

SKRIPSI

PERSEPSI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* PADA PT. BOSOWA ENERGI JENEPONTO

HASRIANDI



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2014**

SKRIPSI

PERSEPSI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* PADA PT.BOSOWA ENERGI JENEPONTO

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

HASRIANDI
A31108290



kepada

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2014

SKRIPSI

PERSEPSI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* PADA PT. BOSOWA ENERGI JENEPONTO

disusun dan diajukan oleh

**HASRIANDI
A31108290**

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 9 Januari 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Hj. Nurleni, M.Si, Ak, CA
NIP 195908181987022001

Drs. Agus Bandang, M.Si, Ak, CA
NIP 196208171990021001

Ketua Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Dr. Hj. Kartini, S.E, M.Si, Ak, CA
NIP 196503051992032001

SKRIPSI

PERSEPSI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* PADA PT. BOSOWA ENERGI JENEPONTO

disusun dan diajukan oleh

HASRIANDI
A31108290

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **23 Januari 2014** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Panitia Penguji

| No. | Nama Penguj | Jabatan | Tanda Tangan |
|-----|--|------------|--------------|
| 1. | Dra. Hj. Nurleni, M.Si, Ak, CA | Ketua | 1 |
| 2. | Drs. Agus Bandang, M.Si, Ak, CA | Sekretaris | 2 |
| 3. | Drs. H. Amiruddin, M.Si, Ak, CA | Anggota | 3 |
| 4. | Drs. Yulianus Sampe, M.Si, Ak, CA | Anggota | 4 |
| 5. | Dra. Hj. Andi Kusumawati, M.Si, Ak, CA | Anggota | 5 |

Ketua Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Univesitas Hasanuddin

Dr. Hj. Kartini, S.E, M.Si, Ak, CA
NIP 196503051992032001

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Hasriandi
NIM : A31108290
jurusan : Akuntansi

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

Persepsi Masyarakat dan Pemerintah terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada PT. Bosowa Energi Jeneponto

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi 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, 23 Januari 2014

Yang membuat pernyataan,



HASRIANDI

PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alikum Wr. Wb.

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dari segi aspek teknik penulisan maupun segi bobot substansi pembahasan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat konstruktif untuk penyempurnaannya.

Selanjutnya, tanpa mengurangi rasa hormat penulis kepada pihak lain, maka secara khusus penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Jumri dan Ibunda Hj. Hasnawati atas upaya dan doanya yang tidak ternilai. Dan kepada merekalah maha karya ini kupersembahkan.

Adikku tersayang Hasniar terima kasih atas segala proses hidup yang dilalui bersama serta seluruh keluarga besarku, atas dukungan dan motivasinya.

Ucapan terima kasih dan penghargaan juga penulis sampaikan kepada:

1. Rektor dan Para Wakil Rektor Universitas Hasanuddin.
2. Dekan dan Para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
3. Dr. Hj. Kartini, S.E, M.Si, Ak, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.

4. Dr. Darwis Said, S.E, M.SA, Ak selaku Dosen Penasehat Akademik yang walaupun dalam kesibukannya tetap meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis hingga menyelesaikan masa studi ini.
5. Dra. Hj. Nurleni, M.Si, Ak selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Agus Bandang, M.Si, Ak selaku Dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah menitipkan ilmu pengetahuan kepada penulis di dalam perkuliahan.
7. Pimpinan dan segenap karyawan PT. Bosowa Energi, bapak Baggio, bapak Djuanda, dll yang tak sempat saya sebutkan namanya. Terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan 08stackle yang tak sempat disebutkan namanya. Terima kasih telah menemani penulis selama proses pencarian ilmu.
9. Kakanda Riza terima kasih atas segala pembelajaran yang telah diberikan.
10. *My best friend* Ilham dan Riska Ilyas terima kasih atas bimbingannya yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
11. Keluarga besar Ikatan Mahasiswa Akuntansi Unhas, UKM Renang Unhas, KPMP Cempa, Kerukunan Mahasiswa Pinrang Unhas, IPMI Sidrap Cab. Baranti, dan Hml komisariat Ekonomi. Terima kasih atas segala proses pembelajaran yang telah dilalui bersama.

12. Pelatih, manager dan teman-teman atlet Polo Air Sulsel yang banyak memberi warna dalam hidup ini. Terima kasih atas doa dan kebersamaannya.

13. Keluarga besar Cocep terima kasih atas dukungannya selama ini.

14. Teman-teman KKN ku yang super Iswandi, Inun, Ono, Aa', Atto, Dian, Irene, Tiwi, dan Eda terima kasih atas doa dan dukungannya.

15. Kepada Hasnelli Agbar yang selama ini menemani penulis baik suka maupun duka. Terima kasih telah memberi arti yang penting dalam hidup penulis.

Akhirnya, semoga Allah SWT. berkenan membalas budi baik mereka. Besar harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Amin.

Makassar, 23 Januari 2014

Hasriandi

ABSTRAK

PERSEPSI MASYARAKAT DAN PEMERINTAH TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PT. BOSOWA ENERGI JENEPONTO

PERCEPTION OF PUBLIC AND GOVERNMENT ABOUT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. BOSOWA ENERGY JENEPONTO

Hasriandi
Hj. Nurleni
Agus Bandang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat dan pemerintah terhadap *corporate social responsibility* pada PT. Bosowa Energi. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Punagaya dan pemerintah Desa Punagaya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap CSR pada PT. Bosowa Energi adalah sedang, hal ini sejalan dengan pengetahuan masyarakat terhadap CSR yang masih tergolong sedang. Sedangkan, sebagian besar pejabat pemerintah memiliki persepsi buruk terhadap CSR pada PT. Bosowa Energi.

Kata kunci: persepsi masyarakat, pemerintah, *corporate social responsibility*.

This study aims to determine perception of public and the government about corporate social responsibility at PT. Bosowa Energy. Corporate social responsibility is one of the responsibility of company to society and environment around the company. The sample used in this study is Punagaya villagers and governments of Punagaya with using a quantitative approach. Data analysis method used is descriptive statistical analysis. The results showed that the public's perception of CSR at PT. Bosowa Energy is middle, this is in line with the public's knowledge of the CSR is still relatively moderate. Meanwhile, most government officials have a bad perception of the CSR on PT. Bosowa Energy.

Keyword : *Public Perception, government, corporate social responsibility*

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN..... | v |
| PRAKATA..... | vi |
| ABSTRAK..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| 2.1 Persepsi..... | 7 |
| 2.1.1 Definisi Persepsi..... | 7 |
| 2.1.2 Faktor Terjadinya Distorsi Persepsi..... | 8 |
| 2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> | 10 |
| 2.2.1 Defenisi <i>Corporate Social Responsibility</i> | 10 |
| 2.2.2 Tujuan <i>Corporate Social Responsibility</i> | 11 |
| 2.2.3 Model-Model <i>Corporate Social Responsibility</i> | 12 |
| 2.2.3.1 Klasifikasi CSR Menurut Jenis Program..... | 12 |
| 2.2.3.2 Klasifikasi CSR Menurut Motif Perusahaan..... | 15 |
| 2.2.3.3 Klasifikasi CSR Menurut Bidang Pembangunan..... | 15 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu..... | 16 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran..... | 18 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 20 |
| 3.1 Rancangan Penelitian..... | 20 |
| 3.2 Tempat dan Waktu..... | 20 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 20 |
| 3.3.1 Populasi..... | 20 |
| 3.3.2 Sampel..... | 21 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data..... | 22 |
| 3.4.1 Jenis Data..... | 22 |

| | | |
|--|---|----|
| 3.4.2 | Sumber Data..... | 22 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data..... | 22 |
| 3.6 | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 23 |
| 3.7 | Instrumen Penelitian | 24 |
| 3.8 | Teknik Analisis Data | 25 |
| 3.8.1 | Uji Statistik Deskriptif | 25 |
| 3.8.2 | Uji Validitas..... | 26 |
| 3.8.3 | Uji Reliabilitas | 26 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 27 |
| 4.1 | Profil Singkat PT. Bosowa Energi Jeneponto..... | 27 |
| 4.2 | Program <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Bosowa Energi..... | 27 |
| 4.2.1 | Pembangunan Jalan Desa..... | 27 |
| 4.2.2 | Bantuan Pembangunan Sarana Ibadah | 28 |
| 4.2.3 | Bantuan Langsung Paket Sembako..... | 28 |
| 4.2.4 | Pembangunan Masjid | 28 |
| 4.2.5 | Berbuka Puasa Bersama | 29 |
| 4.2.6 | Kependidikan..... | 29 |
| 4.2.7 | Olahraga dan Seni | 29 |
| 4.2.8 | Pemanfaatan Tenaga Kerja Lokal..... | 30 |
| 4.3 | Deskripsi Sampel Penelitian | 30 |
| 4.4 | Gambaran Umum Responden | 31 |
| 4.4.1 | Umur..... | 31 |
| 4.4.2 | Tingkat Pendidikan | 32 |
| 4.4.3 | Mata Pencaharian..... | 33 |
| 4.5 | Uji Kualitas Data | 34 |
| 4.5.1 | Uji Validitas Data | 34 |
| 4.5.2 | Uji Reliabilitas Data..... | 36 |
| 4.6 | Analisis Data..... | 37 |
| 4.6.1 | Statistik Deskriptif | 37 |
| 4.6.1.1 | Pengetahuan Masyarakat terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> | 38 |
| 4.6.1.2 | Persepsi Masyarakat terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> | 39 |
| 4.6.1.3 | Persepsi Pemerintah terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> | 40 |
| 4.7 | Pembahasan..... | 42 |
| 4.7.1 | Persepsi Masyarakat dan Pemerintah terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> pada PT. Bosowa Energi Jeneponto..... | 42 |
| 4.7.2 | Harapan-harapan Masyarakat dan Pemerintah terhadap Program-Program <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Bosowa Energi | 44 |
| 4.7.2.1 | Harapan terhadap Program Pendidikan | 45 |
| 4.7.2.2 | Harapan terhadap Program Kesehatan | 45 |

| | |
|---|----|
| 4.7.2.3 Harapan terhadap Program Pembangunan Infrastruktur | 46 |
| 4.7.2.4 Harapan terhadap Program Religius | 46 |
| 4.7.2.5 Harapan terhadap Program Olahraga dan Kepemudaan | 46 |
| BAB V PENUTUP | 48 |
| 5.1 Kesimpulan | 48 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian | 49 |
| 5.3 Saran | 49 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 50 |
| LAMPIRAN | 52 |

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

| | | |
|------|---|----|
| 2.1 | Ringkasan Penelitian Terdahulu..... | 17 |
| 3.1 | Tingkat Persepsi berdasarkan Skala Likert | 25 |
| 4.1 | Ikhtisar Distribusi dan Pengembalian Kuisisioner Masyarakat..... | 31 |
| 4.2 | Ikhtisar Distribusi dan Pengembalian Kuisisioner Pemerintah..... | 31 |
| 4.3 | Distribusi Responden menurut Kelompok Umur | 32 |
| 4.4 | Distribusi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 33 |
| 4.5 | Distribusi Responden berdasarkan Mata Pencaharian | 34 |
| 4.6 | Hasil Uji Validitas Data | 35 |
| 4.7 | Hasil Uji Realibilitas Data | 36 |
| 4.8 | Hasil Statistik Deskriptif Pengetahuan Masyarakat terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Bosowa Energi | 38 |
| 4.9 | Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Masyarakat terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Bosowa Energi | 40 |
| 4.10 | Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Pemerintah terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Bosowa Energi | 41 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|-----------------------------|---------|
| 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 19 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|-----------------------------|---------|
| 1 Biodata..... | 53 |
| 2 Kuisisioner..... | 54 |
| 3 Statistik Deskriptif..... | 59 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan sebagai salah satu pelaku dalam pembangunan ekonomi nasional, sudah selayaknya tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan finansial namun juga perlu berkontribusi bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Sebagaimana yang disebutkan oleh Wibisono dalam Rhamdani (2011) bahwa tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottomline*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Oleh karenanya dalam dunia usaha kini hadir konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk nyata kepedulian perusahaan akan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan kini telah menjadi prioritas utama para pemimpin bisnis di setiap negara. Hal ini karena CSR telah menjadi perhatian dari kalangan pemerintah, aktivis, media, pemimpin masyarakat, karyawan perusahaan hingga para akademisi. Fenomena ini menandakan bahwa CSR merupakan hal penting dalam aktivitas perusahaan di suatu wilayah tertentu (Mursitama, dkk, 2011).

Telah banyak upaya perusahaan mengaitkan aktivitas mereka dengan masyarakat di mana mereka beroperasi dan memelihara, bahkan, menjamin keberlanjutan lingkungan hidup. Namun, tak sedikit pula perusahaan yang gagal memberikan makna kegiatan CSR mereka. Jadilah, semua upaya itu kurang produktif (Mursitama, dkk, 2011).

