	0	10	7.1	53	37.9	77	55.0	4.48	Tinggi
Y23	0	0	0	0	11	7.9	59	42.1	70	50.0	4.42	Tinggi
Mean Total Kesejahteraan Masyarakat											4.51	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2017

Penilaian responden terhadap variabel kesejahteraan masyarakat pada tabel 5.8 dipersepsikan bagus dan positif terhadap jawaban dari pernyataan-pernyataan mengenai kesejahteraan masyarakat, terlihat dari nilai mean total kesejahteraan

masyarakat sebesar 4.51, yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator pertama (Y2.1) yaitu peningkatan kualitas hidup masyarakat, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 5 responden atau 3.6% yang menyatakan tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan netral, 37 responden atau 26.4% yang menyatakan setuju dan 98 responden atau 70.0% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator pertama (Y2.1) yakni sebesar 4.63 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator kedua (Y2.2) yaitu peningkatan kualitas pendidikan masyarakat, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan tidak setuju, 10 responden atau 7.1% yang menyatakan netral, 53 responden atau 37.9% yang menyatakan setuju dan 77 responden atau 55.0% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator kedua (Y2.2) yakni sebesar 4.48 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator ketiga (Y2.3) yaitu peningkatan kualitas ekonomi masyarakat, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan tidak setuju, 11 responden atau 7.9% yang menyatakan netral, 59 responden atau 42.1% yang menyatakan setuju dan 70 responden atau 50.0% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator ketiga (Y2.3) yakni sebesar 4.42 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Dari pernyataan yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa indikator (Y2.1) yaitu peningkatan kualitas hidup masyarakat masuk dalam kategori

tinggi/bagus dari keseluruhan indikator yang membentuk variabel kesejahteraan masyarakat (Y2). Sedangkan pada indikator (Y2.3) yaitu peningkatan kualitas ekonomi masyarakat mendapat respon rata-rata terendah dari keseluruhan indikator yang membentuk variabel kesejahteraan masyarakat (Y2) meskipun masih tetap masuk dalam kategori tinggi/bagus. Hal ini dikarenakan masih tingginya ekspektasi masyarakat berupa besarnya harapan masyarakat Kabupaten Luwu Timur terutama sekitar lingkaran operasional perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas ekonominya dari adanya program kesejahteraan masyarakat sedangkan yang terjadi di lapangan, beberapa program masih belum sesuai dengan yang diharapkan masyarakat.

Contoh pemberian bantuan tiga ratus ikan mas diberikan kepada seorang penerima manfaat di Desa Wasuponda, Kecamatan Wasuponda. Bantuan ini diberikan dengan harapan menjadi modal awal usaha budidaya ikan yang hasilnya dapat memberikan pendapatan tambahan bagi penerima manfaat. Namun, setelah sekitar setahun, budidaya ikan belum berjalan dengan baik. Ikan yang dipelihara pun umumnya hanya dipelihara untuk dikonsumsi sendiri. Belum ada peningkatan kualitas hidup yang signifikan dari kegiatan ini. Dalam observasi, bantuan ini masih bersifat karitatif karena tidak melibatkan perencanaan yang matang seperti kemampuan teknis budidaya ikan air tawar.

Sedangkan untuk indikator Y (2.2) yaitu peningkatan kualitas pendidikan masyarakat terlihat masih di bawah *mean* total kesejahteraan masyarakat. Hal ini dikarenakan beberapa program pendidikan dalam ekspektasi masyarakat memerlukan keberlanjutan.

Contoh dalam peningkatan kualitas pendidikan diwujudkan dalam program peningkatan kualitas sarana prasarana pendidikan serta kualitas pengajar.

Peningkatan sarana dan prasarana pendidikan dilakukan di tiga kecamatan, yaitu Nuha, Wasuponda, dan Towuti. Kegiatan peningkatan kualitas pengajar dalam bentuk diklat kompetensi dilakukan bagi pengajar. Namun diklat dan pelatihan tidak hanya bersifat *ad hoc* tapi juga perlu secara berkelanjutan dengan diklat lanjutan sehingga mencapai tingkat lebih *advance* sehingga para pengajar mempunyai kompetensi yang mumpuni.

### 5.3.6. Analisis Deskriptif Citra Perusahaan ( $Y_3$ )

Variabel citra perusahaan ( $Y_3$ ) pada penelitian ini di ukur melalui 3 item pertanyaan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Variabel citra perusahaan dengan indikator yang terdiri dari (1) pendapat keseluruhan mengenai PT. Vale Indonesia Tbk (2) pendapat mengenai kontribusi PT. Vale Indonesia Tbk untuk masyarakat; dan (3) kesukaan terhadap program implementasi program CSR oleh PT. Vale Indonesia Tbk. Nilai *mean* dari citra perusahaan ditampilkan pada tabel berikut.

**Tabel 5.11 Nilai Mean Variabel Citra Perusahaan**

Indikator	Distribusi Jawaban Responden										Mean	Kategori
	STS		TS		N		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y31	0	0	0	0	0	0	42	30.0	98	70.0	4.70	Tinggi
Y32	0	0	0	0	10	7.1	53	37.9	77	55.0	4.48	Tinggi
Y33	0	0	0	0	7	5.0	40	28.6	93	66.4	4.61	Tinggi
Mean Total Citra Perusahaan											4.60	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner, 2017

Penilaian responden terhadap variabel citra perusahaan pada tabel 5.9 dipersepsikan bagus dan positif terhadap jawaban dari pernyataan-pernyataan mengenai citra perusahaan, terlihat dari nilai mean total citra perusahaan sebesar 4.60, yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator pertama (Y3.1) yaitu pendapat keseluruhan mengenai PT. Vale Indonesia Tbk, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan netral, 42 responden atau 30.0% yang menyatakan setuju dan 98 responden atau 70.0% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator pertama (Y3.1) yakni sebesar 4,70 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator kedua (Y3.2) yaitu pendapat mengenai kontribusi PT. Vale Indonesia Tbk untuk masyarakat, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan tidak setuju, 10 responden atau 7.1% yang menyatakan netral, 53 responden atau 37.9% yang menyatakan setuju dan 77 responden atau 55.0% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator kedua (Y3.2) yakni sebesar 4.48 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Pada indikator ketiga (Y3.3) yaitu kesukaan terhadap program implementasi program CSR oleh PT. Vale Indonesia Tbk, dimanifestasikan dengan 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% yang menyatakan tidak setuju, 7 responden atau 5.0% yang menyatakan netral, 40 responden atau 28.6% yang menyatakan setuju dan 93 responden atau 66.4% yang menyatakan sangat setuju. Adapun rata-rata jawaban responden pada indikator ketiga (Y3.3) yakni sebesar 4,61 yang masuk pada kategori tinggi/bagus (antara 3.34 - 5.00).

Dari pernyataan yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa indikator (Y3.1) yaitu pendapat keseluruhan mengenai PT. Vale Indonesia Tbk mendapat respon tertinggi dari keseluruhan indikator yang menyusun citra

perusahaan. Sedangkan pada indikator (Y3.2) yaitu pendapat mengenai kontribusi PT. Vale Indonesia Tbk untuk masyarakat, mendapat rata-rata respon terendah dari keseluruhan indikator yang menyusun citra perusahaan (Y) meski tetap masuk dalam kategori tinggi/bagus. Dari observasi, hal ini dikarenakan masyarakat masih menilai bahwa bentuk kontribusi yang baik dari PT. Vale adalah dengan bantuan yang bisa memberikan manfaat secara langsung ke masyarakat tanpa melalui proses panjang.

Contoh pada tahun 2012, PT Vale menjalankan "program antara" bernama *Crash Program* (PT Vale. Laporan Pengembangan Masyarakat, 2012) berupa bantuan langsung masyarakat (*block grant*) yang dilaksanakan di empat kecamatan (Nuha, Wasuponda, Towuti, dan Malili) di Luwu Timur. Masing-masing desa di empat kecamatan tersebut mendapat *block grant* berkisar antara Rp 300 juta-Rp 400 juta dari PT Vale.

Ada pun dari perspektif perusahaan lebih menekankan kepada pendekatan pemberdayaan dan kemandirian masyarakat. Sebagai contoh Program SRI (System of Rice Intensification) di Desa Libukan Mandiri, Kecamatan Towuti. Program SRI telah meningkatkan kualitas hidup petani organik. Padi organik SRI dapat memberikan hasil produksi tiga kali lipat dari padi biasa dengan harga jual dua kali lipat. Setelah dilakukan selama kurang lebih satu tahun, petani mulai dapat mengelola sendiri sawah organiknya. Program SRI telah menjadi contoh dalam usaha peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan tujuan jangka panjang. Sedangkan program yang ada pada PT Vale memang tidak didominasi dengan bantuan langsung seperti modal kerja maupun modal usaha tetapi lebih kepada meningkatkan kapabilitas masyarakat lokal untuk bisa lebih mandiri.

### 5.3.7. Analisis Deskriptif Kualitas Keterimaan CSR

Sejak mulai beroperasi tahun 1969, resistensi masyarakat terhadap PT Inco Tbk terus terjadi hampir secara regular setiap tahun. Terutama sejak pemerintahan Orde Baru digantikan dengan pemerintahan Orde Reformasi yang memberikan jaminan kepada masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya di muka umum. Sejak itu, aksi protes, penyampaian petisi, demonstrasi, blokade jalan, dan dialog hampir terus berlangsung hingga sekarang.

Dari studi pemetaan media oleh PT Inco Tbk (2005-2011), ratusan demonstrasi, petisi, pawai, dan protes dilakukan masyarakat di wilayah lingkaran operasional PT Inco Tbk.

Tema yang menjadi tuntutan dalam aksi demonstrasi tersebut mayoritas terkait dengan pemutusan hubungan kerja, rekrutmen tenaga kerja lokal, penggusuran lahan, perizinan ilegal, hujan buatan, dan kenaikan gaji karyawan (Muhammad, Sawedi, 2017). Tema tersebut sebagian besar terkait CSR.

Berikut ini tabel kuantitas beberapa contoh aksi demonstrasi pada periode 2005-2011:

**Tabel 5.12 Beberapa Contoh Aksi Demonstrasi Periode 2005- 2011**

Tahun	Demo/tuntutan Aksi	Sumber
28/01/2005	Sekitar 250 karyawan PT. Inco yang masuk dalam daftar PHK bersama sanak keluarganya mengadakan aksi blokir jalan di poros Wasuponda dan Nuha. Mereka menahan seluruh kendaraan milik PT Inco yang memuat material nikel dari Sorowako ke Malili, utamanya truk yang akan menuju ke Pelabuhan Balantang. Pengunjuk rasa memprotes dan menuntut direksi PT Inco untuk mencabut kebijakan PHK dan protes terhadap direksi PT Inco yang melibatkan aparat kepolisian setempat menjemput para karyawan yang di-PHK dan masih di tempat kerja untuk dibawa ke rumah masing-masing	Muhammad, Sawedi, 2017. Gelombang Perlawanan Di tepian Matano. (Resistensi Masyarakat Sorowako Terhadap PT Inco). Penerbit Innawa. Makassar.
31/03/2005	Sedikitnya 500 pemuda yang tergabung dalam KWAS melakukan unjuk rasa dengan berjalan (long march) dari kampung Sorowako memenuhi	Muhammad, Sawedi, 2017. Gelombang

Tahun	Demo/tuntutan Aksi	Sumber
	lapangan golf milik PT Inco. Massa menuntut manajemen perusahaan mentransparankan segala bentuk penerimaan karyawan, termasuk penerimaan tenaga medis. Mereka pun menuntut agar PT Inco memprioritaskan putra daerah setiap merekrut karyawan (termasuk mitra kerja PT Inco yang membuka berbagai industri kecil di Luwu Timur).	Perlawanan Di tepian Matano. (Resistensi Masyarakat Sorowako Terhadap PT Inco). Penerbit Innawa. Makassar.
16.09/2005	Ratusan orang menduduki dan menyegel kantor perwakilan PT Inco di Makassar. Tujuannya menuntut penyelesaian ganti rugi atas tanah warga Petea dan Kampung Dongi yang diambilalih oleh PT Inco sejak berdiri tahun 1968. Demonstrasi ini terjadi akibat tidak adanya jalan keluar dari aksi demonstrasi yang dilakukan sehari sebelumnya di DPRD Provinsi Sulawesi Selatan yang menuntut agar DPRD mau mempertemukan mereka (perwakilan warga Petea dan Kampung Dongi, Serikat Pekerja Buruh Indonesia - SPBI, dan mahasiswa Universitas Negeri Makassar - UNM) dengan pihak PT Inco. Para demonstran mengeluhkan penyelesaian ganti rugi atas tanah yang, menurut mereka, tidak layak karena PT Inco dianggap tidak memperhitungkan luas tanah dan harga tanah saat itu. Menurut keterangan salah seorang peserta aksi, berapa pun luas tanah yang mereka miliki hanya diganti beberapa juta saja, padahal ada warga memiliki tanah seluas 1 hektar.	Muhammad, Sawedi. 2017. Gelombang Perlawanan Di tepian Matano. (Resistensi Masyarakat Sorowako Terhadap PT Inco). Penerbit Innawa. Makassar.
/112007	Aksi demonstrasi dan mogok kerja Forum Serikat Pekerja (FSP-KEP) PT Inco diikuti 3000-an karyawan, menyebabkan kapasitas produksi turun dari yang seharusnya. Begitu pula aktivitas di Pelabuhan PT Inco yang berada di Balantang, Malili, berhenti total. Negosiasi yang dilakukan oleh Management PT Inco dengan pihak FSP-KEP dengan fasilitasi dari Bupati Luwu Timur ternyata selalu menemui jalan buntu dan hanya menghasilkan Surat Edaran yang dibagikan langsung ke rumah para karyawan. Surat itu berisikan himbauan agar tidak melakukan mogok kerja. Namun edaran tersebut dinilai oleh sebagian kalangan juga berisikan intimidasi. Di dalamnya terdapat ancaman jika tidak menghentikan aksi mogok, maka karyawan yang mengikuti aksi akan dikenakan PHK sebab, menurut PT Inco aksi tersebut tidak sah.	Muhammad, Sawedi. 2017. Gelombang Perlawanan Di tepian Matano. (Resistensi Masyarakat Sorowako Terhadap PT Inco). Penerbit Innawa. Makassar

Kemudian berikut ini tabel kuantitas aksi demonstrasi pada periode 2012-2016.

**Tabel 5.13 Beberapa Contoh Aksi Demonstrasi Periode 2012-2016**

Tahun	Demo/tuntutan Aksi	Sumber
20/03/2013	Puluhan mahasiswa yang mengatasnamakan Aliansi Solidaritas Rakyat Sulsel untuk Masyarakat Timampu, Kab. Luwu Timur pagi tadi, Rabu, (20/03/2013) sekitar pukul 10.00 WITA melakukan aksi demonstrasi di kantor Representative Office PT. Vale Tbk. Aksi ini menuntut PT. Vale Tbk, agar bertanggung jawab atas tenggelamnya lahan produktif masyarakat Desa Timampu, Kecamatan Towuti, Kabupaten Luwu Timur akibat pembuatan DAM Larona milik PT. Vale Tbk yang sudah berlangsung sejak tahun 1975	<a href="http://lagaligopos.com/read/mahasiswa-demo-pt-vale/">http://lagaligopos.com/read/mahasiswa-demo-pt-vale/</a>
3/8/2015	Sejumlah massa melakukan demonstrasi di PT. Vale Tbk, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur, Senin (3/8). Sejumlah demonstran tersebut menuntut transparansi penerimaan tenaga <i>apprentice</i> PT. Vale Indonesia. Dari demonstrasi tersebut, sebanyak 24 orang diamankan di Polres Luwu Timur.	<a href="http://rakyat Sulsel.com/24-demonstran-pt-vale-diamankan.html">http://rakyat Sulsel.com/24-demonstran-pt-vale-diamankan.html</a>
23/02/2016	Aksi demonstrasi ratusan warga Sorowako kembali berlanjut Selasa (23/02/2016). Sebelumnya Senin (22/2), warga juga melakukan demonstrasi ke PT Vale. Aksi unjuk rasa melibatkan komunitas adat Makole Nuha serta 9 anak suku. Warga mempersoalkan patok peta dan mempertanyakan SK Bupati Luwu Utara Tahun 2002 serta amandemen kontrak karya Tahun 2014 tentang pengukuran batas-batas lahan yang tertuang dalam kontrak karya (KK) PT. Vale Indonesia	<a href="http://s Sulsel.pojoksatu.id/read/2016/02/23/demonstrasi-kembali-berlanjut-warga-cegat-kendaraan-pt-vale/">http://s Sulsel.pojoksatu.id/read/2016/02/23/demonstrasi-kembali-berlanjut-warga-cegat-kendaraan-pt-vale/</a>
8/9/2016	Puluhan warga yang tergabung dalam Jaringan Komunikasi Masyarakat (JKM) Lingkar Tambang menggelar aksi demonstrasi di jalan by pass, Kelurahan Malili, Kecamatan Malili, Luwu Timur, Kamis kemarin. Aksi yang berlangsung sejak pukul 01.00 WITA dini hari kemarin mendesak perusahaan tambang nikel milik PT Vale Indonesia agar segera menuntaskan perkara kompensasi tanah <i>camp security bunker</i> yang ada di Kecamatan Malili.	<a href="http://beritakotamakassar.fajar.co.id/berita/2016/09/09/lagi-warga-demo-pt-vale/">http://beritakotamakassar.fajar.co.id/berita/2016/09/09/lagi-warga-demo-pt-vale/</a>

## 5.4. Analisis dan Pengujian Model Struktural

### 5.4.1. Implementasi CSR

Hasil komputasi terhadap indikator-indikator dari Implementasi CSR terlihat pada Tabel 5.14 berikut ini.

**Tabel 5.14 Regression Weights Implementasi CSR**  
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	LF	S.E	C.R	Label
Pendidikan_x1 <- Implementasi_CSR_X	1.000			
Kesehatan_x2 <- Implementasi_CSR_X	1.456	0.294	4.948	0.000 par_1
Sos Eko_x3 <- Implementasi_CSR_X	1.426	0.303	4.714	0.000 par_2

Sumber: Hasil Komputasi lampiran

Berdasarkan Tabel 5.14 terlihat bahwa nilai *loading factor* (LF) dari setiap indikator lebih dari 0,40. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga indikator yang membentuk konstruk Implementasi CSR semuanya dinyatakan valid dengan tingkat konsistensi internal yang memadai. Demikian juga tingkat reliabilitasnya, konstruk ini memiliki *regression weight* yang signifikan karena (*cronbach alpha*) > 0,70 atau sebesar 0,825 > 0,70.

### 5.4.2. Pemberdayaan Masyarakat

Hasil komputasi terhadap indikator-indikator dari pemberdayaan masyarakat terlihat pada Tabel 5.15 berikut ini.

**Tabel 5.15 Regression Weights Pemberdayaan Masyarakat**  
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	LF	S.E	C.R	Label
y11 <- Pemberdayaan Masyarakat (y1)	1.000			
y12 <- Pemberdayaan Masyarakat (y1)	2.078	0.783	2.653	0.008 par_1
y13 <- Pemberdayaan Masyarakat (y1)	2.431	0.917	2.652	0.008 par_2
y14 <- Pemberdayaan Masyarakat (y1)	1.251	0.490	2.552	0.001 par_3

Sumber: Hasil Komputasi lampiran

Berdasarkan Tabel 5.15 terlihat bahwa nilai *loading factor* (LF) dari setiap indikator lebih dari 0,40. Hal ini menunjukkan bahwa keempat indikator yang

membentuk konstruk pemberdayaan masyarakat semuanya dinyatakan valid dengan tingkat konsistensi internal yang memadai. Demikian juga tingkat reliabilitasnya, konstruk ini memiliki *regression weight* yang signifikan karena (*cronbach alpha*) > 0,70 atau sebesar 0,825 > 0,70.

#### 5.4.3. Kesejahteraan Masyarakat

Hasil komputasi terhadap indikator-indikator dari kesejahteraan masyarakat terlihat pada Tabel 5.16 berikut ini.

**Tabel 5.16 Regression Weights Kesejahteraan Masyarakat**  
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	LF	S.E	C.R	Label
y21 <- Kesejahteraan_Masyarakat_Y2	2.257	0.407	5.549	0.000 par_1
y22 <- Kesejahteraan_Masyarakat_Y2	6.444	2.598	2.480	0.013 par_2
y23 <- Kesejahteraan_Masyarakat_Y2	1.000			

Sumber: Hasil Komputasi lampiran

Berdasarkan Tabel 5.16 terlihat bahwa nilai *loading factor* (LF) dari setiap indikator lebih dari 0,40. Hal ini menunjukkan bahwa keempat indikator yang membentuk konstruk kesejahteraan masyarakat semuanya dinyatakan valid dengan tingkat konsistensi internal yang memadai. Demikian juga tingkat reliabilitasnya, konstruk ini memiliki *regression weight* yang signifikan karena (*cronbach alpha*) > 0,70 atau sebesar 0,825 > 0,70.

#### 5.4.4. Citra Perusahaan

Hasil komputasi terhadap indikator-indikator dari citra perusahaan terlihat pada Tabel 5.17 berikut ini.

**Tabel 5.17 Regression Weights Citra Perusahaan**  
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		LF	S.E	CR		Label
y31	<- Citra_Perusahaan_Y3	1.000				
y32	<- Citra_Perusahaan_Y3	0.810	0.028	28.944	0.000	par_1
y33	<- Citra_Perusahaan_Y3	0.689	0.058	11.848	0.000	par_2

Sumber: Hasil Komputasi lampiran

Berdasarkan Tabel 5.17 terlihat bahwa nilai *loading factor* (LF) dari setiap indikator lebih dari 0,40. Hal ini menunjukkan bahwa keempat indikator yang membentuk konstruk citra perusahaan semuanya dinyatakan valid dengan tingkat konsistensi internal yang memadai. Demikian juga tingkat reliabilitasnya, konstruk ini memiliki *regression weight* yang signifikan karena (*cronbach alpha*) > 0,70 atau sebesar 0,825 > 0,70.

#### 5.5. Pengaruh Langsung Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Dan Kesejahteraan Masyarakat

Berdasarkan hasil analisis *structural equation modelling* yang sudah memenuhi kriteria *goodness of fit*, kemudian dilakukan uji signifikansi hubungan fungsional antar variabel sebagaimana pada lampiran.

Untuk memudahkan dalam menganalisis hubungan fungsional antar variabel kemudian nilai koefisien disusun dalam bentuk Tabel 5.18 sebagaimana di tampilkan pada Tabel berikut.

**Tabel 5.18 Pengaruh Langsung Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Dan Kesejahteraan Masyarakat**

Variabel Eksogen		Variabel Endogen	Estimasi	T Value	Prob
Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) (X)	1	Pemberdayaan Masyarakat (Y1)	0.530	3.408	0.000
	2	Kesejahteraan Masyarakat (Y2)	1.549	5.140	0.000
Pemberdayaan Masyarakat (Y1)	1	Citra Perusahaan (Y3)	0.725	2.362	0.018
Kesejahteraan Masyarakat (Y2)	1	Citra Perusahaan (Y3)	3.710	9.010	0.000

Sumber: Hasil Komputasi lampiran

#### 5.5.1. Pengaruh Langsung Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) (X) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat ( $Y_1$ )

Koefisien pengaruh variabel Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) terhadap pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ) sebesar 0.530 dengan nilai t sebesar 3.406 pada taraf signifikansi 0.000. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) berpengaruh positif terhadap pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ). Ini berarti bahwa peningkatan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X), akan diikuti dengan peningkatan pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ) dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ) dianggap konstan. Nilai statistik t hitung pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) terhadap pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ) sebesar 3.406 dengan signifikansi 0.000 atau di bawah 0.05. Ini berarti Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ).

#### 5.5.2. Pengaruh Langsung Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) (X) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat ( $Y_2$ )

Koefisien pengaruh variabel Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) terhadap kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ) sebesar 1.549 dengan nilai t sebesar 5.140 pada taraf signifikansi 0.000. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ). Ini berarti bahwa peningkatan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X), akan diikuti dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ) dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ) dianggap konstan.

Nilai statistik  $t$  hitung pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) terhadap kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ) sebesar 5.140 dengan signifikansi 0.000 atau di bawah 0.05. Ini berarti Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ).

#### 5.5.3. Pengaruh Langsung Pemberdayaan Masyarakat ( $Y_1$ ) Terhadap Citra Perusahaan ( $Y_3$ )

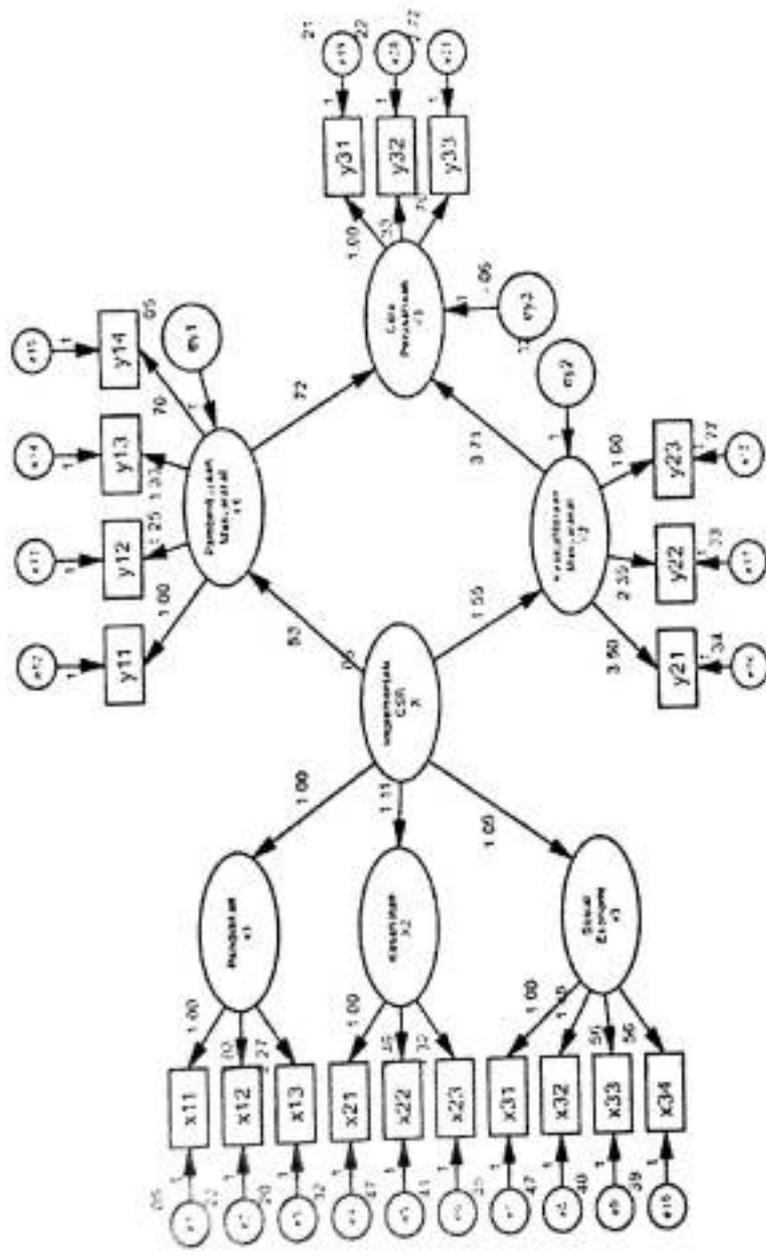
Koefisien pengaruh variabel pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ) terhadap citra perusahaan ( $Y_3$ ) sebesar 0.725 dengan nilai  $t$  sebesar 2.362 pada taraf signifikansi 0.018. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ) berpengaruh positif terhadap citra perusahaan ( $Y_3$ ). Ini berarti bahwa peningkatan pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ), akan diikuti dengan peningkatan citra perusahaan ( $Y_3$ ) dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya citra perusahaan ( $Y_3$ ) dianggap konstan. Nilai statistik  $t$  hitung pengaruh pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ) terhadap citra perusahaan ( $Y_3$ ) sebesar 2.362 dengan signifikansi 0.018 atau di bawah 0.05. Ini berarti pemberdayaan masyarakat ( $Y_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan ( $Y_3$ ).

#### 5.5.4. Pengaruh Langsung Kesejahteraan Masyarakat ( $Y_2$ ) Terhadap Citra Perusahaan ( $Y_3$ )

Koefisien pengaruh variabel kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ) terhadap citra perusahaan ( $Y_3$ ) sebesar 3.710 dengan nilai  $t$  sebesar 9.010 pada taraf signifikansi 0.000. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ) berpengaruh positif terhadap citra perusahaan ( $Y_3$ ). Ini berarti bahwa peningkatan kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ), akan diikuti dengan peningkatan citra perusahaan ( $Y_3$ ) dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya citra perusahaan ( $Y_3$ ) dianggap konstan. Nilai statistik  $t$  hitung pengaruh

kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ) terhadap citra perusahaan ( $Y_3$ ) sebesar 9,010 dengan signifikansi 0,000 atau di bawah 0,05. Ini berarti kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan ( $Y_3$ ).

Adapun besar pengaruh antar variabel dalam bentuk skema ditampilkan pada Gambar 5.1 berikut,



Gambar 5.1. Hasil Estimasi dalam Bentuk Skema

**5.6. Pengaruh Tidak Langsung Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat**

Pengaruh Tidak Langsung Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat ditampilkan pada Tabel di bawah:

**Tabel 5.19 Pengaruh Tidak Langsung Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat**

Keterangan	Nilai
Pengaruh tidak langsung Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat	5.363

Sumber : Lampiran output

Berdasarkan Tabel 5.19 di atas, dapat diinterpretasikan bahwa, pengaruh tidak langsung implementasi *corporate social responsibility* (CSR) (X) terhadap citra perusahaan (Y<sub>3</sub>) melalui pemberdayaan masyarakat (Y<sub>1</sub>) adalah sebesar 5.363. Ini mengindikasikan bahwa implementasi *corporate social responsibility* (CSR) dapat meningkatkan citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat sebesar 5.363.

**5.7. Pengaruh Tidak Langsung Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Melalui Kesejahteraan Masyarakat**

Berdasarkan hasil skema sebagaimana disajikan dalam Gambar 5.1, diperoleh pengaruh tak langsung (*indirect effect*), variabel eksogen, yakni implementasi *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat, sebagaimana dapat dilihat pada Tabel di bawah:

**Tabel 5.20 Pengaruh Tidak Langsung Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Melalui Kesejahteraan Masyarakat**

Keterangan	Nilai
Pengaruh tidak langsung Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat	5.750

Sumber : Lampiran output



Berdasarkan Tabel 5.18 di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut, pengaruh tidak langsung implementasi *corporate social responsibility* (CSR) (X) terhadap citra perusahaan ( $Y_3$ ) melalui kesejahteraan masyarakat ( $Y_2$ ) adalah sebesar 5.750. Ini mengindikasikan bahwa implementasi *corporate social responsibility* (CSR) dapat meningkatkan citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat sebesar 5.750.

#### 5.8. Pengaruh Total Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan

Pengaruh total Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap citra perusahaan ditampilkan pada Tabel 5.21 di bawah:

**Tabel 5.21 Pengaruh Total Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan**

Keterangan	Nilai
Pengaruh total Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap citra perusahaan	5.363

Sumber: Lampiran output

Berdasarkan Tabel 5.21 di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut, pengaruh total implementasi *corporate social responsibility* (CSR) (X) terhadap citra perusahaan ( $Y_3$ ) adalah sebesar 5.363. Ini mengindikasikan bahwa implementasi *corporate social responsibility* (CSR) dapat meningkatkan citra perusahaan melalui penggabungan pengaruh langsung maupun tidak langsung sebesar 5.363.

## BAB VI

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### 6.1. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap pemberdayaan masyarakat adalah positif dan signifikan. Ini berarti bahwa peningkatan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan diikuti dengan peningkatan pemberdayaan masyarakat dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap konstan. Hal ini sesuai dengan hipotesis 1 yang menyatakan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat.

Pendidikan merupakan salah satu komitmen utama program pengembangan masyarakat PT Vale. Dalam program ini PT. Vale memfokuskan pada aktivitas peningkatan sumber daya pelajar dan pengajar, perbaikan kualitas fasilitas pendidikan melalui dukungan terhadap kebutuhan pendidikan baik material maupun immaterial. Pelaksanaannya meliputi wilayah di Sulawesi Selatan dan Sulawesi Tenggara.

Adapun bentuk program implementasi CSR dibidang pendidikan adalah perbaikan kompetensi guru melalui penyelenggaraan pelatihan keterampilan mengajar untuk guru SD, SMP, dan SMA di Kabupaten Luwu Timur. Beasiswa kepada pelajar berprestasi tingkat SD hingga perguruan tinggi. Penyediaan bus sekolah untuk mempermudah transportasi di Desa Balambano, Kecamatan

Wasuponda, Kabupaten Luwu Timur. Penyediaan perpustakaan sekolah dan dukungan di acara-acara sekolah guna meningkatkan kualitas pembelajaran di Desa Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur.

Dukungan terhadap perluasan akses pendidikan dan peningkatan sumber daya manusia melalui kesempatan magang bagi lulusan S1/diploma dan kerja praktik bagi siswa/mahasiswa, penyelenggaraan pelatihan K3 (Kesehatan dan Keselamatan Kerja) bagi pemuda lokal, dan penerimaan siswa baru di Program Pelatihan Industri milik PT Vale di Sorowako, Kabupaten Luwu Timur. Pemberian beasiswa bagi mahasiswa S1 dan S2 di berbagai perguruan tinggi di Kolaka, Sulawesi Tenggara. Mendirikan fasilitas untuk Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di Remailusi, Sulawesi Tenggara.

Dibidang kesehatan yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan adalah kampanye dan edukasi sadar hidup sehat, pembangunan penyediaan infrastruktur dan sarana kesehatan, serta membuka akses kesehatan.

Program yang dilakukan adalah membebaskan biaya pengobatan bagi masyarakat di Rumah Sakit Inco PT Vale. Membangun beberapa Puskesmas dan fasilitas tenaga medis yang kemudian disumbangkan kepada masyarakat di Sulawesi Tengah dan Sulawesi Tenggara. Pemberian bantuan satu unit ambulans untuk Desa Sorowako, Kabupaten Luwu Timur. Mendukung program kesehatan yang telah dilakukan sebelumnya, seperti edukasi kesehatan dan pencegahan penyakit

Untuk bidang sosial ekonomi terbagi menjadi: Program pelestarian budaya lokal untuk mengembangkan minat dan bakat, khususnya generasi muda, merupakan salah satu fokus dan komitmen PT. Vale dalam melaksanakan program pengembangan masyarakat. Perusahaan juga membantu pelaksanaan kegiatan-

kegiatan dalam skala kecil di desa-desa. Serta kegiatan-kegiatan yang melibatkan pemerintah daerah dan masyarakat setempat, seperti perlombaan MTQ tingkat Kabupaten, dan safari ramadhan.

Selain itu di sosial ekonomi berikutnya adalah pengembangan usaha kecil dan menengah merupakan komitmen yang senantiasa dijalankan PT Vale dalam memberikan peluang dan peningkatan hidup bagi masyarakat lokal. Untuk sub-bidang ini, PT Vale berfokus pada penguatan jiwa kreatif dan kewirausahaan untuk anak muda. Usaha perbengkelan pemuda dan usaha pemancingan ikan di Desa Laskap, Kecamatan Malili. Bantuan usaha pengrajin meubel dan souvenir di Desa Nikel, Kecamatan Nuha. Sementara itu, di wilayah Sulawesi Tengah, PT Vale merintis Program Pos Daya yang diwujudkan dalam bentuk pelatihan, pemberian modal usaha, dan pendampingan kelompok tani dan nelayan dan kelompok usaha rumahan yang tersebar di empat kecamatan. Berikut adalah pelaksanaan program yang langsung bersentuhan dengan masyarakat. Seperti pengadaan air bersih, renovasi gedung pertemuan, pengadaan motor angkut sampah, hingga perbaikan jalan.

Teori pembangunan berkelanjutan menurut Hegley sebagaimana dikutip Sugandy dan Hakim (2007) mengatakan bahwa pembangunan berkelanjutan berorientasi untuk pertumbuhan yang mendukung secara nyata tujuan lingkungan, sosial dan ekonomi. Selain itu pembangunan berkelanjutan memperhatikan batas-batas lingkungan dalam konsumsi materi dan memperkuat pembangunan kualitatif pada tingkat masyarakat dan individu dengan distribusi yang adil, serta perlunya campur tangan pemerintah, dukungan dan kerjasama dunia usaha dalam upaya konservasi dan pemanfaatan yang berbasis sumber daya.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) juga sebagai kewajiban organisasi bisnis atau perusahaan untuk mengambil bagian dalam kegiatan yang bertujuan meningkatkan dan mampu memberdayakan masyarakat. Kata-kata pemberdayaan diartikan sebagai upaya untuk memberi kemampuan atau keberdayaan. Pemberdayaan ini merupakan kewajiban bagi setiap orang yang beriman secara bersama-sama (Priyono dan Pranarka, 1996).

Kebijakan dan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk pembelajaran partisipatif yang diharapkan mampu menjadi sarana pemberdayaan (*empowerment*) masyarakat. Oleh karena itu, program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dibangun atas dasar untuk memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan. Perubahan, dampak, dan persepsi tersebut secara konseptual dapat memberikan "umpan balik" (*feed back*) untuk memformulasikan kembali kebijakan dan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Implementasi dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tepat sasaran bisa berdampak terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat lapisan bawah.

Teori pembangunan berkelanjutan menurut Hegley sebagaimana dikutip Sugandy (2007:21) mengatakan bahwa pembangunan berkelanjutan berorientasi untuk pertumbuhan yang mendukung secara nyata tujuan lingkungan, sosial dan ekonomi. Selain itu pembangunan berkelanjutan memperhatikan batas-batas lingkungan dalam konsumsi materi dan memperkuat pembangunan kualitatif pada tingkat masyarakat dan individu dengan distribusi yang adil, serta perlunya campur tangan pemerintah, dukungan dan kerjasama dunia usaha dalam upaya konservasi dan pemanfaatan yang berbasis sumber daya.