Walaupun kesadaran bisnis atas CSR tinggi, tapi pada dasarnya banyak yang impaknya kurang begitu jelas. Porter dan Kramer dalam Amir (2011) secara agak sinis malah mengatakan lebih banyak unsur kosmetiknya, karena tidak begitu jelas dampak strategik atau operasionalnya. Perusahaan-perusahaan hanya sekedar memanfaatkannya hanya untuk kehumasan dan kampanye media, dan ajang pameran perusahaan dengan laporan-laporan yang mewah.

Pandangan Porter dan Kramer ini, didukung oleh riset Husted dan Allen yang dikutip Amir (2011) pada perusahaan-perusahaan besar di Spanyol. Meskipun para CEO menyadari bahwa CSR bisa menjadi inovasi yang baik, keunggulan daya saing (*competitive advantage*) dan penciptaan nilai (*value creation*), mereka mengaku bahwa mereka tidak tahu apakah upaya CSR mereka menguntungkan.

Kemp dalam Mursitama, dkk (2011) mengatakan bahwa pelaksanaan CSR di Indonesia belum ideal. Pasalnya, CSR masih merupakan sesuatu yang banyak berupa mimpi daripada kenyataan di lapangan. Ia melandaskan argumentasinya pada konteks sejarah budaya, ekonomi, maupun politik yang terjadi di Indonesia. Bahwa yang menyebabkan CSR masih berupa cita-cita muluk berasal dari pola pikir penduduk Indonesia yang masih terbelenggu oleh struktur feodal.

Di sisi lain, Porter dan Kramer yang dikutip Mursitama, dkk (2011) dalam tulisannya *Corporate Social Responsibility di Indonesia: Teori dan Implikasi* menyebutkan dua alasan mengapa upaya gigih perusahaan dalam aktivitas CSR mereka kurang berhasil. Pertama, mereka berpandangan bahwa antara perusahaan dengan masyarakat saling bertolak belakang. Padahal jelas sekali, di antara keduanya saling terkait, saling membutuhkan.

Kedua, banyak perusahaan berpikir CSR sebagai cara-cara standar yang umum untuk strategi perusahaan. Padahal, justru sebaliknya. CSR harus dipandang sebagai suatu upaya yang paling tepat, *appropriate*, bagi tiap strategi perusahaan.

Kedua pakar strategi itu menyimpulkan bahwa secara strategis CSR dapat digunakan sebagai sumber perkembangan kesuksesan sosial yang luar biasa bagi perusahaan. Kesuksesan sosial ini diraih perusahaan dengan penerapan sumber daya, keahlian, dan pandangan-pandangan yang tajam dan jernih terhadap berbagai aktivitas yang bermanfaat untuk masyarakat (Mursitama, dkk, 2011).

Pelaksanaan CSR di Indonesia memang berawal dari upaya mengembangkan masyarakat di sekitar wilayah operasi perusahaan maupun dalam jangkauan yang lebih luas. Hal ini berkait dengan keberadaan perusahaan yang tidak hanya bermanfaat bagi para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga bagi berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya, khususnya masyarakat. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila konsep awal dan pelaksanaan CSR di Indonesia identik dengan pemberdayaan masyarakat (*community development*). Walaupun sebenarnya, perancangan program yang termasuk dalam CSR harus terdiri dari program pilihan yang mampu memberikan dampak positif pada masyarakat sekaligus merupakan pemenuhan atas tuntutan agar aktivitas yang paling dibutuhkan masyarakat terliput di dalamnya. Dengan demikian, sebuah perusahaan sebelum merancang program CSR-nya perlu melakukan *need assessment* masyarakat (Mursitama, dkk, 2011).

Di luar itu, sampai saat ini terdapat beberapa regulasi mengenai kewajiban perusahaan untuk mengimplementasikan CSR. Setidaknya ada

dua undang-undang yang mengatur hal ini. Pertama, UU No. 25/2007 tentang Penanaman Modal. Dalam Pasal 3 Ayat 1 Poin h disebutkan bahwa perusahaan yang akan menanamkan modalnya di Indonesia harus berpijak pada asas berwawasan lingkungan. Selanjutnya, dalam Pasal 15 Poin b juga digariskan bahwa korporasi, baik asing maupun domestik, pada saat menempatkan modalnya di Indonesia berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Simanjuntak dan Mulia, 2009).

Kedua, UU No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (PT). Dalam Bab V Pasal 74 ditentukan secara khusus bahwa perusahaan yang berbentuk PT dan beroperasi dalam bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan CSR. Ketentuan ini juga dilengkapi dengan anjuran bahwa PT tersebut dalam laporan tahunannya harus membuat laporan tanggung jawab sosial perusahaan (Simanjuntak dan Mulia, 2009).

Ketentuan tersebut (terutama dalam UU PT) terbatas hanya untuk perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam, namun banyak pelaku usaha yang lebih dulu menentang ketentuan tersebut. Fakta ini mengilustrasikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan masih dianggap lebih sebagai beban korporasi yang tidak memberikan imbal hasil setimpal daripada sebagai bagian integral aktivitas operasional perusahaan yang bisa menggandakan upaya akumulasi kekayaan pemilik modal. Walaupun terdapat kritik tajam atas konsep dan implementasi CSR, namun mempertimbangkan berbagai keterbatasan anggaran pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, maka konsep dan implementasi CSR mendesak untuk segera diimplementasikan di Indonesia (Mursitama, dkk, 2011).

Hal ini terkait erat dengan realita bahwa, pada satu sisi, adanya kerusakan lingkungan karena aktivitas operasional perusahaan (terutama minyak, tambang, dan hutan) mengakibatkan beban pemerintah untuk mengatasi dan memperbaiki eksternalitas meningkat dan di sisi lain, perusahaan yang menikmati hasil eksploitasi tersebut justru enggan bertanggung jawab. Pada titik inilah terlihat bahwa regulasi mengenai CSR yang secara rinci, berimbang, adil, dan tegas bagi semua korporasi (tidak terbatas pada usaha yang berkaitan dengan SDA) mendesak untuk segera diimplementasikan. Dengan demikian, kebijakan fiskal pemerintah tidak lagi diorientasikan secara maksimal untuk membiayai rehabilitasi lingkungan, mencegah bencana alam, dan mengatasi dampak bencana alam, termasuk santunan kepada para korban (Mursitama, dkk, 2011).

Skema yang demikian ini akan berujung pada maksimalisasi distribusi pendapatan masyarakat. Maksudnya, nisbah ekonomi perusahaan akibat menjalankan aktivitas operasional yang sering mengorbankan kualitas lingkungan sebagian didistribusikan kepada masyarakat, sehingga bisa mengakibatkan meningkatnya pendapatan masyarakat tersebut. Di sisi lain, upaya tersebut juga turut mereduksi peran negara (pemerintah) dalam menangani eksternalisasi karena sebagian telah dilimpahkan kepada sektor privat, sehingga anggaran negara (seharusnya) dapat dimaksimalkan untuk belanja pembangunan guna meningkatkan pendapatan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung (Mursitama, dkk, 2011).

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk menganalisis **Persepsi Masyarakat dan Pemerintah terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT. Bosowa Energi Jeneponto.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas mendasari peneliti untuk mengadakan penelitian ini. Maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana persepsi masyarakat dan pemerintah terhadap program *Corporate Social Responsibility* PT. Bosowa Energi Jeneponto ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengkaji persepsi masyarakat dan pemerintah terhadap program-program *Corporate Social Responsibility* PT. Bosowa Energi Jeneponto.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap perusahaan PT. Bosowa Energi Jeneponto khususnya sebagai informasi dalam pengembangan dan implementasi CSR di masa yang akan datang, dan untuk memberikan nilai tambah perusahaan kepada semua *stakeholder*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi

2.1.1 Definisi Persepsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990) persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.

Gitusudarmo dan Sudita (2008) mengartikan persepsi sebagai suatu proses memperhatikan dan menyeleksi, mengorganisasikan dan menafsirkan stimulus lingkungan. Proses memperhatikan dan menyeleksi terjadi karena setiap saat panca indera kita (indera pendengar, perasa, penglihatan, penciuman, dan indera peraba) dihadapkan kepada begitu banyak stimulus lingkungan. Akan tetapi tidak semua stimulus tersebut kita perhatikan, karena kalau semuanya dipersepsikan akan menyebabkan kita bingung dan kewalahan. Oleh karenanya, kemudian ada proses pemilihan (*perceptual selection*) untuk mencegah kebingungan tersebut dan menjadikan lingkungan kita lebih berarti.

Thoha dalam Julianti (2008) mengatakan persepsi merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memberi informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.

Schiffman dalam Muflih (2005) mengartikan persepsi sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Dalam

kehidupan sehari-hari, kita akan melihat reaksi setiap orang akan berbeda sekalipun stimuli yang dihadapi adalah sama baik bentuknya, tempatnya, dan waktunya. Umpamanya, dua orang pada lingkungan yang sama akan berbeda bentuk reaksinya dalam menghadapi stimuli yang sama. Hal ini karena komposisi potensi dan kapabilitas mereka berbeda dalam menunjukkan kemampuan, kualitas berpikir, dan keakuratan mengambil tindakan. Kaitan ini sifatnya sangat individual.

2.1.2 Faktor Terjadinya Distorsi dalam Persepsi

Menurut Sopiah (2008: 19) ada sejumlah faktor yang menyebabkan terjadinya distorsi dalam persepsi atau adanya perbedaan persepsi dalam memaknai sesuatu. Faktor tersebut adalah:

1. Pemberi kesan (*perceiver*)

Bagaimana seseorang memberikan arti terhadap sesuatu sangat ditentukan oleh karakteristik kepribadian orang tersebut. Misalnya umur, lama bekerja, status, tingkat pendidikan, agama, budaya, dan lain-lain. Semua itu memengaruhi orang dalam mempersepsikan sesuatu.

2. Sasaran

Atribut yang melekat pada sasaran atau objek yang sedang diamati, yang akan dipersepsikan, dapat memengaruhi bagaimana orang memersepsikan hal tersebut. Misalnya dalam memersepsikan "si Mr. X". Atribut atau ciri orang tersebut, misalnya wujud fisik, tinggi, bentuk tubuh, rambut, cara berpakaian, suara, gerakan, bahasa tubuh maupun sikapnya akan memberikan berbagai persepsi yang berbeda dari tiap orang yang berbeda.

3. Situasi

Situasi atau konteks di mana kita melihat kejadian atau objek adalah penting. Lingkungan sangat menentukan individu/kelompok dalam memersepsikan objek atau kejadian.

4. Sikap (*attitude*)

Sikap (*attitude*) dapat dipandang sebagai predisposisi untuk bereaksi dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap objek, orang, konsep atau apa saja. Ada beberapa asumsi yang mendasari pernyataan tersebut, yaitu (1) Sikap berhubungan dengan perilaku. Misalnya jika sikap seorang individu dinilai menyenangkan maka apapun yang dilakukan orang itu juga akan menyenangkan. (2) Sikap berkaitan erat dengan perasaan seseorang terhadap objek. Jika seseorang tertarik dengan orang tertentu maka apapun perilaku orang tersebut akan dianggap menarik. (3) Sikap adalah konstruksi yang bersifat hipotesis. Artinya, konsekuensinya dapat diamati tetapi sikap itu sendiri tidak dapat dipahami.

5. Belajar

Belajar adalah proses perubahan yang relatif konstan dalam tingkah laku yang terjadi karena adanya suatu pengalaman atau latihan (Robbins dalam Sopiah, 2008). Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa ada tiga komponen belajar, yaitu: (1) Belajar melibatkan adanya perubahan, yaitu perubahan dari buruk menjadi baik, dari tidak tahu menjadi tahu, dan tidak bisa menjadi bisa. (2) Perubahan yang terjadi relatif permanen. Perubahan yang bersifat sementara menunjukkan kegagalan dalam proses belajar. (3) Belajar berarti ada perubahan perilaku. Belajar tidak hanya mengubah pikiran dan sikap, tetapi yang

lebih penting lagi adalah bahwa belajar harus mengubah perilaku subjek ajar.

2.2 Corporate Social Responsibility

2.2.1 Definisi Corporate Social Responsibility

Perbedaan perspektif di dalam memandang CSR telah mengakibatkan munculnya berbagai rumusan CSR saat ini dan berbagai elemen atau program yang terkandung dalam aktivitas CSR, sesuai dengan perspektif masing-masing pihak sebagai berikut:

1. McWilliams dan Siegel dalam Mursitama, dkk (2011) mendefinisikan CSR sebagai serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauannya melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan, dengan pertimbangan tindakan semacam ini tidak disyaratkan oleh peraturan hukum.
2. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek perusahaan (Wikipedia).
3. *The World Business Council for Sustainability Development (WBCSD)* dalam Rahmatullah dan Kurniati (2011) mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi. Pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya, demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat secara luas.