Ketiga aspek dalam teori pembangunan berkelanjutan, sehingga harus direfleksikan secara bersama-sama untuk memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan kebutuhan yang akan datang. Oleh karenanya sinergi dari ketiga aspek tersebut merupakan kunci dari pembangunan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat, hasil ini sejalan dengan penelitian dari Yuniarti Wahyuningrum et al (2013), dari hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap pemberdayaan masyarakat.

Meskipun hasil penelitian ini menunjukkan ada kesesuaian antara teori dan implementasinya namun hasil dari *In-depth interviews* ke beberapa informan dapat dikompilasi beberapa masukan: 1) perlu penguatan dari dialog dan komunikasi antar pihak PT. Vale dan masyarakat agar menjadi lebih efektif. 2) Selain lebih menekankan kepada pemberdayaan dan kemandirian masyarakat PT Vale perlu mempertimbangkan bantuan-bantuan karitatif selama masyarakat belum dalam kondisi mandiri yang disesuaikan dengan kemampuan perusahaan. 3) Penguatan dan pengembangan elemen-elemen yang terlibat dalam pengelolaan CSR PT. Vale. 4) Kebijakan CSR PT. Vale tidak "terlalu kaku" dalam implementasinya termasuk revisi SOP untuk mendukung proses implementasi CSR.

## **6.2. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat**

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kesejahteraan masyarakat adalah positif dan signifikan. Ini berarti bahwa peningkatan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan diikuti dengan

peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap konstan. Hal ini sesuai dengan hipotesis 2 yang menyatakan bahwa Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat.

Implementasi program *Corporate Social Responsibility* merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat. Menurut Budimanta et al. (2008) dalam Mapisangka, 2009 bahwa *Corporate Social Responsibility* pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka sustainability yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal (*pekerja, shareholder*, dan penanaman modal), maupun eksternal (kelembagaan, pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain). Program *corporate social responsibility* yang berlangsung secara rutin dan terjadwal diharapkan dapat memberikan respon positif dan perusahaan memperoleh pengakuan bahwa perusahaan memiliki nilai sosial yang berkontribusi positif bagi masyarakat dan *stakeholder*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat, hasil ini sejalan dan sesuai dengan penelitian dari Mapisangka, Andi (2009), kesimpulan dari penelitiannya variabel-variabel seperti *corporate social responsibility goal*, *corporate social issue* dan *corporate relation program* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dan tidak sesuai dengan penelitian dari Ni Putu Yeni

Astiti dan Putu Wenny Saitri (2016), dari hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap kesejahteraan masyarakat.

### 6.3. Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Citra Perusahaan

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel pemberdayaan masyarakat terhadap citra perusahaan adalah positif dan signifikan. Ini berarti bahwa peningkatan pemberdayaan masyarakat akan diikuti dengan peningkatan citra perusahaan dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya pemberdayaan masyarakat dianggap konstan. Hal ini sesuai dengan hipotesis 3 yang menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat berpengaruh terhadap citra perusahaan.

A.B. Susanto (2009), mengungkapkan bahwa kompetensi perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, diharapkan mampu memberikan manfaat yang besar dan menguntungkan, manfaat pertama implementasi kegiatan *corporate social responsibility* dapat berupa pengurangan risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Manfaat kedua implementasi *corporate social responsibility*, berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis, adanya keterlibatan dan kebanggaan karyawan secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya, serta adanya konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholdernya. Dengan adanya manfaat inilah, kegiatan *corporate social responsibility* dinilai mampu mendongkrak citra perusahaan yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Kemudian menurut Rachman dkk (2011) suatu bisnis akan maju apabila dipasok oleh tenaga kerja berkualitas, tenaga kerja yang sehat serta lingkungan sosial yang aman dan damai. Suatu masyarakat sejahtera dipengaruhi oleh tingkat upah atau gaji karyawannya serta tingkat partisipasi perusahaan dalam memajukan kesehatan dan pendidikan.

#### 6.4. Pengaruh Kesejahteraan Masyarakat Terhadap Citra Perusahaan

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel kesejahteraan masyarakat terhadap citra perusahaan adalah positif dan signifikan. Ini berarti bahwa peningkatan kesejahteraan masyarakat akan diikuti dengan peningkatan citra perusahaan dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya kesejahteraan masyarakat dianggap konstan. Hal ini sesuai dengan hipotesis 4 yang menyatakan bahwa kesejahteraan masyarakat berpengaruh terhadap citra perusahaan.

Menurut Susanto (2007) perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yakni *profit*, lingkungan, dan masyarakat. Dalam kaitannya dengan fungsi *corporate social responsibility*, ketiga hal tersebut merupakan satu kesatuan aktifitas perusahaan yang dapat dilakukan secara simultan sesuai dengan kondisi sosio-kemasyarakatan yang berkembang. Dengan menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungannya saja, akan tetapi juga dapat memberikan kontribusinya yang arif dan bijaksana dalam peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di sekitar perusahaan.

Secara ekonomi, filosofi *profit maximizing* perusahaan tidak akan tercapai manakala produk yang dijual di pasar tidak laku. Dalam hal ini peran konsumen sebagai bagian dari komunitas masyarakat sangat penting dalam menunjang

keberlangsungan perusahaan. Pada sisi lain juga dapat dijelaskan bahwa, keberadaan perusahaan di suatu lingkungan masyarakat akan terasa nyaman dan tenang dalam kegiatan operasionalnya manakala masyarakat sekitar perusahaan bersifat kooperatif dengan perusahaan. Oleh karena itulah peranan *corporate social responsibility* perusahaan sangat penting manakala perusahaan masih tetap ingin menjalankan fungsi bisnisnya (Mapisangka, 2009).

#### 6.5. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat adalah positif dan signifikan. Ini berarti bahwa peningkatan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan diikuti dengan peningkatan citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap konstan. Hal ini sesuai dengan hipotesis 5 yang menyatakan bahwa Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat.

Menurut Kotler dan Lee (2005), *corporate social responsibility* yang diterapkan secara tepat, baik di bidang ekonomi, sosial maupun lingkungan, akan dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, salah satunya adalah mampu meningkatkan citra perusahaan. Sedangkan menurut *Corporate Forum for Community Development (CFCD)* dalam Ambadar (2007), CSR sangat penting, tidak hanya di masyarakat melainkan juga perusahaan itu sendiri. *corporate social responsibility* dapat mencegah dampak sosial lebih buruk, baik langsung atau tidak

langsung atas kelangsungan usaha, karena gesekan dengan komunitas sekitar, *corporate social responsibility* juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan keharusan bagi perusahaan bila ingin terus maju dan berkembang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap citra perusahaan, hasil ini sejalan dengan penelitian dari Indra Jatmiko (2011). Hasil identifikasi program didapatkan bahwa program CSR Bank "X" termasuk dalam kategori aktifitas CSR *Cause Related Marketing* (Mega Berbagi) dan *Corporate Philanthropy* (Mega Peduli). Benefit yang didapatkan dari kegiatan CSR dalam kategori tersebut adalah meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat bisnis, membantu penyelesaian masalah sosial lokal, menarik nasabah baru, meningkatkan penjualan produk dan membangun identitas merk yang positif.

#### **6.6. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Melalui Kesejahteraan Masyarakat**

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat adalah positif dan signifikan. Ini berarti bahwa peningkatan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan diikuti dengan peningkatan citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat dengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecilnya implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap konstan. Hal ini sesuai dengan hipotesis 6 yang menyatakan bahwa Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh terhadap citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat.

Teori legitimasi (*legitimacy theory*) yaitu eksistensi perusahaan yang berada ditengah masyarakat, perusahaan memiliki tanggungjawab untuk menjaga *congruence* antara keberadaan perusahaan terhadap pengharapan masyarakat (Deegan, 2002).

Terjadinya *gap legitimacy* ketika terdapat *incongruences* antara keberadaan perusahaan dengan pengharapan *stakeholder*, pada saat itu dapat memunculkan reaksi (protes) masyarakat terhadap perusahaan (Deegan, 2002). Belkoui dan Karpik (1989) menyatakan bahwa *gap legitimacy* memunculkan reaksi *stakeholder* yang dapat mengganggu stabilitas dan *going concern* perusahaan. Untuk mengurangi *gap legitimacy* tersebut perusahaan dapat meningkatkan pareto optimal yaitu dengan melakukan *social contract* berupa peningkatan *social responsibility* (SR).

Dampak positif pada pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Wibisono (2007) yaitu: (1) mempertahankan dan mendongkrak citra perusahaan yang sangat penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, (2) layak mendapatkan *social licence to operate* dari masyarakat sekitar, karena pada saat masyarakat mendapatkan keuntungan dari perusahaan, mereka merasa memiliki perusahaan, sehingga perusahaan dengan leluasa menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut, (3) mereduksi resiko bisnis perusahaan yaitu mengelola resiko ditengah permasalahan perusahaan, jika terjadi permasalahan dalam perusahaan, maka biaya *recovery* akan jauh berlipat dibandingkan dengan pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), (4) melebarkan akses sumber daya manusia yang dibutuhkan perusahaan, (5) memperluas akses market konsumen, (6) mereduksi biaya dengan mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi, (7) peluang

mendapatkan banyak penghargaan, (8) menjaga hubungan baik dengan *stakeholders* demi kesejahteraan masyarakat dan (9) meningkatkan motivasi dan produktifitas karyawan karena perusahaan tempat bekerja sebagai pelaku *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Selain meningkatkan kesejahteraan masyarakat, *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga menekankan pada dampak dari semua tindakan yang lebih serius, kewajiban pemimpin untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta perlunya menyatukan tanggungjawab ekonomi dan hukum diluar kapasitas dan kewenangan industri (Yelkikalan & Köse, 2012).

Chung et al (2015) menjelaskan dalam hasil penelitiannya terhadap 500 responden di China bagian Timur bahwa faktor *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu perlindungan konsumen, tanggungjawab filantropis, tanggungjawab hukum, tanggungjawab etis, tanggungjawab ekonomi, dan kontribusi lingkungan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan efek moderasi dari citra perusahaan.

Dari keseluruhan pengaruh tidak langsung implementasi CSR terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan ataupun kesejahteraan masyarakat, maka yang mendapat pengaruh terbesar adalah jika melalui kesejahteraan masyarakat. Ini dikarenakan masyarakat di Kabupaten Luwu Timur utamanya di Sorowako masih lebih menyenangi program yang dirasakan langsung mendapatkan *benefit* daripada melalui proses seperti program yang dilakukan di pemberdayaan masyarakat. Umumnya program pemberdayaan biasanya memakan waktu yang relatif lama baru memberikan hasil kepada masyarakat. Dengan kata lain, masyarakat lebih menginginkan diberikan "ikan" daripada "pancing".

Di sisi lain, dalam beberapa *in-depth interview*, sebagian kelompok masyarakat masih memandang CSR sekadar sebagai donasi. Mereka memiliki ekspektasi yang sangat tinggi atas "dana CSR" perusahaan. Ada pandangan bahwa masyarakat memandang perusahaan harus sepenuhnya bertanggung jawab penuh atas pembangunan di wilayah mereka. Perusahaan menjadi *quasi-government* atau setengah pemerintah. Masyarakat juga mudah marah ketika perusahaan tidak memenuhi harapan mereka yang sangat tinggi. Dengan konteks seperti itu, maka dapat dipahami masyarakat cenderung lebih menyukai bantuan dari perusahaan terutama berupa donasi atau subsidi dan muncul aksi perlawanan bila aspirasinya tidak diakomodir oleh perusahaan.

#### 6.7. CSR dan Kualitas Keterimaan Pemangku Kepentingan

Beberapa peristiwa perlawanan kelompok masyarakat atau pun warga Sorowako terhadap PT Vale terekam dalam pantauan media terutama sejak era Reformasi (1998-sekarang). Pemicu aksi perlawanan itu beragam mulai terkait dengan isu pemberdayaan masyarakat lokal seperti pelaksanaan program *Community Development* sebagai bagian dari CSR perusahaan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, lahan, lingkungan hidup, peluang usaha bagi kontraktor lokal, hingga kebijakan perusahaan yang dianggap sekelompok masyarakat tidak kondusif bagi masyarakat lokal (Laporan Tahunan Program CD PTI, 2004, dalam Muhammad, Sewedi, 2017).

Ada pun aksi demonstrasi yang terjadi sejak PT Vale Indonesia Tbk beroperasi tahun 1969 hingga sekarang jika merujuk pada data Media Mapping PT Inco Tbk (2005-2011) tercatat ada ratusan demonstrasi, petisi, dan protes dilakukan masyarakat di lingkaran operasional PT Inco Tbk. Tema aksi tersebut mayoritas berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pada periode 2012 - 2016, aksi demonstrasi menurun drastis. Tercatat aksi demonstrasi yang terpantau media hanya empat kejadian. Secara kuantitas aksi demo menurun bila dibandingkan pada periode 2005-2011 dengan periode 2012-2016.

Hal ini sejalan dengan proses pembenahan dalam pengelolaan CSR oleh PT Vale Indonesia Tbk. Pada awal operasi PT Vale Indonesia Tbk, pengelolaan lebih cenderung kepada pendekatan proyek, jangka pendek, dan berdiri sendiri sebagai program perusahaan. Sejak tahun 2013, program CSR PT Vale Indonesia Tbk diselaraskan dengan rencana pembangunan Pemerintah Daerah Kabupaten Luwu Timur, bersifat jangka panjang, dan memiliki *roadmap* lima tahunan. Perusahaan dan masyarakat penerima manfaat program berjalan bersama. Dengan demikian tidak terjadi tumpang tindih program, tumpang tindih dana, serta pemborosan waktu dan pekerjaan. Semua itu diwadahi dalam satu program yang dinamakan Program Terpadu Pengembangan Masyarakat (PTPM).

Secara statistik, jumlah penduduk miskin secara kuantitas juga menurun sejak 2011-2015 di Kabupaten Luwu Timur. Periode ini juga sejalan dengan penyempurnaan dalam pengelolaan CSR PT Vale Indonesia Tbk. Berikut ini ditampilkan tabel tingkat kemiskinan pada Kabupaten Luwu Timur, Kabupaten Luwu Utara dan Kota Palopo.

**Tabel 6.1 Jumlah Penduduk Miskin Kabupaten Luwu Timur, Kabupaten Luwu Utara dan Kota Palopo periode 2011 - 2015 (dalam ribuan jiwa)**

Kab/kota	2011	2012	2013	2014	2015
Luwu Timur (sorowako)	20.4	19.9	22.2	20.78	19.67
Luwu Utara	21.5	22.4	24.0	25.1	26.5
Palopo	15.3	14.9	15.5	14.5	15.2

Sumber: BPS 2016

Berdasarkan Tabel 6.1 di atas tampak pencapaian penurunan angka kemiskinan di Kabupaten Luwu Timur sudah semakin baik, hal ini dapat dilihat dari besaran angka kemiskinan Kabupaten Luwu Timur yang mengalami penurunan dan cenderung besarnya selalu dibawah rata-rata angka kemiskinan di Provinsi Sulawesi Selatan. Selama 10 tahun terakhir, angka kemiskinan Kabupaten Luwu Timur terus turun menjadi 7,18 pada Tahun 2015 dan pencapaiannya tetap lebih rendah dari rata-rata Sulawesi Selatan yang sebesar 9,39 persen di tahun yang sama

Selain itu, membangun komunikasi yang efektif dengan para pemangku kepentingan perusahaan juga penting. Antara perusahaan dengan masyarakat membutuhkan suatu kesepahaman di dalam implementasi CSR agar tujuan CSR perusahaan dapat tercapai dengan baik, antara lain meminimalisir dampak negatif akibat operasional perusahaan.

Untuk itu, perlu pesan komunikasi terutama mengenai CSR harus dapat dikemas sedemikian rupa dan terencana dengan sistematis dan berkelanjutan sekaligus memperhatikan potensi modal sosial di lingkaran operasional perusahaan. 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 kegiatan bersama atau kegiatan kolektif antar warga masyarakat.

## BAB VII

### PENUTUP

Dari pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya selanjutnya akan diperjelas dengan kesimpulan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran sarannya sebagai berikut:

#### 7.1. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang ada di dalam penelitian, hipotesis penelitian serta hasil analisa data dan pembahasan hasil analisa, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh langsung dan positif terhadap pemberdayaan masyarakat. Sehingga saat implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) meningkat, secara langsung akan menyebabkan peningkatan pemberdayaan masyarakat.
2. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh langsung dan positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Sehingga saat implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) meningkat, secara langsung akan menyebabkan peningkatan kesejahteraan masyarakat.
3. Pemberdayaan masyarakat berpengaruh langsung dan positif terhadap citra perusahaan. Sehingga saat pemberdayaan masyarakat meningkat, secara langsung akan menyebabkan peningkatan citra perusahaan.

4. Kesejahteraan masyarakat berpengaruh langsung dan positif terhadap citra perusahaan. Sehingga kesejahteraan masyarakat meningkat, secara langsung akan menyebabkan peningkatan citra perusahaan.
5. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh tidak langsung dan positif terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat. Sehingga saat implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) meningkat, secara tidak langsung akan menyebabkan peningkatan citra perusahaan melalui pemberdayaan masyarakat.
6. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari: pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi berpengaruh tidak langsung dan positif terhadap citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat. Sehingga saat implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) meningkat, secara tidak langsung akan menyebabkan peningkatan citra perusahaan melalui kesejahteraan masyarakat.

## 7.2. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini yang diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi PT Vale Indonesia Tbk adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel pemberdayaan masyarakat, implikasi pada penelitian ini menemukan bahwa untuk membangun secara berkelanjutan partisipasi masyarakat sekitar perusahaan dan memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan, harus ada komitmen dari perusahaan untuk menerapkan praktek bisnis yang baik dan sumbangsih sumberdaya yang dimiliki perusahaan terutama untuk pengembangan komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya.

Hasil penelitian ini juga menemukan ada beberapa indikator yang perlu dipertimbangkan untuk ditingkatkan agar memperkuat dan meningkatkan citra dan reputasi perusahaan yaitu:

- a. Bidang pendidikan yang terkait indikator bantuan sarana dan prasarana pendidikan dari perusahaan, maka perusahaan perlu mempertimbangkan bantuan pemeliharaan dengan bermitra kepada berbagai pihak terutama ke pemerintah daerah agar kondisi bantuan perusahaan atas sarana dan prasarana pendidikan tersebut tetap dapat berfungsi dalam kondisi layak dan baik. Sedangkan pada indikator yang terkait pemanfaatan ICT, perusahaan perlu mempertimbangkan untuk memberikan bantuan pelatihan ICT yang berkelanjutan sekaligus mengembangkan teknologi inovatif yang membantu para guru maupun siswa untuk dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya sehingga para guru dan siswa dapat menjadi lebih kreatif dan produktif.
- b. Bidang kesehatan terkait indikator pemberdayaan klinik kesehatan perusahaan, maka perusahaan perlu mempertimbangkan memperluas jangkauan pelayanannya terutama memberikan perhatian khusus kepada penduduk lanjut usia dan ibu hamil yang berlokasi relatif berjarak cukup jauh dari klinik perusahaan dengan menyediakan akses atas pelayanan kesehatan yang terjangkau.
- c. Bidang sosial ekonomi terkait indikator pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan, maka perusahaan perlu mempertimbangkan selain melakukan pendampingan juga untuk terus mengembangkan insiatif dan stimulasi atas diversifikasi sumber ekonomi.

2. Pada variabel kesejahteraan masyarakat, implikasi pada penelitian ini menemukan bahwa untuk membantu masyarakat pada berbagai tingkatan umur untuk tumbuh dan berkembang melalui berbagai fasilitas dan dukungan agar mereka mampu memutuskan, merencanakan dan mengambil tindakan untuk mengelola dan mengembangkan lingkungan fisik dan kesejahteraannya, harus ada komitmen dan upaya dari perusahaan untuk mengelola harapan masyarakat pada tingkat yang wajar dalam kerangka kemitraan tiga pihak dan *community needs assessment* yang baik.
3. Pada variabel citra perusahaan, implikasi pada penelitian ini menemukan bahwa untuk memberikan kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya, maka perusahaan harus berupaya menerapkan praktek bisnis yang baik sekaligus menghormati karakteristik masyarakat dan menganggap diri bagian dari masyarakat. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa jalur program kesejahteraan masyarakat memberikan kontribusi lebih besar dari pada jalur program pemberdayaan masyarakat dalam peningkatan citra perusahaan.

### 7.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat diperbaiki atau dikembangkan pada penelitian yang akan datang. Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan dalam lingkup sekitar produksi PT Vale Indonesia Tbk di Sorowako.
2. Variabel yang diteliti dan diamati dalam penelitian ini hanya terbatas pada variabel implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Pada variabel kesejahteraan masyarakat, implikasi pada penelitian ini menemukan bahwa untuk membantu masyarakat pada berbagai tingkatan umur untuk tumbuh dan berkembang melalui berbagai fasilitas dan dukungan agar mereka mampu memutuskan, merencanakan dan mengambil tindakan untuk mengelola dan mengembangkan lingkungan fisik dan kesejahteraannya, harus ada komitmen dan upaya dari perusahaan untuk mengelola harapan masyarakat pada tingkat yang wajar dalam kerangka kemitraan tiga pihak dan *community needs assessment* yang baik.
3. Pada variabel citra perusahaan, implikasi pada penelitian ini menemukan bahwa untuk memberikan kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya, maka perusahaan harus berupaya menerapkan praktek bisnis yang baik sekaligus menghormati karakteristik masyarakat dan menganggap diri bagian dari masyarakat. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa jalur program kesejahteraan masyarakat memberikan kontribusi lebih besar dari pada jalur program pemberdayaan masyarakat dalam peningkatan citra perusahaan.

### 7.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat diperbaiki atau dikembangkan pada penelitian yang akan datang. Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan dalam lingkup sekitar produksi PT Vale Indonesia Tbk di Sorowako.
2. Variabel yang diteliti dan diamati dalam penelitian ini hanya terbatas pada variabel implementasi *program Corporate Social Responsibility (CSR)*.



pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan masyarakat dan citra perusahaan sehingga masih bisa digali variabel lain selain variabel yang telah diteliti untuk penelitian berikut.

3. Novelty penelitian ini ada pada upaya melihat pengaruh implementasi CSR terhadap citra perusahaan melalui pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat industri ekstraktif nikel di Sorowako.

#### 7.4. Saran

Berdasarkan kesimpulan, implikasi penelitian dan keterbatasan penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, beberapa saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT Vale Indonesia Tbk dalam hal implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), perlu melibatkan seluruh aspek masyarakat agar program-program yang dilakukan benar-benar bermanfaat dan tepat guna bagi masyarakat dan lingkungan. Selain itu, perusahaan juga perlu melakukan penilaian secara regular atas program yang sudah dilaksanakan, menyampaikan hasilnya kepada masyarakat, dan mencari peluang perbaikan serta bermitra dengan pihak lain untuk meningkatkan hasil.
2. Menjalinkan kerjasama dan sinergitas dengan pemerintah daerah dan seluruh pemangku kepentingan perusahaan lainnya serta membangun komunikasi yang efektif dan berbagi sumber daya (*matching resources*) dengan para pemangku kepentingan perusahaan, sehingga keberlanjutan dan keberlangsungan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dapat dipertahankan dan berkelanjutan.
3. Khusus untuk program sosial ekonomi yang berkaitan dengan kewirausahaan, implementasi CSR harus menyoal permasalahan secara menyeluruh.

Pendampingan usaha dari hulu hingga hilir sangat diperlukan, termasuk manajemen usaha, produksi, pemasaran, dan keuangan sederhana.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achda, B. Tamam Achda, 2006. pendiri Community Development Institute, pada Seminar Nasional: A Promise of Gold Rating: Sustainable CSR, Hotel Hilton, Jakarta, 23 Agustus 2006
- Achwan, R, 2006. Corporate Social Responsibility: Pertikaian Paradigma dan Arah Perkembangan. *Galang Jurnal Filantropi dan Masyarakat Madani, Volume 1 Nomor 2, Januari 2006. PIRAC, Depok*
- Alma, Buchari, 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan. Keenam, Alfabeta, Bandung
- Ambadar, Jackie, 2007. Mengelola Merek. Yayasan Bina Karsa Mandiri, Jakarta
- Ambadar, Jackie. 2008. CSR dalam Praktik di Indonesia. PT Elex Media Komputindo: Jakarta
- 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
- Andreassen, Tor Wallin and Bodil Lindestad. 1998. The Impact of Corporate Image on Quality, customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying degrees of Service Expertise. *International Journal of Service Industry Management* vol.9 No.1: 7-23.
- Anggraini, Shandy. 2008. "Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT. Inalum Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kuala Tanjung, Kec. Sei Suka, Kab. Batu Bara Sumatera Utara". Universitas Sumatera Utara
- Anofrida Yenti. 2013. Pengaruh Penerapan Program Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan PT. Semen Padang (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Lubuk Kilangan Padang). [ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/download/135/122](http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/download/135/122)

- Anonimous, 2005. Corporate Stakeholder Partnership Toward Productive Relations (Report Seminar). LEAD INDONESIA bekerja sama dengan LAB-SOSIO FISIP UI, Jakarta.
- Ardianto, Elvinaro dan Dindin Machfudz. 2011. Efek Kedermawanan Pebisnis dan. CSR. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. 2004. Dasar-Dasar Public Relations, Cetakan Ketiga. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arisyono. 2008. Strategi Implementasi Corporate Social Responsibility untuk Mendukung Pengembangan Agribisnis Karet Rakyat (Kasus PT PAMA Distrik Adaro, Kalimantan Tengah dan Kalimantan Selatan). Manajemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi. Bogor.
- Azwar, Sifuddin, 1990, Reabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Sigma Alpha.
- Barich, Howard and Philip Kotler. 1991. A Framework for Marketing Image. Management. Sloan Management Review. pp.94-104
- Belanger, Charles, Joan Mount and Mathew Wilson. 2002. Institutional Image and Retention. Tertiary Education and Management 8: 217-230.
- Bloemer, Jose M and Gaby Odekerken-Schroder. 2002. Store Satisfaction and Store Loyalty Explained by Customer and Store-Related Factors. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior. 15. ABI/INFORM Research. p 68. Available at: <http://findarticles.com/p/articles>
- Buchari Alma, 2005. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan. 5. Bandung: CV Alfabeta
- Budimanta, et al, 2008. Corporate Social Responsibility Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini, ICSD, Jakarta
- Chambers, R. 1995, Lembaga Penelitian, Pendidikan, Penerangan Ekonomi dan Sosial, Pembangunan Desa Mulai dari Belakang, Jakarta

- Chapple, Wendy & Moon, Jeremy. 2005. Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia A Seven-Country Study of CSR Web Site Reporting. *Business and Society* 44 (4):415-441.
- Chung, K., Yu, J., Choi, M. & Shin, J. 2015. The effects of CSR on customer satisfaction and loyalty in China: The moderating role of corporate image. *Journal of Economics, Business and Management* 3, (5), 542-547
- Cooper, Donad D. and C. Willian Emory (1996), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi kelima. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Daniri, Achmad, 2008, Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bag II, <http://www.madani-ri.com/2008/02/11/standarisasi-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-bag-ii/> (diakses 10 November 2009)
- Daniri, Mas Ahmad, 2005. "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan." Diakses 20 Juli 2008.
- Denzin, Norman K. Dan Yvonna S. Lincoln. 2009. *Hand Book of Qualitative Research*. Terjemahan oleh Dariyatno, Badrus Samsul Fata, Abi, John Rinaldi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dyah Ayu Setyaningrum. 2011. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat (Studi kasus pada Pt. Apac Inti Corpora, Bawen). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Eikington, John, 1998, *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*, Gabriola Island, BC: New Society Publishers
- Etzioni, Amitai, 1999, *The Limits of Privacy*, (New York : Basic Books, 1999)
- Fandy Tjiptono, 2004, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Malang
- Febrianty, Titania. 2013. "Nusa Nan Resah", *National Geography Indonesia* edisi Mei 2013
- Ferdinand, A. T. 2006, *SEM Dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang, Indonesia

- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian, Manajemen*. Semarang:FE UNDIP.
- Fisher, Cathy. 1996, "The Impact of Perceived Environmental Uncertainty and Individual Differences on Management Information Requirements: A Research Note," *Accounting Organizations and Society*, Vol 21, No. 4, pp.361-369
- Frank, Andre Gunder. 1969. *The Development of Under Development in Latin America: Underdevelopment or Revolution*. New York: Mounthly Review Express.
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.
- Ghozali, Imam. 2004. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan program AMOS Versi 5.0.*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2008. *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, Universitas Diponegoro, Semarang
- Grant, Robbert M. dan Craig, James C. 2009. "Strategic Management Manajemen. Strategi" PT. Elex Media Komputindo
- Hadi, Nur. 2011. *Corporate Social Responsibility edisi Pertama*. Yogyakarta : Graha. Ilmu
- Hair, Joseph F et al. 2006. *MultiVariate Data Analysis. Fifth Edition*. Gramedia. Pustaka Utama: Jakarta
- Handayani, Fitri. 2012. *Hubungan Antara Karakteristik Corporate Governance Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Emprirs pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro
- Hertanto, Heka. 2008. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Ekonomi Rakyat*. *Jurnal Elcendikia Edisi 7 Vol.III No.1 Juni 2008*
- [http://id.wikipedia.org/wiki/pembangunan berkelanjutan](http://id.wikipedia.org/wiki/pembangunan_berkelanjutan) (diakses 9 November 2009)

[http://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung\\_Jawab\\_Sosial\\_Perusahaan](http://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_Jawab_Sosial_Perusahaan) (diakses 9 November 2009)

Hutapea, Kenal. 2012. "Pengaruh Citra dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan menggunakan Jasa Di Pt. Garuda Plaza Hotel Medan." *Jurnal Ilmiah Profesional Indonesia*.

Indra Jatmiko. 2011. *Kajian Citra Perusahaan Melalui Kegiatan Corporate Social Responsibility Pada Bank "X" Bogor*. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor Bogor

Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations Untuk Bisnis*. Jakarta: Pustaka Bina Pressindo.

Josua. 2007. *Pola Kemitraan dalam praktek Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Program Community Development PT. Toba Pulp Lestari, Tbk. di Kecamatan Porsea Kabupaten Toba Samosi*, tesis Universitas Sumatera Utara.

Jurnal SDM 2009, <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/corporatesocial-responsibility-csr.html> (diakses 8 November 2009)

Kartasasmita, Ginandjar. 1996. *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: Pustaka Cidesindo.

Keller, L.L. 1993. Conceptualising, measuring and managing customer based brand equity. *Journal of Marketing*. (57) 1:1-22

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

Kiroyan, Noke. 2009. *CSR Complace and business opportunities*. Materi Presentasi disampaikan pada pertemuan America Chamber in Indonesia 26 Mei 2009

Kotler P. 2003. "Marketing Management" 11th edition/International Edition, Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, Philip & Lee, N. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good For Your Company And Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Son, Inc.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta

- Kotler, P. and Nancy, L. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good For Your Company and Your Cause. Best Practices From Hewlett Packard, Ben & Jerry's, and Other Leading Companies.* Jhon Wiley & Sons, Inc. United States of America.
- M. Faroid dan Kholid Murtadlo. 2014. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan PT Tirta Investama Keboncandi Pada Masyarakat Desa Jeladri Winongan Pasuruan.*
- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis.* Jakarta : Penerbit. Salemba Empat.
- Mahrinasari MS, (2014), "Model Citra Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Membangun Ekuitas Merek," Disertasi, Program Pascasarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Majalah Bisnis dan CSR, 2007, *Regulasi Setengah Hati*, Edisi Oktober
- Malhotra. 2005. *Riset Penelitian.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Mapisangka, Andi. 2009. *Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat.* JESP Vol. 1, No. 1, 2009
- Maulana, M. Reza. 2009. "Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Rekayasa Industri Terhadap Pengembangan Masyarakat
- Mubyarto, 1998. *Pemberdayaan Ekonomi Rakyat.* Jakarta: Aditya Media
- Muhadjir dan Gita Fitri Qurani. 2011. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Persepsi Nasabah Bank Dan Dampaknya Terhadap Corporate Image.* [library.binus.ac.id/eColls/eJournal/06%20-%20Muhadjir.pdf](http://library.binus.ac.id/eColls/eJournal/06%20-%20Muhadjir.pdf)
- Muhammad, Sawedi. 2017. *Gelombang Perlawanan Di tepian Matano. (Resistensi Masyarakat Sorowako Terhadap PT Inco).* Penerbit Innawa. Makassar.
- Mulyana, Iman Dwi Suwandi, *Seri Manajemen Pemasaran: Citra Perusahaan*, [www.e-iman.uni.cc](http://www.e-iman.uni.cc) (diakses 19 Februari 2010)
- Ngelow, Zakaria J. 2008. "Sejarah Singkat Masyarakat Seko", *Masyarakat Seko pada Masa DI/TII (1951-1965)*, diedit oleh Zakaria J. Ngelow dan Martha Kumla Pandonge, Yayasan Ina Seko, 2008

- Nguyen dan Leblanc. 2002. Contact Personnel, Physical Environment and Perceived Corporate Image of Intangible Services by New Clients. *International Journal of Service Industry Management*. P. 242 – 262.
- Ni Putu Yeni Astiti dan Putu Wenny Saitri. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dan Citra Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* Vol.12. No.2 Juli 2016.
- Nicholson, Walter, 1992, *Micro Economic Theory*, The Dryden Press Holt Saunders Japan
- Noviana Nurita. 2013. Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Persepsi Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus: Program Mandiri Bersama Mandiri Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Cilawu, Garut. Universitas Bina Nusantara. Jakarta
- O'Donovan, 2002. Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol.15, No.3, pp.344-371
- Oetzel, Jennifer, Gets, Kethleen A., Ladek, Stephen, 2007, "The Role of Multinational Enterprises in Responding to Violent Conflict: A Conceptual Model and Framework for Research", *American Business Law Journal*, Vol. 44, No.2, pp. 331
- Pambudi, S.T. 2005. Perjalanan Si Konsep Seksi, *Majalah Swasembada*, No. 26/XXI/ 19 Desember 2008. Jakarta.
- Peiras, Christian. 1996. *The Bugis*, Blackwell Publishers
- Poerwanto. 2006. *New Business Administrasion, Paradigma Baru Pengelolaan Bisnis di Era Dunia Tanpa Batas*. Pustaka Pelajar, Jogjakarta
- Prijono, Onny S. dan A.M.W Pranarka (eds), 1996. *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi*, CSIS, Jakarta, hal.44-46
- PT Inco Tbk, 2004, *Laporan Tahunan Program Pemberdayaan Masyarakat 2004*.
- PT Inco Tbk, 2007, *Laporan Program Community Development 2006 - 2007*

- PT Inco Tbk, 2007, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Laporan Tahunan 2007.
- PT Inco Tbk, 2008, Di Balik Strategi Konervasi Energi Kami, Laporan Tahunan 2008.
- PT Inco Tbk, 2008, Majalah Inkomunikasi Vol. 30
- PT Inco Tbk, 2008, Pemberdayaan Berkelanjutan, Laporan Program Community Development PT Inco 2008
- Puente, Esther De Quevedo, Juan Manuel de la Fuente-Sabate, Juan Bautista Delgado-Garcia, 2007, "Corporate Social Performance and Corporate Reputation: Two interwoven Perspectives", *Corporate Reputation Review*, Vol. 10, No 1, pp. 60-72
- Rachman, N.M., Efendi, A., Wicaksana., 2011. "Panduan Lengkap Perencanaan CSR", Depok. Penebar Swadaya
- Raynard, P. & Forstater, M. 2002. *Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries*, Reports, United Nations Industrial Development Organization, Vienna
- Reid, Anthony. 2014. *Asia Tenggara dalam Kurun Niaga 1450-1680: Tanah di Bawah Angin (Jilid 1)*, Pustaka Obor Indonesia, Cet. III — Februari 2014
- Riordan, Christine, Robert. D. Gatewood and Jodi Barnes Bill. 1997. *Corporate Image: Employee Reaction and Implications for Managing Corporate Social Performance*. *Journal of Business Ethics* 16: 401-412.
- Robinson Kathryn M. 1986. *Step Children of Progress, The Political Economy of Development in an Indonesian Mining Town*, State University Of New York Press, Albany.
- Robinson, Kathryn May. 1986. *Stepchildren of Progress: The Political Economy of Development in an Indonesian Mining Town* SUNY Series in the Anthropology of Work, New York, AS: State University of New York Press
- Rosen, Harvey S. 1988. *Public Finance*. 2nd edition. Richard D. Irwin Inc. Illinois

- Roslina. 2009. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 10, No 2. 2009. ISSN: 1412 – 3681
- Rudito, B., Famiola, M. 2007. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Edisi 1. Penerbit Rekayasa Bisnis
- Sawedi Muhammad. 2015. Gerakan sosial di lingkaran Tambang: Politik perlawanan Masyarakat Asli Sorowako Terhadap PT. Vale Indonesia, Tbk di Sorowako, Sulawesi Selatan, Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar, Disertasi.
- Sen, Amartya. 2002. *Rationality and Freedom*, USA: First Harvard University Press.
- Singarimbun, M. dan Effendi, S., 2006, *Metode Penelitian Survei*, Cetakan. Kedelapanbelas, Penerbit Pustaka LP3ES, Jakarta
- Sita Supomo. 2004. *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Prinsip GCG*. Suplemen *Republika*, 20 Oktober 2004
- Siti Zaleha, 2008. *Peranan CSR PT. Inalium Divisi PLTA. Siguragura terhadap Pengembangan Sosio Ekonomi Masyarakat Kecamatan Pintupohan Meranti Kabupaten Toba Samosir*. Tesis. Universitas Sumatera Utara.
- Soemirat, Solej-Elivinaro Ardianto. 2004. *Dasar-Dasar Public Relation's*, Bandung: Rosdakarya.
- Solimun, dan Rinaldo, A. 2009. *Permodelan Persamaan Struktural Pendekatan PLS dan SEM Aplikasi Software SmartPLS dan Amos*. Laboratorium Statistika FMIPA Universitas Brawijaya Malang
- Steiner, G. A & Miner, JB. 1997. *Kebijakan dan Strategi Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Subejo dan Supriyanto. 2004, *Metodologi Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat*, Bahan Kuliah: *Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan*, Universitas Gajah Mada Yogyakarta
- Sugandhy, A. dan Hakim, R. 2007. *Prinsip Dasar Kebijakan Pembangunan Berwawasan Lingkungan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