4. Menurut *World Bank* yang dikutip Rahmatullah dan Kurniati (2011) CSR merupakan komitmen sektor swasta untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*).
5. Suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan ekologis, kepada masyarakat, lingkungan, serta para pemangku kepentingan (Lako).
6. Wahyudi dan Azheri (2011) merumuskan pengertian CSR adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan kepentingan para *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku.

2.2.2 Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Dalam bisnis apa pun, yang diharapkan adalah keberlanjutan dan kestabilan usaha, karena keberlanjutan akan mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan. Setidaknya terdapat tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon CSR agar sejalan dengan jaminan keberlanjutan operasional perusahaan, sebagaimana dikemukakan Wibisono dalam Rahmatullah dan Kurniati (2011).

Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya imbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat

ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat.

Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat *simbiosis mutualisme* untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Wajar bila perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.

Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

2.2.3 Model-Model Corporate Social Responsibility

2.2.3.1 Klasifikasi CSR Menurut Jenis Program

Menurut Kotler dan Lee yang dikutip oleh Rahmatullah dan Kurniati (2011), terdapat enam alternatif program CSR yang dapat dipilih perusahaan dengan mempertimbangkan tujuan perusahaan, tipe program, keuntungan potensial yang akan diperoleh, serta tahap-tahap kegiatan, di antaranya:

1. Cause Promotions

Perusahaan yang menggunakan jenis program CSR *Cause Promotion* menyediakan sejumlah dana sebagai bentuk kontribusi CSR atau sumber daya lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat (*awareness*) terhadap suatu masalah sosial atau untuk

mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau dalam rangka merekrut relawan (*volunteer*) untuk mendukung masalah sosial tersebut. Perusahaan dapat menginisiasi dan mengelola sendiri kegiatan *Cause Promotions* ini.

2. *Cause Related Marketing* (CRM)

Perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan jenis program *Cause Related Marketing* (CRM), berkomitmen untuk menyumbangkan presentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Seperti yang dilakukan Bakrie Telecom melalui Bakrie untuk Negeri dengan menyerahkan donasi 1,3 miliar yang disisihkan Rp10 ribu dari setiap hasil penjualan Hape Esia Slank bagi masyarakat Sumatra Barat. Donasi tersebut digunakan untuk melakukan pembangunan maupun perbaikan berbagai fasilitas kesehatan, pendidikan dan ibadah di 4 (empat) wilayah Sumatra Barat: Padang, Pasaman, Padang Pariaman dan Pariaman.

3. *Corporate Social Marketing* (CSM)

Dalam program *Corporate Social Marketing* (CSM), perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk merubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye CSM lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan beberapa isu yakni isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan/kerugian, lingkungan serta keterlibatan masyarakat.

4. *Corporate Philanthropy*

Perusahaan dengan program *Corporate Philanthropy* memberikan kontribusi langsung secara cuma-cuma (*charity*) dalam bentuk hibah tunai, sumbangan dan sejenisnya. *Corporate Philanthropy* adalah tindakan perusahaan untuk memberikan kembali kepada masyarakat sebagian dari kekayaannya sebagai ungkapan terima kasih atas kontribusi masyarakat.

5. *Community Volunteering*

Melalui program *Community Volunteering*, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6. *Socially Responsible Business Practice (Community Development)*

Socially Responsible Business Practice (SRBP), menurut Kotler dalam Rahmatullah dan Kurniati (2011: 35) adalah:

“where the corporation adapts and conducts discretionary business practices and investments that support social causes to improve community well being and protect the environment”

(praktik bisnis di mana perusahaan melakukan investasi yang mendukung pemecahan suatu masalah sosial untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan melindungi lingkungan.)

Perusahaan telah melakukan praktik bisnis melampaui standar etika yang telah ditetapkan berdasarkan regulasi. Komunitas yang dimaksud di atas di antaranya adalah karyawan perusahaan, pemasok, distributor, organisasi nirlaba dan sektor publik yang menjadi mitra perusahaan, serta masyarakat secara umum. Kesejahteraan yang dimaksud adalah kesehatan, keselamatan, serta pemenuhan akan kebutuhan psikologis dan emosional.

2.2.3.2 Klasifikasi CSR menurut Motif Perusahaan

Terdapat tiga kategori perusahaan dalam menerapkan program CSR, sebagaimana dikemukakan Wibisono dalam Rahmatullah dan Kurniati (2011), di antaranya:

1. Sekedar basa basi dan keterpaksaan, artinya pemenuhan tanggung jawab sosial lebih karena keterpaksaan akibat tuntutan daripada kesukarelaan.
2. Sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*). CSR diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum dan aturan memaksanya, misalnya karena ada *market driven*.
3. *Beyond compliance* atau *compliance plus*, karena terdapat dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*). Perusahaan menyadari bahwa tanggung jawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan bisnis, melainkan juga tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dasar pemikirannya, menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidak akan menjamin perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan.

2.2.3.3 Klasifikasi CSR Menurut Bidang Pembangunan

Menurut bidang pembangunan yang disasar, perusahaan dapat menentukan program CSR mengacu pada tujuan pembangunan di level global, nasional maupun lokal. Rahmatullah dan Kurniati (2011) dalam tulisannya *Panduan Praktis Pengelolaan Corporate Social Responsibility* menyebutkan terdapat 8 (delapan) agenda *Millenium Development Goals* (MDG's) yang bisa didaptasikan ke dalam program CSR dalam skala global, yaitu:

1. Memberantas kemiskinan dan kelaparan ekstrem
2. Mewujudkan pendidikan dasar untuk semua
3. Mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan
4. Menurunkan angka kematian anak
5. Meningkatkan kesehatan ibu
6. Memerangi HIV dan AIDS, malaria serta penyakit lainnya
7. Memastikan kelestarian lingkungan
8. Mengembangkan kemitraan global

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu Anilda (2010), tentang pengaruh CSR terhadap citra perusahaan pada PT. Semen Bosowa yang hasilnya menunjukkan adanya pengaruh positif antara penerapan CSR dalam meningkatkan citra perusahaan, kemudian Kurniawan (2013), yang meneliti analisis implementasi CSR pada PT. Newmont Nusa Tenggara di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang hasilnya menunjukkan bahwa belum cukup efektif mendorong terjadinya peningkatan kesejahteraan bagi komunitas lokal/masyarakat setempat, khususnya kelompok marginal, karena sebagian besar dana program CSR dinikmati oleh segelintir elit yang memiliki kedekatan baik dengan perusahaan maupun desa. Kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rhamdani (2011), yang meneliti tentang studi sosial ekonomi dan persepsi masyarakat terhadap CSR perusahaan hutan tanaman industri pada PT. Nityasa Idola di Kalimantan Barat yang hasilnya menunjukkan bahwa implementasi CSR sudah dirasakan cukup bermanfaat bagi masyarakat, perusahaan belum merasakan *feedback* positif

implementasi CSR dari masyarakat dalam meningkatkan produksi tanam. Perbedaannya yaitu dalam penelitian ini, penulis juga ingin melihat sejauh mana implementasi CSR tersebut dapat mengurangi kemiskinan. Ada pula pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2011) tentang persepsi masyarakat, pemerintah, dan perusahaan terhadap CSR dalam mengurangi kemiskinan pada PT. Maruki Internasional Indonesia yang hasilnya menunjukkan cukup berpengaruh dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat dan mampu mengurangi kemiskinan di lingkungan sekitar perusahaan dan pemerintah menilai aktivitas CSR yang dilakukan oleh PT. Maruki International Indonesia dapat mengurangi kemiskinan, sedangkan perusahaan menilai aktivitas CSR yang dilaksanakan belum sepenuhnya optimal dalam hal mengurangi kemiskinan, maka penelitian ini akan melihat apakah hasil yang didapatkan pada penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda dan juga dengan metode penelitian yang berbeda.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

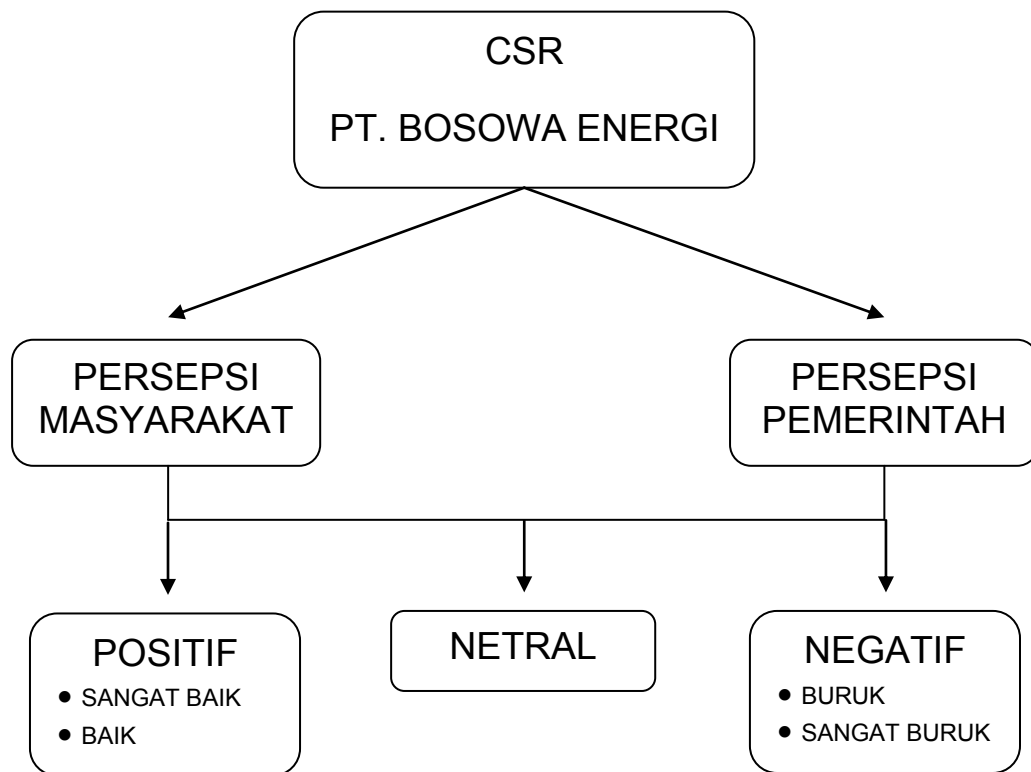
| No. | Judul | Nama Peneliti | Variabel |
|------------|---|----------------------|--|
| 1. | Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan pada PT. Semen Bosowa Maros | Anilda (2010) | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), dan citra perusahaan. |
| 2. | Analisis Implementasi CSR pada PT. Newmont Nusa Tenggara di Provinsi Nusa | Kurniawan (2013) | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), komunitas, dan perusahaan. |

| | | | |
|----|--|---------------------|--|
| | Tenggara Barat | | |
| 3. | Studi Sosial Ekonomi dan Persepsi Masyarakat terhadap CSR Perusahaan Hutan Tanaman Industri pada PT. Nityasa Idola di Kalimantan Barat | Rhamdani (2011) | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), dan masyarakat. |
| 4. | Persepsi Masyarakat, Pemerintah, dan Perusahaan terhadap CSR dalam Mengurangi Kemiskinan pada PT. Maruki Internasional Indonesia | Kurniawan (2011) | <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), masyarakat, pemerintah, perusahaan, dan kemiskinan |

Sumber: Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin dan Internet, April 2013

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir merupakan arah penelitian yang dilakukan oleh penulis dan digambarkan dalam skema berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian diartikan sebagai strategi mengatur latar penelitian agar peneliti memperoleh data yang valid, sesuai dengan karakteristik pendekatan dan tujuan penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh.

3.2 Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di PT. Bosowa Energi, sebuah perusahaan penghasil energi khususnya pembangkit listrik yang merupakan anak usaha dari Bosowa Corporation, yang terletak di Desa Punagaya, Kecamatan Bangkala, Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Waktu penelitian diperkirakan sekitar dua bulanan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Soewadji (2012: 129) yang dimaksud dengan populasi adalah sekelompok unsur atau elemen yang dapat berbentuk manusia atau individu, binatang, tumbuh-tumbuhan, lembaga atau institusi, kelompok, dokumen, kejadian, sesuatu hal, gejala, atau berbentuk konsep yang menjadi objek penelitian. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Desa Punagaya dan Pemerintah Desa Punagaya.

3.3.2 Sampel

Sekiranya populasi tersebut terlalu banyak jumlahnya, maka digunakan sampling. Sampling atau sampel berarti contoh, yaitu sebagian dari seluruh individu yang menjadi objek penelitian. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi.