- Sugiyono. 2005. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Suharto, Edi ,2006. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Stategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, Bandung: Refika Aditama (cetakan kedua)
- Suharto, Edi, 2007, *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik: Peran Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial dalam Mewujudkan Negara Kesejahteraan di Indonesia*, Bandung: Alfabeta
- Suharto, Edi, 2007, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Refika Aditama
- Suharto, Edi, 2008, "Corporate Social Responsibility: What is and Benefit for Corporate" makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari
- Sukada, Sonny dan Jalal, 2008. "Pelaporan Keberlanjutan: Alat Akuntabilitas dan Manajemen" makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari
- Sumodiningrat, Gunawan,1999, *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring. Pengaman Sosial*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Surakhmad, Winarno,1995, *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar Metoda Teknik*. Bandung: Penerbit Tarsito.
- Suratmo, Sribugo 2008,"Implementasi CSR di Perusahaan" makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari 2008
- Susanto, A. B. 2007. *Corporate Social Responsibility: A Strategic Management Approach*. The Jakarta Consulting Group Partner in Change, Jakarta

- Susanto, A. B. 2009. *Reputation-Driven: Corporate Social Responsibility: Pendekatan Strategic Management dalam CSR*. Erlangga: Jakarta
- Syahputra, E., 2008. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Masyarakat Lingkungan PTPN IV (Studi pada Unit Kebun Dolok Ilir Kabupaten Simalungun)*, Tesis Magister Humaniora dalam Program Studi Ilmu Hukum USU, Medan
- Turban, T. D., dan Greening, D. W. 1995. *Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees*, *Academy of Management Journal*, 40 (3), 658-672
- Umar, Husein, 2001, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Unang Mulkhan dan Maulana Agung. 2013. *Analisis Pelaksanaan Program Kemitraan BUMN Terhadap Kesejahteraan UMKM: Pendekatan Corporate Responsibility (SR) (Studi Kasus PTPN VII)*. Seminar Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat-Dies Natalis FISIP Unila Tahun 2012
- Vale, 2016. *Laporan Keberlanjutan/Sustainability Report*. PT Vale Indonesia Tbk, Jakarta
- Verhoef, E. T dan P.Nijkamp, 2000. "Spatial Dimensions of Environmental Policies for Transboundary Externalities; A Spatial Price Equilibrium Approach", *Environment and Planning*, 32A:2033-2055.
- Verhoef, E. T, 1999. Externalities, dalam Jeroen C.J.M Van Den Bergh (ed), *Handbook of Environmental Economics and Management*, 24:101-118
- Wahyuni, Dewi, 2007. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial* Vol. 12 No. 02, hal 11-20.
- Wallerstein, Immanuel. 1974. *The Modern World-System, I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century*, revised ed. with New Prologue. San Francisco: Univ. of California Press.
- Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Surabaya: Media Grapka

- Wikipedia, 2008, Corporate Social Responsibility, [http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate\\_social\\_responsibility](http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility) (diakses 20 Februari 2009)
- Wikipedia, 2008, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan,
- Wikipedia, 2008. Pembangunan Berkelanjutan,
- Wood, D.J. 1991. "Corporate Social Performance Revisited." *Academy of Management Review*, Vol. 16, No. 4, pp. 691-718.
- Yelkikalan, N. & Köse, C. 2012. The effects of the financial crisis on Corporate Social Responsibility. *International Journal of Business and Social Science* 3, (3), 292-300
- Yeni Yulianti. 2013. Pengaruh Program Corporate Social Responsibility PT. Pusri Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan 3 Ilir Palembang. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Palembang
- Yuniarti Wahyuningrum, Irwan Noor, Abdul Wachid. 2013. Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.1 No.5, Hal 109-115 | 109

## LAMPIRAN



Lampiran Kuesioner

## KUESIONER

Dalam Rangka Penelitian Disertasi dengan Judul :

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP  
EMBERDAYAAN MASYARAKAT, KESEJAHTERAAN MASYARAKAT,  
AN CITRA PERUSAHAAN PT VALE INDONESIA TBK DI SOROWAKO  
KECAMATAN NUHA KABUPATEN LUWU TIMUR**



**Peneliti :  
ISKANDAR SIREGAR  
Nomor Pokok: P0500311003**

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2017**

Lampiran Kuesioner

## KUESIONER

Dalam Rangka Penelitian Disertasi dengan Judul :

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, KESEJAHTERAAN MASYARAKAT,  
DAN CITRA PERUSAHAAN PT VALE INDONESIA TBK DI SOROWAKO  
KECAMATAN NUHA KABUPATEN LUWU TIMUR**



**Peneliti :  
ISKANDAR SIREGAR  
Nomor Pokok: P0500311003**

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2017**

Kepada Yang Terhormat,  
Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Responden  
Di Tempat

Dengan Hormat,

Nama saya: **Iskandar Siregar**, mahasiswa Program Doktor Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, saat ini saya sedang melakukan penelitian Disertasi dengan judul "Implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Pemberdayaan Masyarakat, Kesejahteraan Masyarakat dan Citra Perusahaan PT Vale Indonesia Tbk di Sorowako Kecamatan Nuha Kabupaten Luwu Timur".

Dengan ini mohon berkenan kiranya Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi daftar pertanyaan yang telah saya sediakan dibawah ini. Mohon diisi dengan sebenar-benarnya dan sejujur-jujurnya tanpa dipengaruhi oleh siapapun, serta jawaban bersifat rahasia. Apapun jawaban Bapak/Ibu/Saudara/Saudari tidak ada yang salah dan tidak akan berpengaruh terhadap penilaian kerja Bapak/Ibu/Saudara/Saudari pada saat penelitian, hal ini dikarenakan peneliti menjamin sepenuhnya kerahasiaan identitas seluruh jawaban Bapak/Ibu/Saudara/Saudari.

Mohon jangan sampai ada terlewatkan, peneliti mohon maaf apabila ada yang tidak berkenan atas hadirnya kuesioner ini. Atas kesediaan dan perhatiannya serta kerjasamanya, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Makassar, Januari 2016

Hormat saya,  
Peneliti

**Iskandar Siregar**

### Petunjuk Pengisian

Mohon bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan mengisi jawaban secara tertulis dan memberikan tanda silang (X) pada pilihan jawaban.

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : .....
2. Umur : ..... Tahun
3. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
4. Pendidikan Terakhir :  SD  SMP  
 SMA/SMK  S1/S2

## Variabel Implementasi CSR sektor Pendidikan (X1)

### Petunjuk Pengisian

Berikut ini disediakan sejumlah pernyataan berkaitan dengan Implementasi CSR sektor Pendidikan. Pada setiap pernyataan disertai lima pilihan jawaban.

Bacalah semua pernyataan ini dengan cermat. Pilih dan beri tanda silang (X) pada nomor yang paling menggambarkan kondisi yang paling sesuai dengan anda.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N),  
4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	<b><u>Pemberian Beasiswa Komunitas</u></b> Pemberian beasiswa komunitas bagi siswa/mahasiswa oleh PT Vale Indonesia Tbk telah membantu meringankan keuangan orang tua siswa/mahasiswa	1	2	3	4	5
2	<b><u>Bantuan pembangunan dan rehabilitasi sekolah</u></b> Bantuan pembangunan dan rehabilitasi sekolah mampu meningkatkan partisipasi sekolah anak usia sekolah	1	2	3	4	5
3	<b><u>Pemanfaatan (ICT) di sekolah-sekolah</u></b> pemanfaatan <i>Information and Communication Technology</i> (ICT) mampu mempermudah, dan mempercepat pekerjaan-pekerjaan yang akan dilakukan oleh sekolah	1	2	3	4	5

## Variabel Implementasi CSR sektor Kesehatan (X2)

### Petunjuk Pengisian

Berikut ini disediakan sejumlah pernyataan berkaitan dengan Implementasi CSR sektor Kesehatan bagi bapak/ibu. Pada setiap pernyataan disertai lima pilihan jawaban.

Bacalah semua pernyataan ini dengan cermat. Pilih dan beri tanda silang (X) pada nomor yang paling menggambarkan kondisi yang paling sesuai dengan anda.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N),  
4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	<b><u>Bantuan Fasilitas dan alat kesehatan</u></b> Bantuan berupa fasilitas dan alat kesehatan telah mampu meningkatkan kesehatan masyarakat	1	2	3	4	5
2	<b><u>Pemberdayaan Klinik Kesehatan perusahaan</u></b> masyarakat dapat berobat dan mendapat pelayanan medis di klinik kesehatan perusahaan	1	2	3	4	5
3	<b><u>Bantuan Pembangunan dan rehabilitasi sarana kesehatan</u></b> Bantuan pembangunan dan rehabilitasi Puskesmas, puskesmas pembantu, puskesmas keliling, posyandu, pos kesehatan desa maupun pos bersalin desa (polindes) mampu mempercepat dan mempermudah pelayanan kesehatan.	1	2	3	4	5

### Variabel Implementasi CSR sektor Sosial Ekonomi (X3)

#### Petunjuk Pengisian

Berikut ini disediakan sejumlah pernyataan berkaitan dengan Implementasi CSR sektor Sosial ekonomi bagi bapak/ibu. Pada setiap pernyataan disertai lima pilihan jawaban.

Bacalah semua pernyataan ini dengan cermat. Pilih dan beri tanda silang (X) pada nomor yang paling menggambarkan kondisi yang paling sesuai dengan anda.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N),  
4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	<u>Peningkatan infrastruktur seni, sosial dan budaya</u> Dengan memberikan bantuan pada bidang seni, sosial dan budaya akan mampu menjaga kelestarian seni, sosial dan budaya setempat	1	2	3	4	5
2	<u>Pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan</u> Dengan bantuan pada sektor sosial ekonomi berupa pemberdayaan dan pelatihan kewirausahaan mampu meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan masyarakat	1	2	3	4	5
3	<u>Pengembangan dan penataan pemukiman rakyat</u> Pengembangan dan penataan pemukiman rakyat telah mampu menata kehidupan dan tata ruang kampung masyarakat	1	2	3	4	5
4	<u>Bantuan modal usaha pertanian</u> Pemberian berupa bantuan modal usaha pertanian telah mampu mengembangkan usaha warga dan juga meningkatkan pendapatan warga	1	2	3	4	5



## Variabel Pemberdayaan masyarakat (Y1)

### Petunjuk Pengisian

Berikut ini disediakan sejumlah pernyataan berkaitan dengan Pemberdayaan masyarakat bagi bapak/ibu. Pada setiap pernyataan disertai lima pilihan jawaban.

Bacalah semua pernyataan ini dengan cermat. Pilih dan beri tanda silang (X) pada nomor yang paling menggambarkan kondisi yang paling sesuai dengan anda.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N),  
4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	<b><u>Peran Masyarakat</u></b> Peran masyarakat sangat besar dalam mendorong PT Vale Indonesia Tbk untuk mengimplementasikan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	1	2	3	4	5
2	<b><u>Aksi Masyarakat</u></b> Masyarakat terus melakukan aksi agar PT Vale Indonesia Tbk tidak melupakan implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	1	2	3	4	5
3	<b><u>Motivasi Masyarakat</u></b> Dengan adanya implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dari PT Vale Indonesia Tbk, masyarakat termotivasi untuk meningkatkan kualitas hidup pada sektor kesehatan, pendidikan dan sosio ekonomi.	1	2	3	4	5
4	<b><u>Tanggungjawab Masyarakat</u></b> Dengan adanya implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dari PT Vale Indonesia Tbk, masyarakat juga merasa bertanggung jawab dalam peningkatan kualitas hidup pada sektor kesehatan, pendidikan dan sosio ekonomi.	1	2	3	4	5

## Variabel Kesejahteraan masyarakat (Y2)

### Petunjuk Pengisian

Berikut ini disediakan sejumlah pernyataan berkaitan dengan Kesejahteraan masyarakat bagi bapak/ibu. Pada setiap pernyataan disertai lima pilihan jawaban.

Bacalah semua pernyataan ini dengan cermat. Pilih dan beri tanda silang (X) pada nomor yang paling menggambarkan kondisi yang paling sesuai dengan anda.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N),  
4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	<b><u>Peningkatan kualitas hidup masyarakat</u></b> Terjadi peningkatan kualitas hidup dan kesehatan masyarakat sekitar setelah PT. Vale Indonesia Tbk mengimplementasikan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada sektor Kesehatan	1	2	3	4	5
2	<b><u>Peningkatan kualitas pendidikan masyarakat</u></b> Terjadi peningkatan kualitas pendidikan masyarakat sekitar setelah PT. Vale Indonesia Tbk mengimplementasikan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada sektor pendidikan, berupa penurunan putus sekolah pada anak usia sekolah	1	2	3	4	5
3	<b><u>Peningkatan kualitas ekonomi masyarakat</u></b> Terjadi peningkatan kualitas ekonomi masyarakat sekitar setelah PT. Vale Indonesia Tbk mengimplementasikan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada sektor pendidikan, berupa penurunan pengangguran	1	2	3	4	5

### Variabel Citra perusahaan (Y3)

#### Petunjuk Pengisian

Berikut ini disediakan sejumlah pernyataan berkaitan dengan Citra perusahaan bagi bapak/ibu. Pada setiap pernyataan disertai lima pilihan jawaban.

Bacalah semua pernyataan ini dengan cermat. Pilih dan beri tanda silang (X) pada nomor yang paling menggambarkan kondisi yang paling sesuai dengan anda.

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N),  
4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	RG (3)	S (4)	SS (5)
1	<b><u>Pendapat keseluruhan mengenai PT. Vale Indonesia Tbk</u></b> Secara keseluruhan PT. Vale Indonesia Tbk telah memberikan manfaat bagi peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar perusahaan secara khusus, maupun Kabupaten Luwu Timur secara umum.	1	2	3	4	5
2	<b><u>Pendapat mengenai kontribusi PT. Vale Indonesia Tbk untuk masyarakat</u></b> kontribusi PT. Vale Indonesia Tbk telah memberikan peningkatan kesejahteraan dan sosio ekonomi bagi masyarakat sekitar perusahaan secara khusus, maupun Kabupaten Luwu Timur secara umum	1	2	3	4	5
3	<b><u>Kesukaan terhadap program implementasi program CSR oleh PT. Vale Indonesia Tbk</u></b> PT. Vale Indonesia Tbk sangat baik dalam mengimplimentasikan program CSR	1	2	3	4	5

## is data responden.sav

	x11	x12	x13	x121	x122	x123	x131	x132	x133	x134	y11
1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4
2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	5	4
4	4	4	2	4	2	2	4	2	2	4	4
5	4	3	5	5	4	5	5	4	4	5	4
6	4	5	3	2	3	2	2	3	3	4	4
7	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
8	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4
9	4	5	5	5	3	5	5	3	3	5	4
10	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
11	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
12	4	3	3	4	5	4	2	5	5	2	4
13	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
14	4	2	3	4	3	2	5	3	3	5	4
15	4	3	2	3	4	4	4	4	4	5	4
16	4	4	2	5	2	4	5	2	2	5	4
17	4	2	2	3	4	5	4	4	4	4	4
18	4	2	2	4	3	4	3	3	3	4	4
19	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
25	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
27	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
28	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
29	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
30	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4
31	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4
32	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
33	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
34	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
35	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
36	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
37	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
38	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
39	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4

## is data responden.sav

	y12	y13	y14	y21	y22	y23	y31	y32	y33
1	5	4	3	5	5	5	5	5	5
2	4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
5	4	3	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	5	5	5	5	5	5	5
7	5	4	5	5	5	5	5	5	5
8	4	3	5	5	5	5	5	5	5
9	3	4	5	5	5	5	5	5	5
10	5	4	5	5	5	5	5	5	5
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	5	4	5	5	5	5	5	5
14	3	3	4	5	5	5	5	5	5
15	3	5	5	5	5	5	5	5	5
16	3	3	3	5	5	5	5	5	5
17	4	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	5	5	5	5	5	5	4
19	5	4	5	2	5	5	4	5	4
20	4	4	5	2	4	4	4	4	4
21	4	4	5	2	4	4	4	4	4
22	5	4	5	2	5	5	4	5	4
23	4	4	5	2	4	4	4	4	3
24	4	3	5	4	4	4	4	4	4
25	5	4	5	4	5	5	4	5	3
26	4	3	5	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	5
28	4	5	5	4	4	5	4	4	5
29	5	5	5	4	5	5	4	5	5
30	4	5	5	4	4	4	4	4	4
31	4	4	5	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	5	4	4	4
34	5	4	4	4	5	5	4	5	4
35	4	4	4	4	4	3	4	4	3
36	3	3	4	4	3	5	4	3	4
37	3	4	5	4	3	4	4	4	4
38	4	5	5	4	4	4	4	4	4
39	4	4	5	4	4	5	4	4	5

## is data responden.sav

	x11	x12	x13	x121	x122	x123	x131	x132	x133	x134	y11
40	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
41	5	5	5	5	3	4	5	3	5	3	4
42	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
45	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
47	5	5	5	5	3	4	5	3	3	3	4
48	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
49	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4
50	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
51	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4
52	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	5	4	4	5	5	2	5	5	5	5	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
59	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
60	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
61	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
64	5	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5
65	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
66	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5
67	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
68	5	5	5	5	3	4	5	3	3	3	5
69	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
71	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
72	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
73	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
76	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
77	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
78	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5

is data responden.sav

	y12	y13	y14	y21	y22	y23	y31	y32	y33
40	5	5	5	4	5	4	4	5	4
41	4	4	5	4	4	5	4	4	5
42	4	5	5	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	5
44	4	5	5	4	4	5	4	4	4
45	5	4	5	4	5	4	4	5	5
46	4	5	5	4	4	5	4	4	4
47	5	4	5	4	5	5	4	5	5
48	5	5	5	4	5	4	4	5	5
49	4	5	5	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	3	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	5	4	4	4
54	5	4	4	4	5	4	4	5	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	5
56	4	5	4	4	4	4	4	4	3
57	3	3	4	4	3	4	4	3	5
58	4	5	5	4	4	5	4	4	4
59	4	4	5	4	4	4	4	4	5
60	4	5	5	4	4	4	4	4	5
61	4	5	5	5	4	5	5	4	5
62	5	5	5	5	5	4	5	5	4
63	3	4	5	5	3	5	5	3	4
64	4	4	5	5	4	4	5	4	4
65	4	4	5	5	4	4	5	4	3
66	4	3	5	5	4	5	5	4	4
67	5	4	5	5	5	3	5	5	5
68	3	5	5	5	3	5	5	3	5
69	5	5	5	5	5	5	5	5	4
70	5	4	5	5	5	4	5	5	5
71	4	5	5	5	4	3	5	4	3
72	3	3	5	5	3	5	5	3	5
73	5	5	5	5	5	4	5	5	4
74	4	4	5	5	4	5	5	4	4
75	5	4	4	5	5	3	5	5	4
76	3	4	5	5	3	5	5	3	5
77	4	5	5	5	4	5	5	4	5
78	5	5	5	5	5	3	5	5	4

is data responden.sav

	x11	x12	x13	x121	x122	x123	x131	x132	x133	x134	y11
79	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
81	5	5	5	5	3	4	5	3	4	3	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
83	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
85	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5
86	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
87	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5
91	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
92	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
96	5	5	4	3	3	3	3	3	5	5	5
97	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
101	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
102	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
105	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
106	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
107	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5
108	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
109	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
111	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
112	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5
113	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
114	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5
115	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
116	5	4	4	3	3	5	3	3	5	5	5
117	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