Pemilihan responden dilakukan dengan metode *simple random sampling*. Dalam menentukan jumlah sampel pada masyarakat, peneliti menggunakan rumus Slovin yang dikutip Umar (2003: 74) seperti berikut:

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

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan

Berdasarkan data Badan Pusat Statistika Kabupaten Jeneponto (2012) jumlah penduduk Desa Punagaya sebanyak 3.812 jiwa. Dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 5%

$$n = \frac{3812}{1+3812(0,05)^2} = 362,0133$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 362 responden, dan untuk sampel pemerintah adalah semua aparat pemerintah Desa Punagaya sebanyak 23 orang.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang telah diolah dari jawaban kuesioner yang telah dibagikan kepada responden yang penulis anggap berkompeten.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data primer menurut Soewadji (2012: 147) adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen, publikasi yang sudah dalam bentuk jadi yang diperoleh melalui bahan kepustakaan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan dengan masalah yang dibahas, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Peneliti lapangan (*field research*). Peneliti lapangan adalah penelitian yang dilakukan dilapangan atau dalam masyarakat, yang berarti bahwa datanya diambil atau didapat dari lapangan atau masyarakat (Soewadji, 2012). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data di lapangan sebagai berikut:
 - a. Daftar pertanyaan (kuesioner), yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, peneliti akan

menyebarkan angket kepada masyarakat sekitar dan pemerintah Desa Punagaya.

- b. Wawancara, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab dengan pihak responden atau pihak yang berkompeten.
 - c. Dokumentasi, yaitu metode yang dilakukan dengan cara mencari data dari dokumen atau literatur-literatur untuk memperoleh informasi mengenai pelaporan dan pertanggungjawaban CSR perusahaan yang bersangkutan.
2. Penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan di perpustakaan dengan mengumpulkan dan mempelajari literatur-literatur yang ada. Dalam hal ini, sebagai acuan untuk membahas teori yang mendasari pembahasan masalah dalam penelitian ini.

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Stakeholders

- Masyarakat

Masyarakat disini adalah mereka yang diidentifikasi akan memperoleh manfaat dan atau akan terkena dampak (kehilangan tanah dan kemungkinan kehilangan mata pencaharian) dari suatu kegiatan tertentu.

- Pemerintah

Pemerintah dalam penelitian ini adalah pemerintah setempat yang dianggap berkompeten, karena peraturan yang dikeluarkan

pemerintah menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

2. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat yang lebih luas (*Trinidad & Tobacco Bureau of Standards* dalam Rahman, 2009: 10). Secara esensi CSR merupakan wujud dari *giving back* dari korporat kepada komunitas. Perihal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan dan menghasilkan bisnis berdasar pada niat tulus guna memberi kontribusi yang paling positif pada komunitas (*stakeholders*).

3.7 Instrumen Penelitian

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Skala Likert 5. Skala Likert merupakan skala yang paling banyak digunakan untuk pengukuran sikap maupun persepsi. Tanggapan dari Skala Likert 5, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Biasa (B), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) secara berturut bernilai 5, 4, 3, 2, 1. Pernyataan dalam *item-item favorable* mengandung nilai-nilai yang positif sampai *item-item unfavorable* yang mengandung nilai negatif (Ridwan dalam Ramdhani 2011). Data yang didapatkan dilakukan *editing*, untuk mengecek kelengkapan pengisian kuesioner, setelah itu dilakukan *coding* di buku kode untuk mempermudah pengolahan data, sistem *scoring* dibuat konsisten semakin tinggi skor semakin tinggi kategorinya. Setelah dijumlahkan dan selanjutnya

akan dikategorikan dengan menggunakan teknik *scoring* secara normatif yang dikategorikan berdasarkan interval kelas sebagai berikut:

$$n = \frac{Max - Min}{\Sigma k}$$

Keterangan:

n = batas selang

Max = nilai maksimum yang diperoleh dari jumlah skor

Min = nilai minimum yang diperoleh dari skor

Σk = jumlah kategori

Tabel 3.1 Tingkat persepsi berdasarkan Skala Likert

| No | Interval Tanggapan | Tingkat Persepsi |
|----|--------------------|------------------|
| 1 | 4,2 - 5,0 | Sangat Baik |
| 2 | 3,4 - 4,2 | Baik |
| 3 | 2,6 - 3,4 | Sedang |
| 4 | 1,8 - 2,6 | Buruk |
| 5 | 1,0 - 1,8 | Sangat Buruk |

Sumber: Ramdhani, 2011

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu yang dilihat dari kriteria nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian,

maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewnes* (Ghozali dalam Akbar, 2012: 46). Uji ini digunakan untuk melihat bagaimana kecenderungan responden terhadap variabel yang ditawarkan.

3.8.2 Uji Validitas

Validitas adalah persoalan yang berhubungan pertanyaan sejauh mana suatu alat ukur telah mengukur apa yang seharusnya diukur (Soewadji, 2012: 173). Model pengujian menggunakan pendekatan *Pearson Correlation* untuk menguji validitas pernyataan kuesioner yang disusun dalam bentuk skala. Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS 20 (*Statistical Package for Social Science*). Hasil pengujian validitas menunjukkan korelasi positif pada level 0,01 dan 0,05.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kemampuan suatu alat atau instrumen penelitian dalam mengumpulkan data atau informasi secara tetap atau konsisten atau secara *ajeg* dari individu (Soewadji, 2012: 184). Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *cronbach alpha* (α). pengujian ini dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS 20 (*Statistical Package for Social Science*). Koefisien *cronbach alpha* yang lebih besar dari 0,6 menunjukkan keandalan (reliabilitas) instrumen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Singkat PT. Bosowa Energi Jeneponto

PT. Bosowa Energi adalah perusahaan yang bergerak dibidang usaha pembangkit listrik tenaga uap yang terletak di Kabupaten Jeneponto, Kecamatan Bangkala, Desa Punagaya.

PT. Bosowa Energi merupakan perusahaan *joint venture* antara Bosowa Corporation dan Sumbergas Sakti Prima yang merupakan salah satu *Independent Power Producer* (IPP). PLTU Jeneponto dengan bahan bakar batubara mensupply power ke sistem jaringan 150kV PLN Sulselbar dengan masa kontrak 30 tahun. PLTU Jeneponto didirikan diatas lahan seluas 62,3ha dan terintegrasi dengan pelabuhan khusus yang dapat disandari barge 12.000DWT. Kehadiran PLTU Jeneponto sangat membantu PT. PLN (persero) dalam penyediaan tenaga listrik di Sulselbar serta membantu pemerintah dalam penurunan subsidi bahan bakar minyak.

4.2 Program *Corporate Social Responsibility* PT. Bosowa Energi

Berikut ini disajikan jenis-jenis kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilaksanakan di lapangan.

4.2.1 Pembangunan Jalan Desa

- Jenis Kegiatan

Rehabilitasi jalan desa sepanjang 6 km, yaitu meningkatkan kualitas jalan yang awalnya berupa jalan lapisan penetrasi selebar 4 m dengan

kondisi rusak parah, ditingkatkan menjadi jalan dengan perkerasan beton (K300) setebal 20cm dengan lebar 6m.

- Tujuan
Meningkatkan kelancaran transportasi darat yang diharapkan mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat untuk peningkatan kesejahteraan.

4.2.2 Bantuan Pembangunan Sarana Ibadah

- Jenis Kegiatan
Memberikan bantuan biaya pembangunan/perbaiki sarana ibadah dan fasilitas umum di Desa Punagaya dan sekitarnya.
- Tujuan
Meringankan beban masyarakat dan pemerintah setempat dalam memperbaiki sarana peribadatan dan fasilitas umum lainnya sehingga pelaksanaan aktifitas keagamaan berjalan dengan baik.

4.2.3 Bantuan Langsung Paket Sembako

- Jenis Kegiatan
Pemberian bantuan bahan makanan bagi warga masyarakat disekitar PLTU Jeneponto.
- Tujuan
Meringankan beban masyarakat sekitar PLTU Jeneponto dalam penyediaan bahan makanan.

4.2.4 Pembangunan Masjid

- Jenis Kegiatan
Pembangunan masjid dan sarana pendidikan agama.

- Tujuan

Meningkatkan fasilitas peribadatan yang mendorong peningkatan pemahaman agama untuk membangun masyarakat dengan kondisi spiritual yang lebih baik.

4.2.5 Berbuka Puasa Bersama

- Jenis Kegiatan

Buka puasa bersama antara masyarakat sekitar PLTU, PEMDA Jeneponto, dan Karyawan PLTU Jeneponto.

- Tujuan

Memelihara keakraban serta meningkatkan kepedulian antar semua pihak untuk menjaga persatuan dan kesatuan bangsa.

4.2.6 Kependidikan

- Jenis Kegiatan

Praktek/latihan kerja bakti bagi putra-putri daerah Jeneponto.

- Tujuan

Memberikan bimbingan kepada putra-putri daerah Jeneponto dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan khususnya bidang pembangkit listrik tenaga uap untuk menambah daya saing dan transfer *knowledge*.

4.2.7 Olahraga dan Seni

- Jenis Kegiatan

Perlombaan olahraga antar pemuda dan pelajar.

- Tujuan

Meningkatkan minat warga masyarakat dalam berolahraga untuk peningkatan kesehatan serta pengembangan bakat.

4.2.8 Pemanfaatan Tenaga Kerja Lokal

- Jenis Kegiatan

Perekrutan tenaga kerja lokal selama masa konstruksi dan operasional PLTU Jeneponto.

- Tujuan

Memberikan prioritas bagi masyarakat Jeneponto yang memiliki kualifikasi yang sesuai dengan requirement perusahaan baik selama masa konstruksi maupun untuk operasional dan *maintenance* PLTU Jeneponto.

4.3 Deskripsi Sampel Penelitian

Pengumpulan data untuk keperluan analisis dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuisisioner yang disebarkan langsung oleh penulis. Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat Desa Punagaya dan Pemerintah Desa Punagaya.

Kuisisioner yang disebar kepada masyarakat sebanyak 362, yang kembali sebanyak 342 kuisisioner. Kuisisioner yang disebar kepada pemerintah sebanyak 23, yang kembali terdapat 19 kuisisioner. Dari total 361 kuisisioner yang kembali dari kedua kelompok responden, semuanya bisa diolah.

Tabel 4.1. Ikhtisar Distribusi dan Pengembalian Kuisisioner Masyarakat

| No. | Keterangan | Jumlah Kuisisioner | Persentase |
|---|---------------------------|--------------------|------------|
| 1 | Distribusi kuisisioner | 362 | 100% |
| 2 | Kuisisioner tidak kembali | 20 | 5,52% |
| 3 | Kuisisioner kembali | 342 | 94,48% |
| 4 | Kuisisioner bisa diolah | 342 | 94,48% |
| n sampel = 342 | | | |
| Responden Rate = $(342/362) \times 100\% = 94,48\%$ | | | |

Sumber: Hasil Pengolahan Kuisisioner, November 2013

Tabel 4.2. Ikhtisar Distribusi dan Pengembalian Kuisisioner Pemerintah

| No. | Keterangan | Jumlah Kuisisioner | Persentase |
|---|---------------------------|--------------------|------------|
| 1 | Distribusi kuisisioner | 23 | 100% |
| 2 | Kuisisioner tidak kembali | 4 | 17,39% |
| 3 | Kuisisioner kembali | 19 | 82,61% |
| 4 | Kuisisioner bisa diolah | 19 | 82,61% |
| n sampel = 19 | | | |
| Responden Rate = $(19/23) \times 100\% = 82,61\%$ | | | |

Sumber: Hasil Pengolahan Kuisisioner, November 2013

4.4 Gambaran Umum Responden

4.4.1 Umur

Umur merupakan salah satu karakteristik individu yang mempengaruhi fungsi biologis, psikologis dan sosiologis. Dari total 361 responden yang terdiri dari 342 masyarakat dan 19 pemerintah dibagi kedalam lima kelas umur dengan selang umur sepuluh tahun. Sebaran umur responden dapat dilihat pada tabel

4.3.

Tabel 4.3 Distribusi responden menurut kelompok umur

| Kelompok Umur (tahun) | Total Responden | |
|--------------------------|-----------------|---------------|
| | N | % |
| 20-29 | 112 | 31,03 |
| 30-39 | 136 | 37,67 |
| 40-49 | 66 | 18,28 |
| 50-59 | 42 | 11,63 |
| 60-70 | 5 | 01,39 |
| Total | 361 | 100,00 |

Sumber: Hasil Pengolahan Kuisisioner, November 2013

Sebaran umur responden sebagian besar (37,67%) terdapat pada selang umur antara 30 sampai dengan 39 tahun. Umur responden mempengaruhi kemampuan dalam melakukan aktivitas, curahan tenaga serta kematangan dalam bertindak. Menurut Suyono (1991) umur produktif adalah umur yang berada di atas 10 tahun dan kurang dari 51 tahun, sehingga dapat dikatakan bahwa responden pada umumnya masih produktif untuk bekerja. Hal ini sangat sesuai dengan kondisi di lapangan bahwa responden pada umumnya masih produktif untuk bekerja.