## is data responden.sav

	y12	y13	y14	y21	y22	y23	y31	y32	y33
79	4	4	5	5	4	4	5	4	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	4
82	5	4	5	5	5	4	5	5	4
83	4	4	5	5	4	4	5	4	5
84	4	5	5	5	4	4	5	4	4
85	4	4	5	5	4	3	5	4	4
86	4	4	5	5	4	5	5	4	3
87	5	3	4	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	4	5	5	4	5	5	5
92	4	5	5	5	4	4	5	4	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	3	5	5	5	3	4	5	3	4
95	4	4	4	5	4	5	5	4	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	3	5	5	5
98	5	5	5	5	5	3	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	4	5	5	5
101	4	5	5	5	4	5	5	4	5
102	5	4	5	5	5	5	5	5	5
103	4	3	5	5	4	3	5	4	5
104	3	3	3	5	3	5	5	3	5
105	5	3	5	5	5	5	5	5	5
106	5	5	5	5	5	4	5	5	5
107	3	4	5	5	3	4	5	3	5
108	5	5	5	5	5	4	5	5	5
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5
110	4	3	5	5	4	5	5	4	5
111	4	4	5	5	4	4	5	4	5
112	4	3	5	5	4	5	5	4	5
113	4	5	5	5	4	4	5	4	5
114	5	5	5	5	5	4	5	5	5
115	5	4	5	5	5	4	5	4	5
116	4	4	5	5	4	4	5	4	5
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5

is data responden.sav

	x11	x12	x13	x121	x122	x123	x131	x132	x133	x134	y11
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
119	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5
120	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
121	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
122	5	5	5	5	2	2	5	2	5	5	5
123	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
124	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
128	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
130	5	5	5	2	5	5	2	5	3	3	5
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
132	5	5	5	5	3	4	5	3	3	3	5
133	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
135	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
136	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
139	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5
140	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5

## is data responden.sav

	y12	y13	y14	y21	y22	y23	y31	y32	y33
118	4	3	5	5	4	5	5	4	5
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	5	3	5	5	5	4	5	5	5
121	4	3	5	5	4	4	5	4	5
122	4	3	5	5	4	4	5	4	5
123	5	5	5	5	5	4	5	5	5
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	5	5	5	5	5	4	5	5	5
127	5	5	5	5	5	4	5	5	5
128	5	5	4	5	5	5	5	5	5
129	5	5	5	5	5	4	5	5	5
130	5	4	4	5	5	5	5	5	5
131	5	4	5	5	5	4	5	5	5
132	5	5	5	5	5	4	5	5	5
133	4	5	4	5	5	5	5	5	5
134	3	5	4	5	5	4	5	5	5
135	4	3	5	5	5	5	5	5	5
136	4	4	4	5	5	5	5	5	5
137	4	5	5	5	5	4	5	5	5
138	4	5	5	5	5	3	5	5	5
139	4	5	5	5	5	4	5	5	5
140	3	3	4	5	5	4	5	5	4

CROSSTABS

/TABLES=VAR00002 BY VAR00001  
 /FORMAT=AVALUE TABLES  
 /CELLS=COUNT  
 /COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

[DataSet2] C:\Users\USER\Desktop\responden pak is.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
VAR00002 * VAR00001	560	80.0%	140	20.0%	700	100.0%

VAR00002 \* VAR00001 Crosstabulation

Count

		VAR00001				Total
		2.00	3.00	4.00	5.00	
VAR00002	x11	0	0	18	122	140
	x12	4	3	27	106	140
	x13	5	5	30	100	140
	x14	3	2	10	125	140
Total		12	10	85	453	560

#10STABS

/TABLES=VAR00004 BY VAR00003  
 /FORMAT=AVALUE TABLES  
 /CELLS=COUNT  
 /COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

[DataSet2] C:\Users\USER\Desktop\responden pak is.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
VAR00004 * VAR00003	560	80.0%	140	20.0%	700	100.0%

VAR00004 \* VAR00003 Crosstabulation

Count		VAR00003				Total
		2.00	3.00	4.00	5.00	
VAR00004	x121	2	5	41	92	140
	x122	5	12	39	84	140
	x123	6	3	40	91	140
	x124	3	5	39	93	140
Total		16	25	159	360	560

CROSSTABS

/TABLES=VAR00006 BY VAR00005  
 /FORMAT=AVALUE TABLES  
 /CELLS=COUNT  
 /COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

[DataSet2] C:\Users\USER\Desktop\responden pak is.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
VAR00006 * VAR00005	700	100.0%	0	.0%	700	100.0%

VAR00006 \* VAR00005 Crosstabulation

Count		VAR00005				Total
		2.00	3.00	4.00	5.00	
VAR00006	x131	3	4	40	93	140
	x132	5	12	41	82	140
	x133	2	14	26	98	140
	x134	1	9	39	91	140
	x135	1	9	35	95	140
Total		12	48	181	459	700

CROSSTABS

/TABLES=VAR00008 BY VAR00007  
 /FORMAT=AVALUE TABLES  
 /CELLS=COUNT  
 /COUNT ROUND CELL.

Crosstabs

[DataSet2] C:\Users\USER\Desktop\responden pak is.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
VAR00008 * VAR00007	560	80.0%	140	20.0%	700	100.0%

VAR00008 \* VAR00007 Crosstabulation

Count

		VAR00007			Total
		3.00	4.00	5.00	
VAR00008	y11	0	60	80	140
	y12	16	68	56	140
	y13	23	56	61	140
	y14	3	28	109	140
Total		42	212	306	560

[DataSet2] C:\Users\USER\Desktop\responden pak is.sav

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
VAR00010 * VAR00009	420	60.0%	280	40.0%	700	100.0%

VAR00010 \* VAR00009 Crosstabulation

Count

		VAR00009				Total
		2.00	3.00	4.00	5.00	
VAR00010	y21	5	0	37	98	140
	y22	0	10	53	77	140
	y23	0	11	59	70	140
Total		5	21	149	245	420

CROSSTABS

```

/TABLES=VAR00012 BY VAR00011
/FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT
/COUNT ROUND CELL.
    
```

Crosstabs

[DataSet2] C:\Users\USER\Desktop\responden pak is.sav

Case Processing Summary

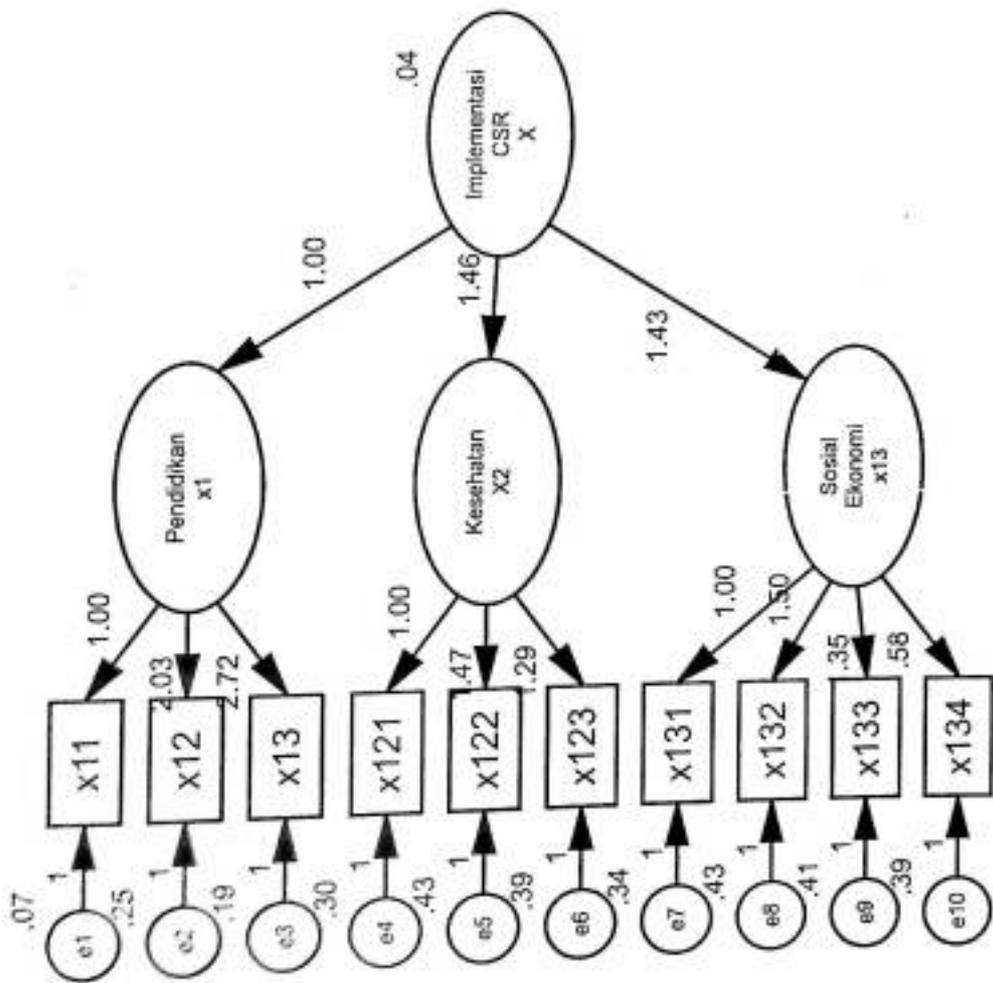
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
VAR00012 * VAR00011	420	60.0%	280	40.0%	700	100.0%

VAR00012 \* VAR00011 Crosstabulation

Count

		VAR00011			Total
		3.00	4.00	5.00	
VAR00012	y31	0	42	98	140
	y32	10	53	77	140
	y33	7	40	93	140
Total		17	135	268	420

ANALISIS CFA IMPLEMENTASI CSR



Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 55  
Number of distinct parameters to be estimated: 20  
Degrees of freedom (55 - 20): 35

Result (Default model)

Minimum was achieved  
Chi-square = 797.863  
Degrees of freedom = 35  
Probability level = .000

Options for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments:	55
Number of distinct parameters to be estimated:	20
Degrees of freedom (55 - 20):	35

Result (Default model)

Minimum was achieved  
Chi-square = 797.863  
Degrees of freedom = 35  
Probability level = .000

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scale Estimates (Group number 1 - Default model)

Model Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Implementasi_CSR_X	<---	1.000				
Kesehatan_X2	<---	1.456	.294	4.948	***	
Sosial_Ekonomi_x13	<---	1.426	.303	4.714	***	
Pendidikan_x1	<---	1.000				
Pendidikan_x1	<---	2.027	.323	6.283	***	
Pendidikan_x1	<---	2.724	.378	7.212	***	
Kesehatan_X2	<---	1.000				
Kesehatan_X2	<---	1.472	.314	4.681	***	
Kesehatan_X2	<---	1.287	.285	4.514	***	
Sosial_Ekonomi_x13	<---	1.000				
Sosial_Ekonomi_x13	<---	1.501	.335	4.482	***	
Sosial_Ekonomi_x13	<---	1.353	.312	4.333	***	
Sosial_Ekonomi_x13	<---	.577	.216	2.672	.008	

Residuals: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Implementasi_CSR_X	.045	.012	3.864	***	
	.067	.009	7.324	***	
	.248	.034	7.208	***	
	.191	.034	5.696	***	
	.303	.039	7.866	***	
	.426	.056	7.607	***	
	.390	.051	7.729	***	
	.336	.042	7.929	***	
	.425	.056	7.607	***	
	.415	.054	7.730	***	
	.386	.047	8.219	***	

Variances: (Group number 1 - Default model)

Model Effects (Group number 1 - Default model)

	Implementasi_CSR_X	Sosial_Ekonomi_x13	Kesehatan_X2	Pendidikan_x1
Sosial_Ekonomi_x13	1.426	.000	.000	.000
Kesehatan_X2	1.456	.000	.000	.000
Pendidikan_x1	1.000	.000	.000	.000
	.822	.577	.000	.000
	1.930	1.353	.000	.000
	2.140	1.501	.000	.000
	1.426	1.000	1.287	.000
	1.874	.000	1.472	.000
	2.143	.000	1.000	.000
	1.456	.000	.000	2.724
	2.724	.000	.000	2.027
	2.027	.000	.000	.000

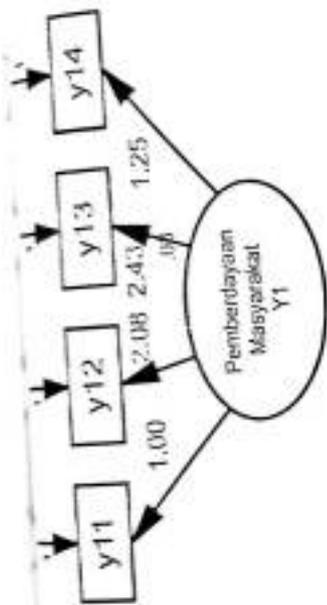
	1.000	.000	.000	1.000
--	-------	------	------	-------

Parameter Effects (Group number 1 - Default model)

	Implementasi CSR X	Sosial Ekonomi x13	Kesehatan X2	Pendidikan x1
Sosial_Ekonomi_x13	1.426	.000	.000	.000
Kesehatan_X2	1.456	.000	.000	.000
Pendidikan_x1	1.000	.000	.000	.000
14	.000	.577	.000	.000
15	.000	1.353	.000	.000
16	.000	1.501	.000	.000
17	.000	1.000	.000	.000
18	.000	.000	1.287	.000
19	.000	.000	1.472	.000
20	.000	.000	1.000	.000
21	.000	.000	.000	2.724
22	.000	.000	.000	2.027
23	.000	.000	.000	1.000

Parameter Effects (Group number 1 - Default model)

	Implementasi CSR X	Sosial Ekonomi x13	Kesehatan X2	Pendidikan x1
Sosial_Ekonomi_x13	.000	.000	.000	.000
Kesehatan_X2	.000	.000	.000	.000
Pendidikan_x1	.000	.000	.000	.000
14	.822	.000	.000	.000
15	1.930	.000	.000	.000
16	2.140	.000	.000	.000
17	1.426	.000	.000	.000
18	1.874	.000	.000	.000
19	2.143	.000	.000	.000
20	1.456	.000	.000	.000
21	2.724	.000	.000	.000
22	2.027	.000	.000	.000
23	1.000	.000	.000	.000



analisis CFA Y1

Tests for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments:	10
Number of distinct parameters to be estimated:	8
Degrees of freedom (10 - 8):	2

chi-square (Default model)

Minimum was achieved  
Chi-square = 1.684  
Degrees of freedom = 2  
Probability level = .431

ates (Group number 1 - Default model)

ir Estimates (Group number 1 - Default model)

imum Likelihood Estimates

ession Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
<--- Pemberdayaan_Masyarakat_Y1	1.000				
! <--- Pemberdayaan_Masyarakat_Y1	2.078	.783	2.653	.008	
1 <--- Pemberdayaan_Masyarakat_Y1	2.431	.917	2.652	.008	
1 <--- Pemberdayaan_Masyarakat_Y1	1.251	.490	2.552	.011	

ances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Pemberdayaan_Masyarakat_Y1	.031	.019	1.600	.110	
!	.214	.029	7.447	***	
1	.300	.055	5.405	***	
1	.344	.070	4.891	***	
5	.179	.027	6.620	***	

rices (Group number 1 - Default model)

al Effects (Group number 1 - Default model)

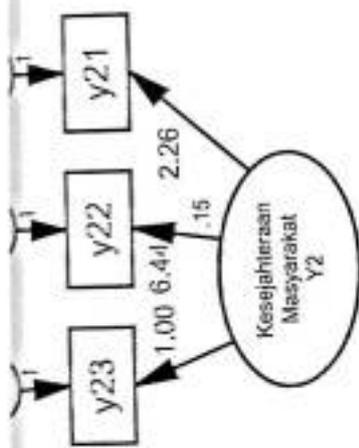
	Pemberdayaan_Masyarakat_Y1
14	1.251
13	2.431
12	2.078
11	1.000

er Effects (Group number 1 - Default model)

	Pemberdayaan_Masyarakat_Y1
14	1.251
13	2.431
12	2.078
11	1.000

direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Pemberdayaan_Masyarakat_Y1
y14	.000
y13	.000
y12	.000
y11	.000



analisis CFA Y2

Notes for Model (Group number 1 - Default model)

The following variances are negative. (Group number 1 - Default model)

	e17
	-3.334

Model (Group number 1 - Default model)

Parameter Estimates (Group number 1 - Default model)

Parameter Likelihood Estimates

Parameter Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kesejahteraan_Masyarakat_Y2	2.257	.407	5.549	***	
Kesejahteraan_Masyarakat_Y2	6.444	2.598	2.480	.013	
Kesejahteraan_Masyarakat_Y2	1.000				

Parameter Estimates: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kesejahteraan_Masyarakat_Y2	.152	.084	1.804	.071	
	1.888	.323	5.841	***	
	-3.334	1.922	-1.735	.083	
	1.084	.138	7.873	***	

Parameter Estimates: (Group number 1 - Default model)

Parameter Effects (Group number 1 - Default model)

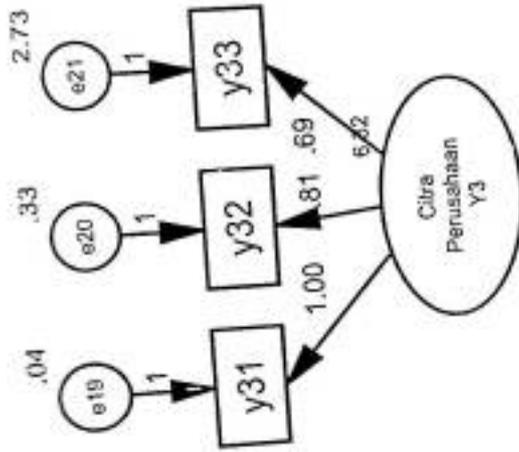
	Kesejahteraan Masyarakat Y2
1.000	1.000
6.444	6.444
2.257	2.257

Parameter Effects (Group number 1 - Default model)

	Kesejahteraan Masyarakat Y2
1.000	1.000
6.444	6.444
2.257	2.257

Parameter Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Kesejahteraan Masyarakat Y2
.23	.000
.22	.000
.21	.000



analisis CFA Y3

Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 6  
Number of distinct parameters to be estimated: 6  
Degrees of freedom (6 - 6): 0

Test (Default model)

Minimum was achieved  
Chi-square = .000  
Degrees of freedom = 0  
Probability level cannot be computed

Estimates (Group number 1 - Default model)

Parameter Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
11 --- Citra_Perusahaan_Y3	1.000				
12 --- Citra_Perusahaan_Y3	.810	.028	28.944	***	
13 --- Citra_Perusahaan_Y3	.689	.058	11.848	***	

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
14 --- Citra_Perusahaan_Y3	6.316	.777	8.124	***	
19	.042	.151	.276	.783	
20	.333	.107	3.112	.002	
21	2.726	.335	8.143	***	

Variances (Group number 1 - Default model)