4.4.2 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan responden merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap persepsi responden. Hasil identifikasi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan masyarakat dan pemerintah (49,59%) tergolong rendah, yaitu lulusan SMP. Hanya sebagian kecil (03,60%) yang tergolong berpendidikan tinggi yaitu Stara Satu (Tabel 4.4).

Tabel 4.4 Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan

| Kelompok Umur (tahun) | Total Responden | |
|--------------------------|-----------------|---------------|
| | N | % |
| SD | 113 | 31,30 |
| SMP | 179 | 49,59 |
| SMA | 55 | 15,51 |
| S1 | 13 | 03,60 |
| Total | 361 | 100,00 |

Sumber: Hasil Pengolahan Kuisisioner, November 2013

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, rendahnya tingkat pendidikan responden disebabkan oleh dua faktor, yaitu: 1) ketidakmampuan untuk menyekolahkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi karena memiliki tingkat pendapatan yang rendah sehingga penghasilan yang diperoleh diprioritaskan untuk memenuhi kebutuhan pokok, dan 2) rendahnya tingkat kesadaran akan pentingnya sekolah.

4.4.3 Mata Pencaharian

Sebagian besar mata pencaharian responden adalah petani (49,42%) dan IRT (18,71%). Hanya sebagian kecil yang berprofesi sebagai PNS (01,46%) hal ini berbanding lurus dengan tingkat pendidikan responden yang masih rendah. Untuk melihat sebaran mata pencaharian responden, dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Distribusi responden berdasarkan mata pencaharian

| Kelompok Umur (tahun) | Total Responden | |
|--------------------------|-----------------|---------------|
| | n | % |
| Petani | 169 | 49,42 |
| Wiraswasta | 4 | 01,17 |
| IRT | 64 | 18,71 |
| PNS | 5 | 01,46 |
| Nelayan | 33 | 09,65 |
| Pedagang | 19 | 05,56 |
| Tukang Ojek | 3 | 00,88 |
| Sopir | 2 | 00,59 |
| Tidak Menjawab | 43 | 12,57 |
| Total | 361 | 100,00 |

Sumber: Hasil Pengolahan Kuisisioner, November 2013

4.5 Uji Kualitas Data

4.5.1 Uji Validitas Data

Setelah mengumpulkan kuisisioner dari responden, kemudian dilakukan uji validitas kembali terhadap data yang diperoleh. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

Uji validitas ini menggunakan *corrected item-total correlation* yaitu dengan menghitung korelasi antara butir instrumen dengan skor total. Analisis ini dilakukan dengan cara mengorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkapkan.

Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa SPSS 20 (*Statistical Package for Social Science 20*). Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Data

| No. | Item | Corrected Item-Total Correlation | r tabel | Keterangan |
|-----|------|----------------------------------|---------|------------|
| 1 | PM1 | 0,903 | 0,216 | Valid |
| 2 | PM2 | 0,940 | 0,216 | Valid |
| 3 | PM3 | 0,670 | 0,216 | Valid |
| 4 | PM4 | 0,856 | 0,216 | Valid |
| 5 | PM5 | 0,890 | 0,216 | Valid |
| 6 | PM6 | 0,948 | 0,216 | Valid |
| 7 | PC1 | 0,854 | 0,216 | Valid |
| 8 | PC2 | 0,942 | 0,216 | Valid |
| 9 | PC3 | 0,677 | 0,216 | Valid |
| 10 | PC4 | 0,918 | 0,216 | Valid |
| 11 | PC5 | 0,927 | 0,216 | Valid |
| 12 | PC6 | 0,798 | 0,216 | Valid |
| 13 | PP1 | 0,779 | 0,216 | Valid |
| 14 | PP2 | 0,769 | 0,216 | Valid |
| 15 | PP3 | 0,958 | 0,216 | Valid |
| 16 | PP4 | 0,552 | 0,216 | Valid |
| 17 | PP5 | 0,759 | 0,216 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Kuisisioner, November 2013

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa tidak terdapat item yang tidak valid. Setiap item dinyatakan valid apabila r hitung pada item yang bersangkutan lebih tinggi daripada r tabel. Nilai r tabel diperoleh dari jumlah responden yang mengumpulkan kuisisioner sebanyak 361 orang sehingga nilai r tabelnya yaitu 0,216 dan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi. Dari tabel di atas dapat

diketahui bahwa item yang valid sebanyak 17 item yaitu PM1, PM2, PM3, PM4, PM5, PM6, PC1, PC2, PC3, PC4, PC5, PC6, PP1, PP2, PP3, PP4, PP5.

4.5.2 Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur dapat diandalkan untuk digunakan lebih lanjut. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *cronbach alpha*, dimana instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *cronbach alpha* sama dengan 0,60 atau lebih. Hasil uji reliabilitas data dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Data

| No. | Item | Cronbach's Alpha if Item Deleted | r tabel | Keterangan |
|-----|------|----------------------------------|---------|------------|
| 1 | PM1 | 0,968 | 0,60 | Reliabel |
| 2 | PM2 | 0,968 | 0,60 | Reliabel |
| 3 | PM3 | 0,973 | 0,60 | Reliabel |
| 4 | PM4 | 0,969 | 0,60 | Reliabel |
| 5 | PM5 | 0,969 | 0,60 | Reliabel |
| 6 | PM6 | 0,967 | 0,60 | Reliabel |
| 7 | PC1 | 0,969 | 0,60 | Reliabel |
| 8 | PC2 | 0,967 | 0,60 | Reliabel |
| 9 | PC3 | 0,973 | 0,60 | Reliabel |
| 10 | PC4 | 0,968 | 0,60 | Reliabel |
| 11 | PC5 | 0,967 | 0,60 | Reliabel |
| 12 | PC6 | 0,972 | 0,60 | Reliabel |
| 13 | PP1 | 0,867 | 0,60 | Reliabel |
| 14 | PP2 | 0,786 | 0,60 | Reliabel |
| 15 | PP3 | 0,741 | 0,60 | Reliabel |
| 16 | PP4 | 0,857 | 0,60 | Reliabel |
| 17 | PP5 | 0,824 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Hasil Pengolahan Kuisisioner, November 2013

Berdasarkan uji reliabilitas sesuai tabel 4.7 dapat dikatakan bahwa seluruh item reliabel. Ini bisa dilihat dari keseluruhan item pertanyaan memiliki nilai *cronbach alpha* di atas 0.60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item instrumen penelitian ini handal atau reliabel. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa item yang reliabel sebanyak 17 item yaitu PM1, PM2, PM3, PM4, PM5, PM6, PC1, PC2, PC3, PC4, PC5, PC6, PP1, PP2, PP3, PP4, PP5.

4.6 Analisis Data

4.6.1 Statistik Deskriptif

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui persepsi masyarakat dan pemerintah terhadap *corporate social responsibility* (CSR) PT. Bosowa Energi. Persepsi masyarakat dan pemerintah ini diukur dengan menggunakan program SPSS 20. Setelah melalui uji validitas dan reliabilitas, maka semua item pernyataan kuisisioner yang dianggap valid dan reliabel dengan skala likert 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju).

Penelitian ini berhasil mendapat 361 orang responden masyarakat dan pemerintah yang mengembalikan kuisisioner. Terdiri dari 342 orang responden masyarakat dan 19 orang responden pemerintah.

Untuk mengetahui persepsi responden terhadap CSR PT. Bosowa Energi penulis menggunakan analisis deskriptif, yaitu membagi keseluruhan pernyataan menjadi tiga kelompok yang terdiri dari dua kelompok pernyataan untuk masyarakat dan satu kelompok pernyataan untuk pemerintah.

Pernyataan-pernyataan tersebut dibagi atas:

1. Pengetahuan masyarakat terhadap *corporate social responsibility*.
2. Persepsi masyarakat terhadap *corporate social responsibility*.

3. Persepsi pemerintah terhadap *corporate social responsibility*.

4.6.1.1 Pengetahuan Masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan salah satu upaya perusahaan untuk membina hubungan baik dengan masyarakat. Sebagai masyarakat yang berada di sekitar perusahaan seharusnya memiliki pengetahuan dan memahami CSR tersebut. Dari penelitian ini akan diungkapkan pengetahuan masyarakat terhadap CSR.

Untuk itu disusunlah beberapa item pernyataan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan masyarakat Desa Punagaya terhadap CSR. Instrumen ini terdiri dari enam item pernyataan dan diukur dengan menggunakan skala likert 5 poin (sangat tidak setuju s.d. sangat setuju). Berikut akan disajikan hasil analisis deskriptif berdasarkan karakteristik responden dan secara gabungan.

Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Pengetahuan Masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility* PT. Bosowa Energi

| Item Pertanyaan | Sangat Tidak Setuju (1) | | Tidak Setuju (2) | | Biasa (3) | | Setuju (4) | | Sangat Setuju (5) | | Skor | Mean |
|--------------------|----------------------------------|------|------------------------|------|--------------|------|---------------|------|-------------------------|------|------|------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | | |
| PM1 | 152 | 44,4 | 19 | 5,6 | 95 | 27,8 | 57 | 16,7 | 19 | 5,6 | 798 | 2,33 |
| PM2 | 19 | 5,6 | 0 | 0,0 | 114 | 33,3 | 114 | 33,3 | 95 | 27,8 | 1292 | 3,83 |
| PM3 | 19 | 5,6 | 19 | 5,6 | 38 | 11,1 | 228 | 66,7 | 38 | 11,1 | 1273 | 3,72 |
| PM4 | 171 | 50,0 | 95 | 27,8 | 38 | 11,1 | 38 | 11,1 | 0 | 0,0 | 627 | 1,83 |
| PM5 | 19 | 5,6 | 0 | 0,0 | 95 | 27,8 | 171 | 50,0 | 57 | 16,7 | 1273 | 3,72 |
| PM6 | 0 | 0,0 | 57 | 16,7 | 114 | 33,3 | 114 | 33,3 | 57 | 16,7 | 1197 | 3,50 |
| MEAN | | | | | | | | | | | | 3,16 |

Sumber: Hasil Pengolahan Kuisisioner, November 2013

Dari hasil statistik diperoleh bahwa nilai mean pengetahuan masyarakat terhadap CSR 3,16. Dengan nilai tersebut, dapat dikatakan bahwa rata-rata masyarakat hampir menjawab “biasa” atas pernyataan yang diberikan berkaitan dengan pengetahuan masyarakat terhadap CSR. Hal ini berarti bahwa mayoritas masyarakat Desa Punagaya memiliki tingkat pengetahuan terhadap CSR adalah sedang.

4.6.1.2 Persepsi Masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan dan masyarakat yang bermukim di sekitarnya merupakan dua komponen yang saling mempengaruhi. Aktivitas perusahaan tidak dapat dipungkiri memiliki dampak terhadap masyarakat sekitarnya. Dampak tersebut dapat berupa positif maupun dampak negatif. Masyarakat memiliki cara pandang tersendiri mengenai program-program CSR perusahaan. Cara masyarakat memandang perusahaan tersebut dapat diartikan sebagai persepsi. Dari penelitian ini ingin diketahui sejauh mana persepsi masyarakat terhadap CSR pada PT. Bosowa Energi.

Untuk itu disusunlah beberapa item pernyataan untuk mengetahui sejauh mana persepsi masyarakat terhadap CSR pada PT. Bosowa Energi. Instrumen ini terdiri dari enam item pernyataan dan diukur dengan menggunakan skala likert 5 poin (sangat tidak setuju s.d. sangat setuju). Berikut akan disajikan hasil analisis deskriptif berdasarkan karakteristik responden dan secara gabungan.

**Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Masyarakat terhadap
Corporate Social Responsibility PT. Bosowa Energi**

| Item Pertanyaan | Sangat Tidak Setuju (1) | | Tidak Setuju (2) | | Biasa (3) | | Setuju (4) | | Sangat Setuju (5) | | Skor | Mean |
|--------------------|----------------------------------|------|------------------------|------|--------------|------|---------------|------|-------------------------|------|------|------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | | |
| PC1 | 38 | 11,1 | 0 | 0,0 | 38 | 11,1 | 171 | 50,0 | 95 | 27,8 | 1311 | 3,83 |
| PC2 | 38 | 11,1 | 76 | 22,2 | 38 | 11,1 | 152 | 44,4 | 38 | 11,1 | 1102 | 3,22 |
| PC3 | 0 | 0,0 | 19 | 5,6 | 0 | 0,0 | 57 | 16,7 | 266 | 77,8 | 1596 | 4,67 |
| PC4 | 0 | 0,0 | 76 | 22,2 | 57 | 16,7 | 171 | 50,0 | 38 | 11,1 | 1197 | 3,50 |
| PC5 | 114 | 33,3 | 76 | 22,2 | 57 | 16,7 | 76 | 22,2 | 19 | 5,6 | 836 | 2,44 |
| PC6 | 209 | 61,1 | 0 | 0,0 | 57 | 16,7 | 57 | 16,7 | 19 | 5,6 | 703 | 2,06 |
| MEAN | | | | | | | | | | | | 3,29 |

Sumber: Hasil Pengolahan Kuisisioner, November 2013

Berdasarkan data tabel 4.9 di atas, diperoleh nilai mean sebesar 3,29. Nilai tersebut menjelaskan bahwa rata-rata responden dalam hal ini masyarakat menjawab “biasa” atas pernyataan tentang persepsi masyarakat terhadap CSR PT. Bosowa Energi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa masyarakat pada umumnya di Desa Punagaya memiliki persepsi terhadap program CSR PT. Bosowa Energi adalah sedang.

4.6.1.3 Persepsi Pemerintah terhadap Corporate Social Responsibility

Pemerintah harus mengoptimalkan perannya untuk memahami konteks CSR PT. Bosowa Energi agar tercipta kesamaan persepsi dengan pihak perusahaan, duduk bersama dan membicarakan masalah dan kebutuhan masyarakat untuk menciptakan komunikasi dua arah, menciptakan kerja sama dalam memberdayakan masyarakat.

Untuk itu disusunlah beberapa item pernyataan untuk mengetahui sejauh mana persepsi pemerintah terhadap CSR pada PT. Bosowa Energi. Instrumen ini terdiri dari lima item pernyataan dan diukur dengan menggunakan skala likert 5 poin (sangat tidak setuju s.d. sangat setuju). Berikut akan disajikan hasil analisis deskriptif berdasarkan karakteristik responden dan secara gabungan.

Tabel 4.10 Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Pemerintah terhadap Corporate Social Responsibility PT. Bosowa Energi

| Item Pertanyaan | Sangat Tidak Setuju (1) | | Tidak Setuju (2) | | Biasa (3) | | Setuju (4) | | Sangat Setuju (5) | | Skor | Mean |
|--------------------|----------------------------------|------|------------------------|------|--------------|------|---------------|------|-------------------------|-----|------|------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | | |
| PP1 | 11 | 57,9 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 8 | 42,1 | 0 | 0,0 | 43 | 2,26 |
| PP2 | 0 | 0,0 | 4 | 21,1 | 3 | 15,8 | 12 | 63,2 | 0 | 0,0 | 65 | 3,42 |
| PP3 | 0 | 0,0 | 4 | 21,1 | 7 | 36,8 | 8 | 42,1 | 0 | 0,0 | 61 | 3,21 |
| PP4 | 15 | 78,9 | 4 | 21,1 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 23 | 1,21 |
| PP5 | 6 | 31,6 | 13 | 68,4 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 32 | 1,68 |
| MEAN | | | | | | | | | | | 2,36 | |

Sumber: Hasil Pengolahan Kuisisioner, November 2013

Berdasarkan data tabel 4.10 memperlihatkan nilai mean sebesar 2,36. Pada nilai rata-rata tersebut diketahui bahwa rata-rata pemerintah Desa Punagaya menjawab “tidak setuju” atas pernyataan yang berkaitan dengan persepsi pemerintah terhadap CSR PT. Bosowa Energi. Dengan demikian, pemerintah Desa Punagaya memiliki persepsi yang buruk terhadap CSR PT. Bosowa Energi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 2,36.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Persepsi Masyarakat dan Pemerintah terhadap *Corporate Social*

Responsibility pada PT. Bosowa Energi Jeneponto

a. Persepsi Masyarakat terhadap CSR pada PT. Bosowa Energi.

Berdasarkan analisis deskriptif pada tabel 4.8 diketahui bahwa pengetahuan masyarakat Desa Punagaya terhadap *corporate social responsibility* masih tergolong sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi mengenai aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT. Bosowa Energi Jeneponto masih kurang optimal. Beberapa program CSR perusahaan yang telah berjalan masih ada yang belum diketahui oleh masyarakat, hanya program yang bersifat fisik pada umumnya telah diketahui masyarakat.

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.9 diketahui bahwa tingkat persepsi masyarakat Desa Punagaya terhadap CSR PT. Bosowa Energi adalah sedang. Hal ini menunjukkan bahwa program-program CSR PT. Bosowa Energi belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat sekitar perusahaan. Selain itu, keterlibatan masyarakat dalam proses pelaksanaan program CSR masih sangat rendah. Masyarakat lebih banyak yang turut serta dalam tahap pemanfaatan hasil saja tanpa turut serta dalam mengikuti tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi program.

Dari hasil penelitian ini, peneliti melihat bahwa program-program CSR PT. Bosowa Energi belum terlalu menyentuh ke masyarakat dan belum sesuai harapan masyarakat pada umumnya. Selain itu, perlunya memberikan informasi dan mensosialisasikan setiap program-program

CSR PT. Bosowa Energi yang akan dilaksanakan agar masyarakat mengetahui maksud dan tujuan program tersebut dan juga perlu adanya keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan program CSR agar masyarakat diberi tanggung jawab untuk mengelola apa yang telah diterimanya, sehingga berhasil tidaknya program tergantung sejauh mana masyarakat berusaha untuk bertanggung jawab terhadap apa yang telah diterimanya.

Masyarakat adalah kunci sukses dalam penerapan program CSR dengan memberi saran, informasi, masukan dan pendapat untuk menentukan arah, tujuan, dan sasaran program CSR. Tugas komunitas dan masyarakat lokal mengoreksi dampak korporasi dan aktif sebagai dinamisor keberdayaan publik, karena PT. Bosowa Energi memerlukan partisipasi aktif dari komunitas atau masyarakat lokal. Berbagai program/kegiatan pembangunan infrastruktur dan pembangunan sosial yang digelar PT. Bosowa Energi untuk masyarakat lokal akan sangat besar artinya bila melibatkan masyarakat di dalamnya serta mampu menggalang partisipasi aktif masyarakat dalam menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap program pembangunan dalam CSR dan PT. Bosowa Energi akan memperoleh kebanggaan dan dukungan dari warga (*license to operate*).

b. Persepsi Pemerintah terhadap CSR pada PT. Bosowa Energi

Berdasarkan hasil statistik deskriptif tabel 4.10 diketahui bahwa pemerintah Desa Punagaya memiliki persepsi yang buruk terhadap CSR PT. Bosowa Energi. Hal ini menunjukkan bahwa antara pemerintah desa dengan perusahaan belum saling bekerja sama dalam melaksanakan program-program CSR yang dilaksanakan oleh PT.

Bosowa Energi, Karena perusahaan memang tidak berkewajiban berkoordinasi dengan pemerintah desa tetapi ke pemerintah kabupaten.

Dari hasil penelitian ini, peneliti menilai perlunya melibatkan pemerintah desa dalam proses pelaksanaan program CSR mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi program agar pemerintah memiliki tanggung jawab terhadap pelaksanaan program CSR PT. Bosowa Energi.

PT. Bosowa Energi merupakan mitra pemerintah yang memutar roda perekonomian, menggerakkan pembangunan, menciptakan lapangan pekerjaan serta mengurangi pengangguran, dan menghasilkan pajak dan *annual fee* bagi pemerintah.

Pemerintah dalam kemitraan dengan masyarakat harus memiliki peran minimal mengkoordinasikan kegiatan swasta dengan masyarakat, menghasilkan perencanaan dan menciptakan regulasi yang tepat dalam fungsinya sebagai fasilitator, stimulator, komunikator, dan dinamisator. Sebaliknya, kemitraan masyarakat berperan untuk memberikan dukungan dan kepercayaan terhadap pemerintah.

4.7.2 Harapan-Harapan Masyarakat dan Pemerintah terhadap Program-Program *Corporate Social Responsibility* PT. Bosowa Energi

Setelah mengetahui persepsi masyarakat terhadap program-program CSR yang dilaksanakan, agar terdapat perbaikan ke depannya dari program-program tersebut maka perlu pula mengetahui harapan-harapan masyarakat tidak hanya adanya perbaikan untuk program-program CSR tetapi juga harapan untuk ikut terlibat dalam proses program yaitu dari mulai perencanaan sampai pelaksanaan bahkan jika perlu evaluasi.

Berikut harapan-harapan responden terhadap program-program CSR. Nomor urut pertama merupakan harapan yang paling banyak diinginkan oleh responden, nomor urut terbawah merupakan harapan yang diinginkan oleh responden dengan jumlah paling sedikit.

4.7.2.1 Harapan terhadap Program Pendidikan

Berikut harapan-harapan masyarakat dan pemerintah terhadap program CSR di bidang pendidikan:

1. Beasiswa untuk anak kurang mampu.
2. Beasiswa untuk siswa berprestasi.
3. Membangun sekolah TK.
4. Membangun sekolah pesantren.
5. Dibuatkan bangunan SMA atau sederajat.
6. Menyekolahkan anak-anak yang kurang mampu.
7. Memberikan kursus dan pelatihan keterampilan buat warga miskin.

4.7.2.2 Harapan terhadap Program Kesehatan

Berikut harapan-harapan masyarakat dan pemerintah terhadap program CSR di bidang kesehatan:

1. Pengobatan gratis buat warga kurang mampu.
2. Pembangunan rumah sakit.
3. Pembangunan puskesmas pembantu.
4. Pengadaan mobil ambulance.
5. Pengadaan infrastruktur kesehatan.

4.7.2.3 Harapan terhadap Program Pembangunan Infrastruktur

Berikut harapan-harapan masyarakat dan pemerintah terhadap program CSR di bidang pembangunan infrastruktur:

1. Pengadaan penampungan air bersih.
2. Pengadaan sumur bor.
3. Lampu jalan setiap dusun.
4. Jalanan beton setiap dusun.
5. Memperbaiki jalan utama desa yang rusak.
6. Drainase.

4.7.2.4 Harapan terhadap Program Religius

Berikut harapan-harapan masyarakat dan pemerintah terhadap program CSR di bidang religius:

1. Membentuk TPA.
2. Membentuk majelis taklim.
3. Memberi insentif guru mengaji.
4. Mengadakan lomba tilawatil Qur'an.
5. Mengadakan pengajian.
6. Memberi sumbangan di mesjid tiap dusun.
7. Memberi dana untuk renovasi mesjid.
8. Memberi bantuan Al Qur'an.

4.7.2.5 Harapan terhadap Program Olahraga dan Kepemudaan

Berikut harapan-harapan masyarakat dan pemerintah terhadap program CSR di bidang olahraga dan kepemudaan:

1. Mengadakan pertandingan olahraga setiap tahun.
2. Memberikan sumbangan peralatan olahraga di setiap dusun.

3. Pengadaan lapangan olahraga setiap dusun.
4. Turnamen sepakbola se- Kab. Jeneponto.
5. Pengadaan lapangan futsal.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat dan pemerintah terhadap *corporate social responsibility* PT. Bosowa Energi dengan melakukan studi pada masyarakat Desa Punagaya dan pemerintah Desa Punagaya Kabupaten Jeneponto.

Berdasarkan hasil analisis data penulis mendapatkan sejumlah kesimpulan, diantaranya adalah:

1. Pengetahuan masyarakat Desa Punagaya terhadap CSR adalah sedang. Beberapa program CSR perusahaan yang telah berjalan masih ada yang belum diketahui oleh masyarakat, hanya program yang bersifat fisik pada umumnya telah diketahui masyarakat.
2. Persepsi masyarakat Desa Punagaya terhadap CSR PT. Bosowa Energi adalah sedang. Hal ini menunjukkan keterlibatan masyarakat dalam proses pelaksanaan program CSR masih sangat rendah. Masyarakat lebih banyak yang turut serta dalam tahap pemanfaatan hasil saja tanpa turut serta dalam mengikuti tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi program.
3. Pemerintah Desa Punagaya memiliki persepsi yang buruk terhadap CSR PT. Bosowa Energi. Hal ini terjadi karena perusahaan tidak berkewajiban berkoordinasi dengan pemerintah desa tetapi ke pemerintah kabupaten. Selain itu, perusahaan ini juga masih tergolong baru beroperasi sehingga belum memiliki dana yang cukup besar untuk melaksanakan program CSR.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menghadapi beberapa keterbatasan penelitian. Pengetahuan teknis yang terbatas merupakan faktor paling dominan yang menyebabkan beberapa kekurangan mendasar dalam penelitian ini. Selain itu, tidak semua masyarakat dapat dijadikan sampel karena masih banyak masyarakat yang belum mampu membaca.