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

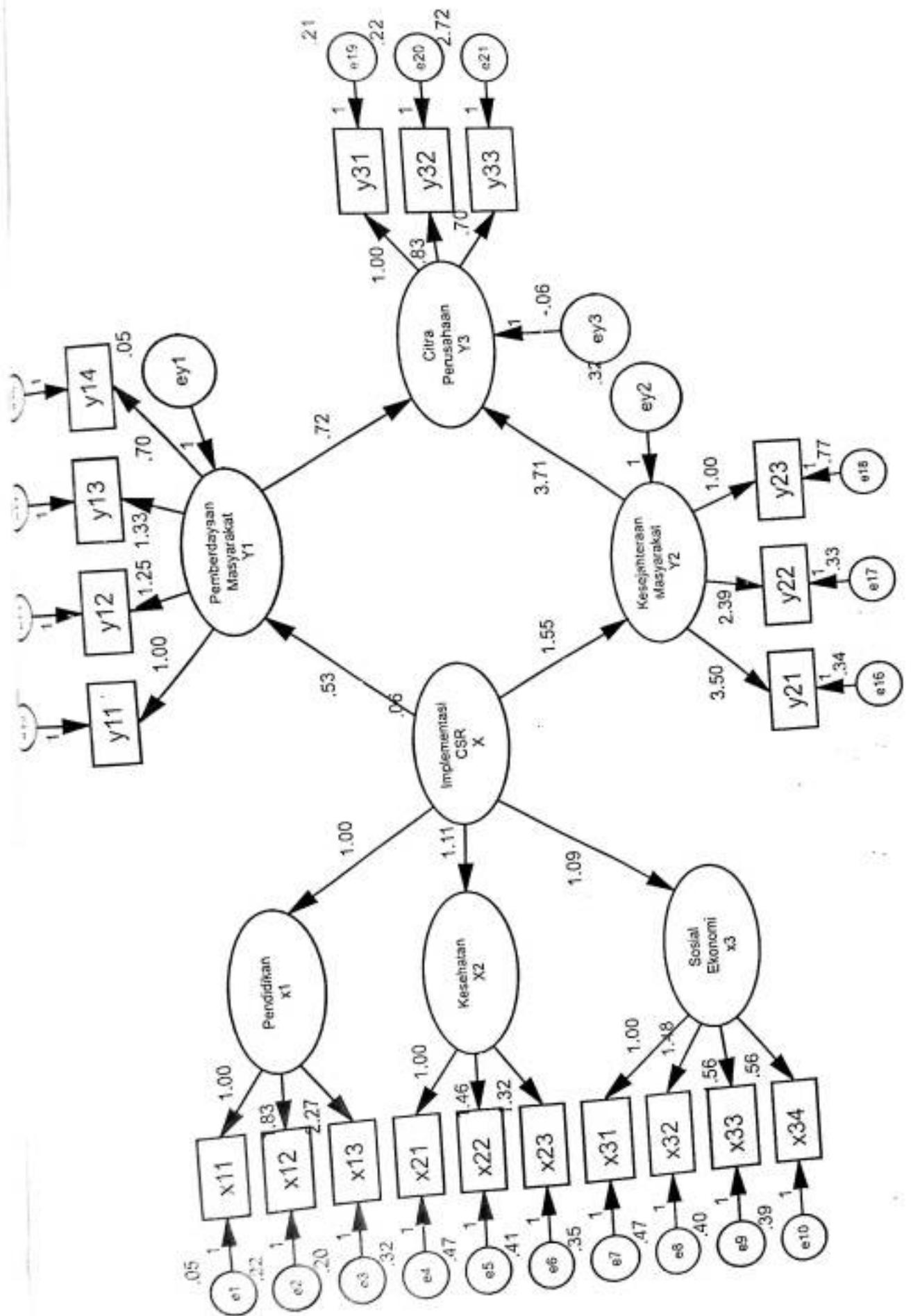
	Citra Perusahaan Y3
y33	.689
y32	.810
y31	1.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Citra Perusahaan Y3
y33	.689
y32	.810
y31	1.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Citra Perusahaan Y3
y33	.000
y32	.000
y31	.000



model2.amw

Analysis Summary

Date and Time

Date: Friday, March 17, 2017  
Time: 3:41:20 AM

00

model 2: Friday, March 17, 2017 3:41 AM

Model Summary

Model Summary (Group number 1)

Model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables

x11  
 x12  
 x13  
 x21  
 x22  
 x23  
 x31  
 x32  
 x33  
 y11  
 y12  
 y13  
 y14  
 x34  
 y21  
 y22  
 y23  
 y31  
 y32  
 y33

Unobserved, endogenous variables

Pendidikan\_x1  
 Kesehatan\_X2  
 Sosial\_Ekonomi\_x3  
 Pemberdayaan\_Masyarakat\_Y1  
 Kesejahteraan\_Masyarakat\_Y2  
 Citra\_Perusahaan\_Y3

Unobserved, exogenous variables

e1  
 e2  
 e3  
 e4  
 e5  
 e6  
 e7  
 e8  
 e9  
 Implementasi\_CSR\_X  
 e12  
 e13

3/17/2017

model2.amw

e14  
e15  
ex1  
e10  
e16  
e17  
ex2  
e18  
e19  
e20  
ex3  
e21  
e2a  
e2b

variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model:	54
Number of observed variables:	22
Number of unobserved variables:	32
Number of exogenous variables:	26
Number of endogenous variables:	28

model2.amw

(Default model)

Iteration limit reached  
The results that follow are therefore incorrect.

Chi-square = 650.584

Degrees of freedom = 176

Probability level = .000

3/17/2017

Model 2.amv

Group number 1 - Default model  
 Group number 1 - Default model  
 Unlabeled Estimates  
 Group number 1 - Default model

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Implementasi CSR_X	.530	.156	3.406	***	
Implementasi CSR_X	1.549	.301	5.140	***	
Implementasi CSR_X	1.000				
Implementasi CSR_X	1.113	.230	4.846	***	
Implementasi CSR_X	1.086	.238	4.566	***	
Pemberdayaan Masyarakat_Y1	.725	.307	2.362	.018	
Kesejahteraan Masyarakat_Y2	3.710	.412	9.010	***	
Pendidikan_x1	1.000				
Pendidikan_x1	1.831	.237	7.710	***	
Pendidikan_x1	2.269	.262	8.646	***	
Kesehatan_X2	1.000				
Kesehatan_X2	1.456	.356	4.092	***	
Kesehatan_X2	1.324	.328	4.040	***	
Kesehatan_X2	1.000				
Sosial_Ekonomi_x3	1.482	.379	3.908	***	
Sosial_Ekonomi_x3	1.562	.382	4.086	***	
Sosial_Ekonomi_x3	1.000				
Pemberdayaan Masyarakat_Y1	1.247	.378	3.304	***	
Pemberdayaan Masyarakat_Y1	1.332	.409	3.257	.001	
Pemberdayaan Masyarakat_Y1	.697	.344	2.021	.044	
Pemberdayaan Masyarakat_Y1	.599	.340	1.762	.080	
Sosial_Ekonomi_x3	1.500	.390	3.846	***	
Kesejahteraan Masyarakat_Y2	2.302	.272	8.461	***	
Kesejahteraan Masyarakat_Y2	1.000				
Kesejahteraan Masyarakat_Y2	1.000				
Citra Perusahaan_Y3	.833	.021	39.640	***	
Citra Perusahaan_Y3	.700	.038	18.421	***	
Citra Perusahaan_Y3					

Group number 1 - Default model

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Implementasi CSR_X	.062	.013	4.830	***	
Implementasi CSR_X	.049	.022	2.260	.024	
Implementasi CSR_X	.317	.081	3.919	***	
Implementasi CSR_X	.057	.030	1.907	.055	
Implementasi CSR_X	.050	.008	6.663	***	
Implementasi CSR_X	.224	.032	7.091	***	
Implementasi CSR_X	.205	.033	6.237	***	
Implementasi CSR_X	.322	.040	8.019	***	
Implementasi CSR_X	.470	.060	7.875	***	
Implementasi CSR_X	.413	.052	7.903	***	
Implementasi CSR_X	.354	.044	8.062	***	
Implementasi CSR_X	.470	.060	7.881	***	
Implementasi CSR_X	.403	.052	7.745	***	
Implementasi CSR_X	.178	.029	6.259	***	
Implementasi CSR_X	.329	.050	6.588	***	
Implementasi CSR_X	.408	.061	6.731	***	
Implementasi CSR_X	.194	.026	7.422	***	
Implementasi CSR_X	.393	.048	8.260	***	
Implementasi CSR_X	.340	.061	5.600	***	
Implementasi CSR_X	.323	.044	7.308	***	
Implementasi CSR_X	.770	.093	8.286	***	
Implementasi CSR_X	.215	.043	5.001	***	
Implementasi CSR_X	.215	.035	6.099	***	
Implementasi CSR_X	2.715	.330	8.221	***	

Group number 1 - Default model

Effects Group number 1 - Default model

	Implementasi CSR_X	Kesejahteraan Masyarakat_Y2	Pemberdayaan Masyarakat_Y1	Citra Perusahaan_Y3	Sosial Ekonomi_x3
Kesejahteraan Masyarakat_Y2	1.549	.000	.000	.000	.000
Pemberdayaan Masyarakat_Y1	.530	.000	.000	.000	.000
Citra Perusahaan_Y3	1.086	.000	.000	.000	.000
Sosial Ekonomi_x3	1.113	.000	.000	.000	.000
Kesehatan_X2	1.086	2.595	.604	.000	.000
Pendidikan_x1	1.732	3.091	.000	.000	.000
Y3	4.267	.000	.000	.000	.000
Y2	.000	.000	.000	.000	.000

3/17/2017







Model Summary

Model Fit Summary

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	77	650.584	176	.000	3.696
Saturated model	253	.000	0		
Independence model	22	3185.490	231	.000	13.790

RM, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.081	.793	.702	.552
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.900	.324	.259	.296

Model Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.796	.732	.842	.789	.839
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Model-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.762	.606	.640
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	474.584	400.305	556.436
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	2954.490	2775.821	3140.498

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	4.680	3.414	2.880	4.003
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	22.917	21.255	19.970	22.594

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.139	.128	.151	.000
Independence model	.303	.294	.313	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	804.584	835.118	1031.090	1108.090
Saturated model	506.000	606.328	1250.236	1503.236
Independence model	3229.490	3238.214	3294.206	3316.206

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	5.788	5.254	6.377	6.008
Saturated model	3.640	3.640	3.640	4.362
Independence model	23.234	21.948	24.572	23.297

#HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	45	48
Independence model	12	13



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 47 TAHUN 2012

TENTANG

TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERSEROAN TERBATAS

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 74 ayat (4) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas;

Mengingat : 1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;  
2. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN PEMERINTAH TENTANG TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERSEROAN TERBATAS.

Pasal 1

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksud dengan:

1. Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut Perseroan adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta peraturan pelaksanaannya.

2. Rapat . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 2 -

2. Rapat Umum Pemegang Saham yang selanjutnya disebut RUPS adalah organ Perseroan yang mempunyai wewenang yang tidak diberikan kepada Direksi atau Dewan Komisaris dalam batas yang ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan/atau anggaran dasar.
3. Direksi adalah organ Perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengelolaan Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan serta mewakili Perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar.
4. Dewan Komisaris adalah organ Perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada Direksi.

#### Pasal 2

Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

#### Pasal 3

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
- (2) Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan Perseroan.

#### Pasal 4

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.
- (2) Rencana kerja tahunan Perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pasal 5 . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 3 -

#### Pasal 5

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, dalam menyusun dan menetapkan rencana kegiatan dan anggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2) harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (2) Realisasi anggaran untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh Perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diperhitungkan sebagai biaya Perseroan.

#### Pasal 6

Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

#### Pasal 7

Perseroan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### Pasal 8

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 tidak menghalangi Perseroan berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2.
- (2) Perseroan yang telah berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

#### Pasal 9

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 4 -

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Pemerintah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 4 April 2012

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd

DR. H. SUSILO BAMBANG YUDHOYONO

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 4 April 2012

MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd

AMIR SYAMSUDIN

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2012 NOMOR 89

Salinan sesuai dengan aslinya  
KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA

Asisten Deputi Perundang-undangan  
Bidang Perekonomian,

Setio Sapto Nugroho



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

PENJELASAN

ATAS

PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 47 TAHUN 2012

TENTANG

TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERSEROAN TERBATAS

## I. UMUM

Peraturan Pemerintah ini melaksanakan ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Peraturan Pemerintah ini diatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya maupun Perseroan itu sendiri dalam rangka terjalinnya hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Dalam Peraturan Pemerintah ini, Perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kegiatan dalam memenuhi kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut dimaksudkan untuk:

1. meningkatkan kesadaran Perseroan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia;
2. memenuhi perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan; dan
3. menguatkan pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan sesuai dengan bidang kegiatan usaha Perseroan yang bersangkutan.

Selubung...



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 2 -

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, dalam Peraturan Pemerintah ini diatur mengenai:

1. Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh Perseroan dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
2. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan di dalam ataupun di luar lingkungan Perseroan.
3. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan berdasarkan rencana kerja tahunan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaannya.
4. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
5. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat dalam laporan tahunan Perseroan untuk dipertanggungjawabkan kepada RUPS.
6. Penegasan pengaturan pengenaan sanksi Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
7. Perseroan yang telah berperan dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

## II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1  
Cukup jelas.

Pasal 2  
Ketentuan ini menegaskan bahwa pada dasarnya setiap Perseroan sebagai wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas tetap terciptanya hubungan Perseroan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat tersebut.

Pasal 3  
Ayat (1)  
Yang dimaksud dengan "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam" adalah Perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam.

Yang . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 3 -

Yang dimaksud dengan "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam" adalah Perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam termasuk pelestarian fungsi lingkungan hidup.

Yang dimaksud dengan "berdasarkan Undang-Undang" adalah undang-undang beserta peraturan pelaksanaan undang-undang mengenai sumber daya alam atau yang berkaitan dengan sumber daya alam, serta etika menjalankan perusahaan, antara lain: peraturan perundang-undangan di bidang perindustrian, kehutanan, minyak dan gas bumi, badan usaha milik negara, usaha panas bumi, sumber daya air, pertambangan mineral dan batu bara, ketenagalistrikan, perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup, larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, hak asasi manusia, ketenagakerjaan, serta perlindungan konsumen.

Ayat (2)  
Cukup jelas.

#### Pasal 4

Ayat (1)  
Yang dimaksud dengan "kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan" adalah peraturan perundang-undangan menentukan lain bahwa persetujuan atas rencana kerja diberikan oleh RUPS, maka anggaran dasar tidak dapat menentukan rencana kerja disetujui oleh Dewan Komisaris atau sebaliknya.

Ayat (2)  
Cukup jelas.

#### Pasal 5

Ayat (1)  
Yang dimaksud dengan "kepatutan dan kewajaran" adalah kebijakan Perseroan, yang disesuaikan dengan kemampuan keuangan Perseroan, dan potensi risiko yang mengakibatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang harus ditanggung oleh Perseroan sesuai dengan kegiatan usahanya yang tidak mengurangi kewajiban sebagaimana yang ditetapkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang terkait dengan kegiatan usaha Perseroan.

Ayat (2)  
Cukup jelas.

Pasal 6 . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 4 -

Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 7

Yang dimaksud dengan dengan "dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan" adalah dikenai segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait.

Pasal 8

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan "tidak menghalangi Perseroan berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan" adalah Perseroan tetap dapat melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan selain yang telah menjadi kewajibannya.

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan "penghargaan" misalnya fasilitas atau bentuk penghargaan lainnya.

Pasal 9

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 5305



MENTERI ENERGI DAN SUMBER DAYA MINERAL  
REPUBLIK INDONESIA

PERATURAN MENTERI ENERGI DAN SUMBER DAYA MINERAL  
REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 41 TAHUN 2016

TENTANG

PENGEMBANGAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA KEGIATAN  
USAHA PERTAMBANGAN MINERAL DAN BATUBARA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI ENERGI DAN SUMBERDAYA MINERAL,

**Menimbang** : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 109 dan Pasal 111 Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Pemerintah Nomor 77 Tahun 2014 tentang Perubahan Ketiga atas Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara, perlu menetapkan Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral tentang Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat pada Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara;

**Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725);

2. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756);
3. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 4, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 49);
4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 29, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5111) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Pemerintah Nomor 77 Tahun 2014 tentang perubahan Ketiga atas Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 263, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5597);
6. Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2010 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pengelolaan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 85, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5142);

7. Peraturan Presiden Nomor 68 Tahun 2015 tentang Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 132);
8. Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor 13 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 782);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI ENERGI DAN SUMBER DAYA MINERAL TENTANG PENGEMBANGAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA KEGIATAN USAHA PERTAMBANGAN MINERAL DAN BATUBARA.

BAB I  
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan ini yang dimaksud dengan:

1. Usaha Pertambangan adalah kegiatan dalam rangka pengusahaan mineral atau batubara yang meliputi tahapan kegiatan penyelidikan umum, eksplorasi, studi kelayakan, konstruksi, penambangan, pengolahan dan pemurnian, pengangkutan dan penjualan, serta pascatambang.
2. Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat yang selanjutnya disingkat PPM adalah upaya dalam rangka mendorong peningkatan perekonomian, pendidikan, sosial budaya, kesehatan, dan lingkungan kehidupan masyarakat sekitar tambang, baik secara individual maupun kolektif agar tingkat kehidupan masyarakat sekitar tambang menjadi lebih baik dan mandiri.
3. Cetak Biru (*Blue Print*) PPM adalah dokumen yang berisi perencanaan strategis pembangunan terpadu yang memuat arah kebijakan PPM di wilayah Provinsi.

4. Rencana Induk PPM adalah dokumen yang memuat rencana program PPM yang disusun berdasarkan Cetak Biru (*Blue Print*) PPM.
5. Program PPM Tahunan adalah rencana pelaksanaan program PPM tahun berjalan sebagai bagian dari rencana kerja dan anggaran biaya yang telah disetujui sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
6. Badan Usaha Pertambangan adalah pemegang Izin Usaha Pertambangan dan pemegang Izin Usaha Pertambangan Khusus.
7. Masyarakat Sekitar Tambang adalah individu atau kolektif yang terkena dampak langsung kegiatan Usaha Pertambangan atau berada di sekitar area kegiatan Usaha Pertambangan berdasarkan dokumen lingkungan yang telah disetujui sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
8. Konsultasi adalah pertukaran pikiran untuk mendapatkan nasihat, saran, dan kesimpulan yang sebaik-baiknya terkait Rencana Induk PPM atau Program PPM Tahunan.
9. Rencana Kerja dan Anggaran Biaya adalah suatu dokumen mengenai rencana kerja dan anggaran biaya dari Badan Usaha Pertambangan untuk 1 (satu) tahun ke depan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
10. Kontrak Karya yang selanjutnya disingkat KK adalah perjanjian antara pemerintah Republik Indonesia dengan perusahaan berbadan hukum Indonesia dalam rangka penanaman modal asing untuk melakukan kegiatan usaha pertambangan mineral.
11. Perjanjian Karya Pengusahaan Pertambangan Batubara yang selanjutnya disebut PKP2B adalah perjanjian antara pemerintah Republik Indonesia dengan perusahaan berbadan hukum Indonesia untuk melakukan kegiatan usaha pertambangan batubara.