5.3 Saran

1. Perusahaan sebaiknya memberikan informasi dan mensosialisasikan setiap program-program CSR yang akan dilaksanakan agar masyarakat mengetahui maksud dan tujuan program tersebut
2. Program CSR perusahaan sebaiknya lebih banyak memberikan program yang berorientasi pada pengembangan masyarakat. Program pengembangan masyarakat sebaiknya mengacu pada potensi dan peluang yang ada di lingkungan masyarakat.
3. Perusahaan sebaiknya melibatkan pemerintah desa dalam proses pelaksanaan program CSR mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi program agar pemerintah memiliki tanggung jawab terhadap pelaksanaan program CSR PT. Bosowa Energi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. 2012. *Persepsi Mahasiswa dan Praktisi Akuntansi Terhadap Profesi Akuntan Forensik*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Amir, M.T. 2011. *Manajemen Strategik: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Anilda, Rezki. 2010. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan pada PT. Semen Bosowa Maros*. Skripsi Tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
- Badan Pusat Statistika Kabupaten Jeneponto. 2012. *Kecamatan Bangkala dalam Angka 2012*.
- Gitusudarmo, I. dan Sudita, I.N. 2008. *Perilaku Keorganisasian*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE – Yogyakarta.
- Julianti, N. 2008. *Persepsi Masyarakat Terhadap Program-Program Corporate Social Responsibility PT. Aqua Golden Mississippi (Studi Kasus di Desa Babakanpari, Kecamatan Cidahu, Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat)*. Tesis Tidak diterbitkan. Bogor: Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor.
- Kurniawan, Andry. 2011. *Persepsi Masyarakat, Pemerintah, dan Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Mengurangi Kemiskinan pada PT. Maruki Internasional Indonesia*. Skripsi Tidak diterbitkan. Makassar: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
- Kurniawan. 2013. *Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility pada PT. Newmont Nusa Tenggara dalam Peningkatan Kesejahteraan Komunitas Lokal*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Lako, Andreas. (Ed). Tanpa Tahun. *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Muflih, Muhammad. 2005. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mursitama, T.N., Hasan, M.F. dan Fakhruddin, I.Y. 2011. *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia, Teori dan Implementasi: Studi kasus Community Development Riau Pulp*. Jakarta: Institute for Development of Economics and Finance.
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo.

- Rahmatullah dan Kurniati, T. (Ed). 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Ramdhani, H. S. 2011. *Studi Sosial Ekonomi dan Persepsi Masyarakat Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Hutan Tanaman Industri PT. Nityasa Idola di Kalimantan Barat*. Skripsi Tidak diterbitkan. Bogor: Departemen Manajemen Hutan Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor.
- Said, D., Mardiana, R., Rahmatia., Amar, M.Y., Habbe, A.H., Damayanti, R.A., Pontoh, G., Djaya, Y., Thayf, H.S., dan Fattah, S. 2012. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Edisi Pertama. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Simanjuntak, C. dan Mulia, N. (Ed). 2009. *Organ Perseroan Terbatas*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Soewadji, J. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sopiah. (Ed). 2008. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: ANDI.
- Suyono IM. 1991. *Studi Interaksi Masyarakat Desa Sekitar dengan Tanaman Obat di Taman Nasional Baluran*. Skripsi tidak diterbitkan. Bogor. Fakultas Kehutanan. Institut Pertanian Bogor.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Balai Pustaka.
- Umar, Husein. (Ed). 2003. *Riset Akuntansi: Dilengkapi dengan Panduan Membuat Skripsi dan Empat Bahasan Kasus Bidang Akuntansi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Wahyudi, I. dan Azheri, B. 2011. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: SETARA Press dan Institute Supporting Programe Institution and Reseach Development.
- Wikipedia. Tanpa Tahun. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, (Online). (<http://id.wikipedia.org/wiki>, diakses 4 Maret 2013).

LAMPIRAN

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Hasriandi
Tempat, Tanggal Lahir : Rappang, 15 Februari 1990
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat Rumah : Perum. Nusa Harapan Permai Blok A/10
Telepon Rumah dan Hp : 085255031855
Alamat *E-mail* : ian_jjee@yahoo.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

- SD Negeri 33 Cempa 1997-2002
- SMP Negeri 1 Cempa 2002-2005
- SMA Negeri 1 Pinrang 2005-2008

Riwayat Prestasi

- Medali Perak 200m Gaya Dada Kejuaraan Renang Antar Mahasiswa Se-Indonesia 2011.
- Medali Perunggu 7thBetawi Cup 2012 – International Water Polo Tournament.
- Mewakili Sulsel pada PON XVIII Tahun 2012 Cabang Olahraga Polo Air.

Pengalaman Organisasi

- Koord. Divisi Kepelatihan & Perlombaan Periode 2010-2011 Unit Kegiatan Mahasiswa Renang UNHAS.
- Anggota IPMI Sidrap Cabang Baranti.
- Anggota Kerukunan Mahasiswa Pinrang UNHAS.
- Anggota Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Ekonomi UNHAS.

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, 23 Januari 2014

Hasriandi

Lampiran: Kuesioner

Jeneponto, Oktober 2013
Perihal : Permohonan untuk mengisi kuesioner

Kepada Yth.
Saudara(i) Responden
Di Tempat

**Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,
Dengan hormat,**

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir Strata Satu (S1) pada Universitas Hasanuddin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi, yang mana salah satu persyaratannya adalah penulisan skripsi, maka untuk keperluan tersebut saya sangat membutuhkan data-data analisis sebagaimana “Daftar Kuesioner” terlampir.

Adapun judul skripsi yang kami ajukan dalam penelitian ini adalah **“Persepsi Masyarakat dan Pemerintah terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bosowa Energi Jeneponto”**.

Dengan segala kerendahan hati, saya memohon kesediaan saudara(i) untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini. Saya berharap saudara(i) menjawab dengan leluasa, sesuai dengan persepsi, perasaan, dan pengalaman saudara(i). Saudara diharapkan menjawab dengan jujur dan terbuka, sebab tidak ada jawaban benar atau salah.

Sesuai dengan kode etik penelitian, data dan informasi yang Saudara(i) berikan akan dijamin kerahasiannya, dan hanya ditujukan untuk kepentingan ilmiah. Kesediaan Saudara(i) mengisi kuesioner ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya.

Akhir kata, atas segala perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Hasriandi
A31108290

KUISIONER PENELITIAN MASYARAKAT

A. IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden :
 Nama :
 Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
 Umur :
 Pendidikan terakhir :
 Pekerjaan :

B. DAFTAR KUISIONER

Petunjuk Pengisian :

- Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan persepsi, perasaan, dan pengalaman anda dengan memberi tanda silang (X) pada kolom yang sesuai.
- Isilah semua nomor dalam kuisisioner ini dan mohon jangan ada yang terlewatkan.
- Keterangan kuisisioner:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
 2 = Tidak Setuju (TS)
 3 = Biasa (B)
 4 = Setuju (S)
 5 = Sangat Setuju (SS)

a. Pengetahuan responden terhadap CSR

| NO. | Pernyataan | STS | TS | B | S | SS |
|-----|--|-----|----|---|---|----|
| 1 | Bapak/ibu/sdr pernah mendengar istilah Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | PT. Bosowa Energi sering memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar perusahaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang pembangunan infrastruktur (jalan, irigasi, dll) yang dibangun oleh PT. Bosowa Energi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang pendidikan yang telah dilaksanakan PT. Bosowa Energi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|
| 5 | Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang religius (keagamaan) yang dilaksanakan PT. Bosowa Energi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | Bapak/ibu/sdr mengetahui program olahraga dan kepemudaan dan pernah terlibat didalamnya | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

b. Persepsi terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

| | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|
| 1 | Bantuan yang diberikan PT. Bosowa Energi bermanfaat bagi kehidupan masyarakat | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | Kehadiran PT. Bosowa Energi dapat meningkatkan kesejahteraan hidup anda | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | Program bantuan PT. Bosowa Energi perlu dilanjutkan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | Kehadiran PT. Bosowa Energi memberikan kemajuan pada desa dengan bangunan-bangunan fisik | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | Sebelum memberikan bantuan, PT. Bosowa Energi terlebih dahulu mendiskusikan/ bermusyawarah dengan masyarakat | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | Bapak/ibu/sdr dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, atau evaluasi program CSR PT. Bosowa Energi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

KUISIONER PENELITIAN PEMERINTAH

C. IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden :
 Nama :
 Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
 Umur :
 Pendidikan terakhir :
 Pekerjaan :

D. DAFTAR KUISIONER

Petunjuk Pengisian :

- Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan persepsi, perasaan, dan pengalaman anda dengan memberi tanda silang (X) pada kolom yang sesuai.
- Isilah semua nomor dalam kuisisioner ini dan mohon jangan ada yang terlewatkan.
- Keterangan kuisisioner:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
 2 = Tidak Setuju (TS)
 3 = Biasa (B)
 4 = Setuju (S)
 5 = Sangat Setuju (SS)

a. Persepsi pemerintah terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

| NO. | Pernyataan | STS | TS | B | S | SS |
|-----|--|-----|----|---|---|----|
| 1 | Bapak/ibu/sdr dilibatkan dalam perencanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Bosowa Energi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | Bapak/ibu/sdr mengetahui jenis-jenis program CSR dari PT Bosowa Energi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | Bapak/ibu/sdr mengetahui sasaran setiap program CSR PT Bosowa Energi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | Bapak/ibu/sdr mengetahui besarnya biaya setiap program CSR PT Bosowa Energi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | Bapak/ibu/sdr mengetahui waktu pelaksanaan program CSR PT Bosowa Energi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Harapan dari program CSR yang dilakukan PT. Bosowa Energi

1. Bentuk program CSR yang diharapkan dibidang pendidikan ?
.....
.....
.....
.....
2. Bentuk program CSR yang diharapkan dibidang kesehatan ?
.....
.....
.....
.....
3. Bentuk program CSR yang diharapkan dibidang pembangunan infrastruktur ?
.....
.....
.....
.....
4. Bentuk program CSR yang diharapkan dibidang keagamaan (religius) ?
.....
.....
.....
.....
5. Bentuk program CSR yang diharapkan dibidang olahraga dan kepemudaan ?
.....
.....
.....
.....

RELIABILITY

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 342 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 342 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,972 | 12 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|--|------|----------------|-----|
| Bapak/ibu/sdr pernah mendengar istilah Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan | 2,33 | 1,335 | 342 |
| PT. Bosowa Energi sering memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar perusahaan | 3,83 | ,899 | 342 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang pembangunan infrastruktur (jalan, irigasi, dll) yang dibangun oleh PT. Bosowa Energi | 3,72 | ,933 | 342 |

| | | | |
|--|------|-------|-----|
| Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang pendidikan yang telah dilaksanakan PT. Bosowa Energi | 1,83 | 1,015 | 342 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang religius (keagamaan) yang dilaksanakan PT. Bosowa Energi | 3,72 | ,933 | 342 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui program olahraga dan kepemudaan dan pernah terlibat didalamnya | 3,50 | ,959 | 342 |
| Bantuan yang diberikan PT. Bosowa Energi bermanfaat bagi kehidupan masyarakat | 3,83 | 1,168 | 342 |
| Kehadiran PT. Bosowa Energi dapat meningkatkan kesejahteraan hidup anda | 3,22 | 1,229 | 342 |
| Program bantuan PT. Bosowa Energi perlu dilanjutkan | 4,67 | ,746 | 342 |
| Kehadiran PT. Bosowa Energi memberikan kemajuan pada desa dengan bangunan-bangunan fisik | 3,50 | ,959 | 342 |
| Sebelum memberikan bantuan, PT. Bosowa Energi terlebih dahulu mendiskusikan/ bermusyawarah dengan masyarakat | 2,44 | 1,302 | 342 |
| Bapak/ibu/sdr dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, atau evaluasi program CSR PT. Bosowa Energi | 2,06 | 1,395 | 342 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Bapak/ibu/sdr pernah mendengar istilah Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan | 36,33 | 104,217 | ,903 | ,968 |
| PT. Bosowa Energi sering memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar perusahaan | 34,83 | 111,934 | ,940 | ,968 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang pembangunan infrastruktur (jalan, irigasi, dll) yang dibangun oleh PT. Bosowa Energi | 34,94 | 116,281 | ,670 | ,973 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang pendidikan yang telah dilaksanakan PT. Bosowa Energi | 36,83 | 111,265 | ,856 | ,969 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang religius (keagamaan) yang dilaksanakan PT. Bosowa Energi | 34,94 | 112,182 | ,890 | ,969 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui program olahraga dan kepemudaan dan pernah terlibat didalamnya | 35,17 | 110,597 | ,948 | ,967 |
| Bantuan yang diberikan PT. Bosowa Energi bermanfaat bagi kehidupan masyarakat | 34,83 | 108,479 | ,854 | ,969 |
| Kehadiran PT. Bosowa Energi dapat meningkatkan kesejahteraan hidup anda | 35,44 | 105,356 | ,942 | ,967 |

| | | | | |
|--|-------|---------|------|------|
| Program bantuan PT. Bosowa Energi perlu dilanjutkan | 34,00 | 119,038 | ,677 | ,973 |
| Kehadiran PT. Bosowa Energi memberikan kemajuan pada desa dengan bangunan-bangunan fisik | 35,17 | 111,154 | ,918 | ,968 |
| Sebelum memberikan bantuan, PT. Bosowa Energi terlebih dahulu mendiskusikan/ bermusyawarah dengan masyarakat | 36,22 | 104,279 | ,927 | ,967 |
| Bapak/ibu/sdr dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, atau evaluasi program CSR PT. Bosowa Energi | 36,61 | 105,769 | ,798 | ,972 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 38,67 | 130,628 | 11,429 | 12 |

Frequencies

Statistics

| | | PM1 | PM2 | PM3 | PM4 | PM5 | PM6 |
|------------------------|---------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
| N | Valid | 342 | 342 | 342 | 342 | 342 | 342 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 2,33 | 3,83 | 3,72 | 1,83 | 3,72 | 3,50 |
| Std. Error of Mean | | ,072 | ,049 | ,050 | ,055 | ,050 | ,052 |
| Median | | 2,50 | 4,00 | 4,00 | 1,50 | 4,00 | 3,50 |
| Std. Deviation | | 1,335 | ,899 | ,933 | 1,015 | ,933 | ,959 |
| Variance | | 1,783 | ,808 | ,870 | 1,031 | ,870 | ,919 |
| Skewness | | ,361 | -,129 | -1,493 | ,982 | -1,078 | ,000 |
| Std. Error of Skewness | | ,132 | ,132 | ,132 | ,132 | ,132 | ,132 |
| Kurtosis | | -1,243 | -,989 | 2,194 | -,245 | 1,795 | -,938 |

| | | | | | | | |
|------------------------|----|------|------|------|------|------|------|
| Std. Error of Kurtosis | | ,263 | ,263 | ,263 | ,263 | ,263 | ,263 |
| Range | | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| Minimum | | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Maximum | | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| Percentiles | 10 | 1,00 | 3,00 | 2,00 | 1,00 | 3,00 | 2,00 |
| | 90 | 4,00 | 5,00 | 5,00 | 4,00 | 5,00 | 5,00 |

| | | PC1 | PC2 | PC3 | PC4 | PC5 | PC6 |
|------------------------|---------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|
| N | Valid | 342 | 342 | 342 | 342 | 342 | 342 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 3,83 | 3,22 | 4,67 | 3,50 | 2,44 | 2,06 |
| Std. Error of Mean | | ,063 | ,066 | ,040 | ,052 | ,070 | ,075 |
| Median | | 4,00 | 4,00 | 5,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 |
| Std. Deviation | | 1,168 | 1,229 | ,746 | ,959 | 1,302 | 1,395 |
| Variance | | 1,365 | 1,511 | ,557 | ,919 | 1,696 | 1,947 |
| Skewness | | -1,359 | -,431 | -2,605 | -,381 | ,351 | ,767 |
| Std. Error of Skewness | | ,132 | ,132 | ,132 | ,132 | ,132 | ,132 |
| Kurtosis | | 1,207 | -1,023 | 6,350 | -,938 | -1,201 | -1,021 |
| Std. Error of Kurtosis | | ,263 | ,263 | ,263 | ,263 | ,263 | ,263 |
| Range | | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| Minimum | | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Maximum | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Percentiles | 10 | 1,00 | 1,00 | 4,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 |
| | 90 | 5,00 | 5,00 | 5,00 | 5,00 | 4,00 | 4,00 |

Frequency table

Bapak/ibu/sdr pernah mendengar istilah Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sangat Tidak Setuju | 152 | 44,4 | 44,4 | 44,4 |
| | Tidak Setuju | 19 | 5,6 | 5,6 | 50,0 |
| | Biasa | 95 | 27,8 | 27,8 | 77,8 |
| | Setuju | 57 | 16,7 | 16,7 | 94,4 |
| | Sangat Setuju | 19 | 5,6 | 5,6 | 100,0 |
| | Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

PT. Bosowa Energi sering memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar perusahaan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Tidak Setuju | 19 | 5,6 | 5,6 | 5,6 |
| Biasa | 114 | 33,3 | 33,3 | 38,9 |
| Valid Setuju | 114 | 33,3 | 33,3 | 72,2 |
| Sangat Setuju | 95 | 27,8 | 27,8 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang pembangunan infrastruktur (jalan, irigasi, dll) yang dibangun oleh PT. Bosowa Energi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 19 | 5,6 | 5,6 | 5,6 |
| Tidak Setuju | 19 | 5,6 | 5,6 | 11,1 |
| Biasa | 38 | 11,1 | 11,1 | 22,2 |
| Valid Setuju | 228 | 66,7 | 66,7 | 88,9 |
| Sangat Setuju | 38 | 11,1 | 11,1 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang pendidikan yang telah dilaksanakan PT. Bosowa Energi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 171 | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| Tidak Setuju | 95 | 27,8 | 27,8 | 77,8 |
| Biasa | 38 | 11,1 | 11,1 | 88,9 |
| Valid Setuju | 38 | 11,1 | 11,1 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

Bapak/ibu/sdr mengetahui program bidang religius (keagamaan) yang dilaksanakan PT.

Bosowa Energi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 19 | 5,6 | 5,6 | 5,6 |
| Biasa | 95 | 27,8 | 27,8 | 33,3 |
| Valid Setuju | 171 | 50,0 | 50,0 | 83,3 |
| Sangat Setuju | 57 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

Bapak/ibu/sdr mengetahui program olahraga dan kepemudaan dan pernah

terlibat didalamnya

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Tidak Setuju | 57 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| Biasa | 114 | 33,3 | 33,3 | 50,0 |
| Valid Setuju | 114 | 33,3 | 33,3 | 83,3 |
| Sangat Setuju | 57 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

Bantuan yang diberikan PT. Bosowa Energi bermanfaat bagi kehidupan masyarakat

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 38 | 11,1 | 11,1 | 11,1 |
| Biasa | 38 | 11,1 | 11,1 | 22,2 |
| Valid Setuju | 171 | 50,0 | 50,0 | 72,2 |
| Sangat Setuju | 95 | 27,8 | 27,8 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

Kehadiran PT. Bosowa Energi dapat meningkatkan kesejahteraan hidup anda

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat Tidak Setuju | 38 | 11,1 | 11,1 | 11,1 |
| Tidak Setuju | 76 | 22,2 | 22,2 | 33,3 |
| Biasa | 38 | 11,1 | 11,1 | 44,4 |
| Setuju | 152 | 44,4 | 44,4 | 88,9 |
| Sangat Setuju | 38 | 11,1 | 11,1 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

Program bantuan PT. Bosowa Energi perlu dilanjutkan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 19 | 5,6 | 5,6 | 5,6 |
| Setuju | 57 | 16,7 | 16,7 | 22,2 |
| Sangat Setuju | 266 | 77,8 | 77,8 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

Kehadiran PT. Bosowa Energi memberikan kemajuan pada desa dengan bangunan-bangunan fisik

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 76 | 22,2 | 22,2 | 22,2 |
| Biasa | 57 | 16,7 | 16,7 | 38,9 |
| Setuju | 171 | 50,0 | 50,0 | 88,9 |
| Sangat Setuju | 38 | 11,1 | 11,1 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

**Sebelum memberikan bantuan, PT. Bosowa Energi terlebih dahulu mendiskusikan/
bermusyawarah dengan masyarakat**

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------|-----------|---------|---------------|-----------------------|
| Valid Sangat Tidak Setuju | 114 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| Tidak Setuju | 76 | 22,2 | 22,2 | 55,6 |
| Biasa | 57 | 16,7 | 16,7 | 72,2 |
| Setuju | 76 | 22,2 | 22,2 | 94,4 |
| Sangat Setuju | 19 | 5,6 | 5,6 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

Bapak/ibu/sdr dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, atau evaluasi program CSR

PT. Bosowa Energi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------|-----------|---------|---------------|-----------------------|
| Valid Sangat Tidak Setuju | 209 | 61,1 | 61,1 | 61,1 |
| Biasa | 57 | 16,7 | 16,7 | 77,8 |
| Setuju | 57 | 16,7 | 16,7 | 94,4 |
| Sangat Setuju | 19 | 5,6 | 5,6 | 100,0 |
| Total | 342 | 100,0 | 100,0 | |

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-----------------------------|--|----|-------|
| Valid | | 19 | 100,0 |
| Cases Excluded ^a | | 0 | ,0 |
| Total | | 19 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,846 | 5 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|--|------|----------------|----|
| Bapak/ibu/sdr dilibatkan dalam perencanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Bosowa Energi | 2,26 | 1,522 | 19 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui jenis-jenis program CSR PT. Bosowa Energi | 3,42 | ,838 | 19 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui sasaran setiap program CSR PT. Bosowa Energi | 3,21 | ,787 | 19 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui besarnya biaya setiap program CSR PT. Bosowa Energi | 1,21 | ,419 | 19 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui waktu pelaksanaan program CSR PT. Bosowa Energi | 1,68 | ,478 | 19 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Bapak/ibu/sdr dilibatkan dalam perencanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Bosowa Energi | 9,53 | 4,930 | ,779 | ,867 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui jenis-jenis program CSR PT. Bosowa Energi | 8,37 | 8,135 | ,769 | ,786 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui sasaran setiap program CSR PT. Bosowa Energi | 8,58 | 7,702 | ,958 | ,741 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui besarnya biaya setiap program CSR PT. Bosowa Energi | 10,58 | 10,813 | ,552 | ,857 |
| Bapak/ibu/sdr mengetahui waktu pelaksanaan program CSR PT. Bosowa Energi | 10,11 | 9,988 | ,759 | ,824 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 11,79 | 12,509 | 3,537 | 5 |

Frequencies

Statistics

| | | PP1 | PP2 | PP3 | PP4 | PP5 |
|--------------------|---------|------|------|------|------|------|
| N | Valid | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 2,26 | 3,42 | 3,21 | 1,21 | 1,68 |
| Std. Error of Mean | | ,349 | ,192 | ,181 | ,096 | ,110 |
| Median | | 1,00 | 4,00 | 3,00 | 1,00 | 2,00 |

| | | | | | |
|------------------------|--------|-------|--------|-------|--------|
| Std. Deviation | 1,522 | ,838 | ,787 | ,419 | ,478 |
| Variance | 2,316 | ,702 | ,620 | ,175 | ,228 |
| Skewness | ,348 | -,990 | -,410 | 1,545 | -,862 |
| Std. Error of Skewness | ,524 | ,524 | ,524 | ,524 | ,524 |
| Kurtosis | -2,115 | -,775 | -1,208 | ,419 | -1,419 |
| Std. Error of Kurtosis | 1,014 | 1,014 | 1,014 | 1,014 | 1,014 |
| Range | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Minimum | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Maximum | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| Percentiles | | | | | |
| 10 | 1,00 | 2,00 | 2,00 | 1,00 | 1,00 |
| 90 | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 2,00 | 2,00 |

Frequency Table

Bapak/ibu/sdr dilibatkan dalam perencanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Bosowa Energi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 11 | 57,9 | 57,9 | 57,9 |
| Valid Setuju | 8 | 42,1 | 42,1 | 100,0 |
| Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Bapak/ibu/sdr mengetahui jenis-jenis program CSR PT. Bosowa Energi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Tidak Setuju | 4 | 21,1 | 21,1 | 21,1 |
| Biasa | 3 | 15,8 | 15,8 | 36,8 |
| Valid Setuju | 12 | 63,2 | 63,2 | 100,0 |
| Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Bapak/ibu/sdr mengetahui jenis-jenis program CSR PT. Bosowa Energi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Tidak Setuju | 4 | 21,1 | 21,1 | 21,1 |
| Biasa | 3 | 15,8 | 15,8 | 36,8 |
| Valid Setuju | 12 | 63,2 | 63,2 | 100,0 |
| Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Bapak/ibu/sdr mengetahui besarnya biaya setiap program CSR PT. Bosowa Energi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 15 | 78,9 | 78,9 | 78,9 |
| Valid Tidak Setuju | 4 | 21,1 | 21,1 | 100,0 |
| Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |

Bapak/ibu/sdr mengetahui waktu pelaksanaan program CSR PT. Bosowa Energi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 6 | 31,6 | 31,6 | 31,6 |
| Valid Tidak Setuju | 13 | 68,4 | 68,4 | 100,0 |
| Total | 19 | 100,0 | 100,0 | |