12. Menteri adalah Menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pertambangan mineral dan batubara.
13. Direktur Jenderal adalah Direktur Jenderal yang mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pembinaan, pengendalian, dan pengawasan kegiatan mineral dan batubara.

## BAB II

### CETAK BIRU (*BLUE PRINT*) PPM

#### Pasal 2

- (1) Gubernur menyusun Cetak Biru (*Blue Print*) PPM secara transparan, responsif, efisien, efektif, akuntabel, partisipatif, terukur, berkeadilan, berwawasan lingkungan serta sesuai dengan norma dan budaya kearifan lokal.
- (2) Penyusunan Cetak Biru (*Blue Print*) PPM sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan:
  - a. memperhatikan rencana pembangunan jangka menengah nasional dan daerah serta rencana tata ruang wilayah nasional dan daerah; dan
  - b. melibatkan bupati/walikota yang wilayahnya terdapat kegiatan Usaha Pertambangan.

#### Pasal 3

- (1) Cetak Biru (*Blue Print*) PPM sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 sekurang-kurangnya memuat:
  - a. peningkatan indeks pembangunan manusia provinsi dan/atau kabupaten/kota setempat;
  - b. pembangunan ekonomi Masyarakat Sekitar Tambang sampai dengan pelaksanaan kegiatan pascatambang;
  - c. pengembangan sosial budaya dan lingkungan kehidupan Masyarakat Sekitar Tambang yang berkelanjutan;

- d. pengembangan kelembagaan komunitas masyarakat dalam menunjang kemandirian PPM; dan
  - e. pembangunan infrastruktur yang menunjang PPM.
- (2) Peningkatan indeks pembangunan manusia provinsi dan/atau kabupaten/kota setempat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a mengacu pada indeks pembangunan manusia hasil penelitian dan data statistik yang dimiliki oleh provinsi dan/atau kabupaten/kota setempat.
- (3) Pembangunan ekonomi Masyarakat Sekitar Tambang sampai dengan pelaksanaan kegiatan pascatambang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b mengacu pada tingkat pendapatan riil atau pekerjaan masyarakat setempat berdasarkan produk domestik regional bruto sebelum adanya kegiatan Usaha Pertambangan.
- (4) Pengembangan sosial budaya dan lingkungan kehidupan Masyarakat Sekitar Tambang yang berkelanjutan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c mengacu pada kearifan lokal yang sekurang-kurangnya terdiri atas:
- a. adat istiadat;
  - b. keagamaan;
  - c. olahraga dan seni; dan/atau
  - d. partisipasi dalam pengelolaan lingkungan.

#### Pasal 4

- (1) Cetak Biru (*Blue Print*) PPM sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ditetapkan oleh gubernur setelah mendapatkan pertimbangan dari Direktur Jenderal.
- (2) Cetak Biru (*Blue Print*) PPM dapat dievaluasi dan diubah 1 (satu) kali setiap 5 (lima) tahun.
- (3) Perubahan Cetak Biru (*Blue Print*) PPM sebagaimana dimaksud pada ayat (2) mengacu pada ketentuan Pasal 2 dan Pasal 3 serta ditetapkan setelah mendapatkan pertimbangan Direktur Jenderal sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

BAB III  
PROGRAM PPM

Bagian Kesatu  
Rencana Induk PPM

Pasal 5

- (1) Badan Usaha Pertambangan wajib menyusun Rencana Induk PPM dengan berpedoman pada Cetak Biru (*Blue Print*) PPM sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4.
- (2) Penyusunan Rencana Induk PPM sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan bersamaan dengan penyusunan studi kelayakan dan dokumen lingkungan hidup sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Rencana Induk PPM sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat rencana program PPM selama tahap kegiatan operasi produksi termasuk pascatambang.
- (4) Rencana Induk PPM sebagaimana dimaksud pada ayat (3) disusun berdasarkan pemetaan sosial untuk mendapatkan gambaran kondisi awal Masyarakat Sekitar Tambang yang sekurang-kurangnya terdiri atas:
  - a. kesehatan dan pendidikan;
  - b. sosial budaya dan lingkungan kehidupan masyarakat;
  - c. infrastruktur;
  - d. kemandirian ekonomi; dan
  - e. kelembagaan komunitas masyarakat dalam menunjang kemandirian ekonomi.

Pasal 6

- (1) Rencana Induk PPM sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 sekurang-kurang memuat:
  - a. program pada tahap kegiatan operasi produksi termasuk pascatambang;
  - b. waktu pelaksanaan program; dan
  - c. rencana pembiayaan.

(2) Program sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dijabarkan dalam bentuk program yang sekurang-kurangnya meliputi bidang:

- a. pendidikan, dapat berupa:
  1. beasiswa;
  2. pendidikan, pelatihan keterampilan, dan keahlian dasar;
  3. bantuan tenaga pendidik;
  4. bantuan sarana dan/atau prasarana pendidikan; dan/atau
  5. pelatihan dan kemandirian masyarakat.
- b. kesehatan, dapat berupa:
  1. kesehatan Masyarakat Sekitar Tambang;
  2. tenaga kesehatan; dan/atau
  3. sarana dan/atau prasarana kesehatan.
- c. tingkat pendapatan riil atau pekerjaan, dapat berupa:
  1. kegiatan ekonomi menurut profesi yang dimiliki seperti perdagangan, perkebunan, pertanian, peternakan, perikanan, dan kewirausahaan; atau
  2. pengutamakan penggunaan tenaga kerja Masyarakat Sekitar Tambang sesuai dengan kompetensi.
- d. kemandirian ekonomi, dapat berupa:
  1. peningkatan kapasitas dan akses Masyarakat Setempat dalam usaha kecil dan menengah;
  2. pengembangan usaha kecil dan menengah Masyarakat Sekitar Tambang; dan/atau
  3. pemberian kesempatan kepada Masyarakat Sekitar Tambang untuk ikut berpartisipasi dalam pengembangan usaha kecil dan menengah sesuai dengan profesinya.
- e. sosial dan budaya, dapat berupa:
  1. bantuan pembangunan sarana dan/atau prasarana ibadah dan hubungan dibidang keagamaan;

2. bantuan bencana alam; dan/atau
  3. partisipasi dalam pelestarian budaya dan kearifan lokal setempat.
- f. pemberian kesempatan kepada masyarakat setempat untuk ikut berpartisipasi dalam pengelolaan lingkungan kehidupan Masyarakat Sekitar Tambang yang berkelanjutan;
  - g. pembentukan kelembagaan komunitas masyarakat dalam menunjang kemandirian PPM; dan
  - h. pembangunan infrastruktur yang menunjang PPM.
- (3) Masyarakat Sekitar Tambang dapat mengajukan usulan program dalam Rencana Induk PPM melalui gubernur untuk diteruskan kepada Badan Usaha Pertambangan.

#### Pasal 7

Badan Usaha Pertambangan wajib melakukan Konsultasi atas Rencana Induk PPM sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 dengan Direktur Jenderal atas nama Menteri sesuai dengan kewenangannya, gubernur, serta melibatkan bupati/walikota setempat dan Masyarakat Sekitar Tambang.

#### Pasal 8

Badan Usaha Pertambangan harus menyampaikan Rencana Induk PPM yang telah mempertimbangkan hasil Konsultasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 sebagai bagian dari dokumen studi kelayakan kepada Menteri c.q. Direktur Jenderal atau gubernur sesuai dengan kewenangannya sebagai persyaratan teknis dalam mengajukan permohonan peningkatan Izin Usaha Pertambangan Eksplorasi atau Izin Usaha Pertambangan Khusus Eksplorasi ke tahap Izin Usaha Pertambangan Operasi Produksi atau Izin Usaha Pertambangan Khusus Operasi Produksi.

#### Pasal 9

- (1) Rencana Induk PPM wajib dievaluasi dan/atau diubah dengan ketentuan:
  - a. secara berkala 1 (satu) kali setiap 5 (lima) tahun;

- b. apabila terjadi perubahan Cetak Biru (*Blue Print*) PPM sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 yang memerlukan penyesuaian atau perubahan Rencana Induk PPM; atau
  - c. apabila terjadi perubahan dokumen studi kelayakan dan dokumen lingkungan.
- (2) Dalam menyusun perubahan Rencana Induk PPM sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan Usaha Pertambangan melakukan kembali pemetaan sosial sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (4).

Bagian Kedua  
Program PPM Tahunan

Paragraf 1  
Penyusunan Program PPM Tahunan

Pasal 10

- (1) Badan Usaha Pertambangan wajib menyusun Program PPM Tahunan dengan mengacu pada Rencana Induk PPM.
- (2) Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disusun sebagai bagian dari RKAB.

Pasal 11

- (1) Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 sekurang-kurangnya memuat:
  - a. rencana rincian kegiatan PPM Tahunan;
  - b. waktu pelaksanaan Program PPM Tahunan;
  - c. pembiayaan Program PPM Tahunan;
  - d. kriteria keberhasilan; dan
  - e. realisasi Program PPM Tahunan tahun sebelumnya termasuk kendala yang dihadapi dan upaya penyelesaiannya.
- (2) Masyarakat Sekitar Tambang dapat mengajukan usulan kegiatan dalam Program PPM Tahunan melalui gubernur untuk diteruskan kepada Badan Usaha Pertambangan.

Pasal 12

Badan Usaha Pertambangan wajib melakukan Konsultasi atas Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 dengan Direktur Jenderal atas nama Menteri sesuai dengan kewenangannya, gubernur, serta melibatkan bupati/walikota setempat dan Masyarakat Sekitar Tambang.

Pasal 13

- (1) Badan Usaha Pertambangan harus menyampaikan Program PPM Tahunan yang telah mempertimbangkan hasil Konsultasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 sebagai bagian dari RKAB kepada Menteri c.q. Direktur Jenderal atau gubernur sesuai dengan kewenangannya.
- (2) Penyampaian Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan disertai besaran pembiayaan Program PPM Tahunan.
- (3) Direktur Jenderal atas nama Menteri atau gubernur sesuai dengan kewenangannya memberikan persetujuan Program PPM Tahunan beserta besaran pembiayaannya sebagai bagian dari persetujuan RKAB sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Paragraf 2

Pembiayaan Program PPM Tahunan

Pasal 14

- (1) Pembiayaan Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 berasal dari biaya operasional Badan Usaha Pertambangan yang tercantum dalam RKAB.
- (2) Pembiayaan Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan berdasarkan tahun jamak.
- (3) Pembiayaan Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) wajib dikelola langsung oleh Badan Usaha Pertambangan.

Pasal 15

Dalam hal terdapat sisa pembiayaan Program PPM Tahunan pada akhir tahun berjalan, sisa pembiayaan Program PPM Tahunan dapat digunakan sebagai pembiayaan Program PPM Tahunan pada tahun berikutnya.

Pasal 16

Pembiayaan Program PPM Tahunan dilarang tumpang tindih dengan pembiayaan yang berasal dari anggaran penerimaan dan belanja negara atau anggaran penerimaan dan belanja daerah.

Paragraf 3

Pelaksanaan Program PPM Tahunan

Pasal 17

- (1) Badan Usaha Pertambangan wajib melaksanakan sendiri Program PPM Tahunan yang telah disetujui dalam RKAB sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11.
- (2) Dalam melaksanakan Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan Usaha Pertambangan wajib menyusun *Standard Operating Procedure*.
- (3) *Standard Operating Procedure* sebagaimana dimaksud pada ayat (2) wajib disampaikan kepada Menteri c.q. Direktur Jenderal atau gubernur sesuai dengan kewenangannya.

Pasal 18

- (1) Pelaksanaan Program PPM Tahunan oleh Badan Usaha Pertambangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 dilakukan oleh unit pelaksana yang dibentuk oleh Badan Usaha Pertambangan untuk melaksanakan Program PPM Tahunan.
- (2) Unit pelaksana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling rendah dipimpin oleh level pimpinan setingkat manajer.

- (3) Pembiayaan tenaga unit pelaksana tidak termasuk dalam pembiayaan Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14.



#### Pasal 19

Dalam hal terdapat kegiatan pada Program PPM Tahunan yang belum terlaksana pada tahun berjalan, pembiayaan atas kegiatan yang belum terlaksana dialokasikan pada pembiayaan Program PPM Tahunan pada tahun berikutnya.

### BAB IV PELAPORAN

#### Pasal 20

- (1) Badan Usaha Pertambangan wajib menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan Program PPM Tahunan kepada Menteri c.q. Direktur Jenderal atau gubernur sesuai dengan kewenangannya dengan tembusan disampaikan kepada bupati/walikota setempat secara berkala setiap 6 (enam) bulan pada tahun berjalan.
- (2) Penyampaian laporan realisasi pelaksanaan Program PPM Tahunan secara berkala setiap 6 (enam) bulan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dalam jangka waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari kalender sejak berakhirnya periode pelaksanaan Program PPM Tahunan setiap 6 (enam) bulan.
- (3) Laporan realisasi pelaksanaan Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disusun dengan menerapkan prinsip:
  - a. tepat dan akurat, dimana laporan harus memuat informasi yang lengkap dan detail;
  - b. jelas, dimana laporan harus tersedia dalam bentuk yang mudah dipahami dan bisa diakses;
  - c. seimbang, dimana laporan harus mencerminkan aspek positif dan aspek negatif dari kegiatan Program PPM yang dilakukan;

- d. dapat dibandingkan, dimana laporan harus konsisten dan terukur sehingga dapat dibandingkan dari waktu ke waktu; dan
  - e. metodologis, dimana laporan harus memuat informasi yang dikumpulkan, direkam, dianalisis, dan disajikan berdasarkan cara atau metodologi yang dapat dipertanggungjawabkan.
- (4) Laporan realisasi pelaksanaan Program PPM Tahunan sekurang-kurangnya memuat:
- a. rincian kegiatan dan pembiayaan Program PPM Tahunan;
  - b. kriteria keberhasilan;
  - c. kendala yang dihadapi dan penyelesaian permasalahan;
  - d. kesimpulan; dan
  - e. rencana Program PPM Tahunan periode tahun berikutnya untuk laporan realisasi pelaksanaan Program PPM Tahunan semester kedua.
- (5) Direktur Jenderal atas nama Menteri atau gubernur sesuai dengan kewenangannya dapat meminta Badan Usaha Pertambangan untuk mempresentasikan laporan realisasi pelaksanaan Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

## BAB V

### PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

#### Pasal 21

- (1) Direktur Jenderal atas nama Menteri melakukan pembinaan terhadap penyusunan Cetak Biru (*Blue Print*) PPM yang dilaksanakan oleh gubernur.
- (2) Direktur Jenderal atas nama Menteri melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pembinaan dan pengawasan yang dilaksanakan oleh gubernur terhadap Badan Usaha Pertambangan.

- (3) Direktur Jenderal atas nama Menteri atau gubernur sesuai dengan kewenangannya melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap penyusunan dan/atau pelaksanaan Rencana Induk PPM dan Program PPM Tahunan yang dilaksanakan oleh Badan Usaha Pertambangan.

Pasal 22

- (1) Pembinaan terhadap penyusunan dan/atau pelaksanaan Rencana Induk PPM dan Program PPM Tahunan yang dilaksanakan oleh Badan Usaha Pertambangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 ayat (3) paling sedikit dilakukan terhadap:
  - a. pengadministrasian penyusunan dan/atau pelaksanaan Rencana Induk PPM dan Program PPM Tahunan;
  - b. teknis penyusunan Rencana Induk PPM dan Program PPM Tahunan; dan
  - c. teknis pelaksanaan Program PPM Tahunan.
- (2) Pengawasan terhadap penyusunan dan/atau pelaksanaan Rencana Induk PPM dan Program PPM Tahunan yang dilaksanakan oleh Badan Usaha Pertambangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 ayat (2) paling sedikit dilakukan terhadap:
  - a. program pada Rencana Induk PPM dan Program PPM Tahunan;
  - b. pelaksanaan Program PPM Tahunan; dan
  - c. pembiayaan Program PPM Tahunan.
- (3) Pembinaan dan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dilakukan oleh pejabat yang ditunjuk oleh Direktur Jenderal atas nama Menteri atau gubernur sesuai dengan kewenangannya.

Pasal 23

Pejabat yang ditunjuk oleh Direktur Jenderal atas nama Menteri atau gubernur sesuai dengan kewenangannya wajib menyampaikan laporan hasil pembinaan dan pengawasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 kepada Menteri c.q. Direktur Jenderal atau gubernur sesuai dengan kewenangannya.

Pasal 24

- (1) Gubernur wajib menyampaikan laporan hasil pembinaan dan pengawasan Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 ayat (2) dan Pasal 22 kepada Menteri c.q. Direktur Jenderal sekurang-kurangnya sekali dalam 6 (enam) bulan.
- (2) Penyampaian laporan hasil pembinaan dan pengawasan Program PPM Tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dalam jangka waktu paling lambat 60 (enam puluh) hari kalender sejak berakhirnya periode 6 (enam) bulan.

BAB VI

SANKSI ADMINISTRATIF

Pasal 25

- (1) Badan Usaha Pertambangan yang tidak memenuhi atau melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1), Pasal 7, Pasal 10 ayat (1), Pasal 12, Pasal 14 ayat (3), Pasal 17 ayat (1), atau Pasal 20 ayat (1) atau ayat (2) dikenakan sanksi administratif.
- (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
  - a. peringatan tertulis;
  - b. penghentian sementara sebagian atau seluruh kegiatan usaha pertambangan; dan/atau
  - c. pencabutan IUP atau IUPK.

BAB VII  
KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 29

Program PPM yang telah mendapatkan persetujuan dari Direktur Jenderal atas nama Menteri atau gubernur sesuai dengan kewenangannya sebelum berlakunya Peraturan Menteri ini tetap berlaku dan dilaksanakan sesuai dengan persetujuan dalam RKAB.

Pasal 30

Dalam hal belum terdapat Cetak Biru (*Blue Print*) PPM, Badan Usaha Pertambangan tetap wajib menyusun Rencana Induk PPM sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan Menteri ini.

Pasal 31

- (1) Badan Usaha Pertambangan, pemegang KK, dan pemegang PKP2B yang izinnya diterbitkan atau kontraknya ditandatangani sebelum berlakunya Peraturan Menteri ini dan belum memiliki Rencana Induk PPM wajib menyusun Rencana Induk PPM sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan Menteri ini dalam jangka waktu paling lambat 2 (dua) tahun sejak berlakunya Peraturan Menteri ini.
- (2) Dalam hal Rencana Induk PPM sebagaimana dimaksud pada ayat (1) belum tersusun, Badan Usaha Pertambangan, pemegang KK, dan pemegang PKP2B wajib menyusun Program PPM Tahunan mengacu ketentuan dalam Peraturan Menteri ini.

BAB VIII  
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 32

Peraturan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Menteri ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 5 Desember 2016

MENTERI ENERGI DAN SUMBER DAYA MINERAL  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

IGNASIUS JONAN

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 8 Desember 2016

DIREKTUR JENDERAL  
PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

WIDODO EKATJAHJANA

BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2016 NOMOR 1879

Salinan sesuai aslinya

KEMENTERIAN ENERGI DAN SUMBER DAYA MINERAL

Kepala Biro Hukum,

  
Hufron Asrofi