

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PADA PT. BIOTA LAUT GANGGANG DALAM MEMBANGUN
COMMUNITY RELATION DI DESA POLEWALI**



OLEH:

**YUNI ASMIRASARI
NIM: 2020203870233028**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USLUHUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024 M /1445 H

**IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PADA PT. BIOTA LAUT GANGGANG DALAM MEMBANGUN
COMMUNITY RELATION DI DESA POLEWALI**



OLEH:

YUNI ASMIRASARI

NIM: 2020203870233028

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan
Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USLUHUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024 M / 1445

**IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PADA PT. BIOTA LAUT GANGGANG DALAM MEMBANGUN
COMMUNITY RELATION DI DESA POLEWALI**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Program Studi
Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

Disusun dan Diajukan

**OLEH:
YUNI ASMIRASARI
2020203870233007**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

2023 M/1445 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Implementasi program corporate social responsibility pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* di Desa Polewali

Nama Mahasiswa : Yuni Asmirasari

Nim : 2020203870233028

Program studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat penetapan pembimbing skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. B-1809/In.39/FUAD.03/PP.00.9/09/2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Nurhakki, M.Si. (.....)

NIP : 197706162009122001

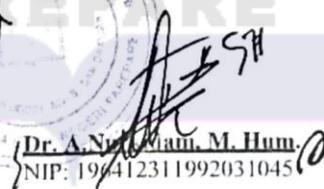
Pembimbing Pendamping : Andi Dian Fitriana, M.I.Kom. (.....)

NIP : 199003302023212040

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah




Dr. A. Nurhikmah, M. Hum.
NIP: 197412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Implementasi program corporate social responsibility pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* di Desa Polewali

Nama Mahasiswa : Yuni Asmirasari

Nim : 2020203870233028

Program studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat penetapan pembimbing skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. B-1809/In.39/FUAD.03/PP.00.9/09/2023

Tanggal kelulusan : 17 Juli 2024

Disahkan oleh komisi penguji:

Nurhakki, M.Si.	(Ketua)	(.....)
A.Dian Fitriana, M.I.Kom.	(Sekretaris)	(.....)
Dr.Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I.	(Anggota)	(.....)
Selvy Anggraini syarif, M.Si.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurhidam, M. Hum.
NIP: 196412311992031045

KATA PENGANTAR



Puji Syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas limpahan Rahmat dan karunianya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian dalam bentuk karya tulis (skripsi) ini sebagai salah satu syarat pada tahapan penyelesaian studi dan memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) dalam lingkup Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Terima kasih yang tak terhingga penulis ucapkan untuk kedua orang tua, ibu saya Marlina dan bapak saya yang sering disapa Jamaluddin. Berkat restu dan kesempatan yang telah mereka berikan, serta dukungan tiada henti sehingga penulis mampu menyelesaikan masa Pendidikan pada tahap ini. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada keluarga yang telah mendukung penulis dalam proses Pendidikan ini.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya peran dari ibu Nurhakki, M.Si selaku pembimbing utama dan ibu Andi Dian Fitriana M.I.Kom selaku pembimbing pendamping, berkat arahan dan bimbingan beliau sehingga penulis mampu menyelesaikan judul yang telah penulis rancang menjadi sebuah skripsi, berkat bimbingan beliau penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag. sebagai rektor IAIN parepare yang atas arahannya sistem Pendidikan di IAIN parepare dapat terorganisir dengan baik.
2. Dr. A. Nurkidam, M.Hum. sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Dr. Iskandar, S.Ag.M.Sos.I. selaku wakil dekan bidang AKKK serta Dr. Nurhikmah, M.Sos.I selaku wakil dekan bidang AUPK.
3. Nurhakki, M.Si selaku ketua program studi komunikasi dan penyiaran islam yang telah berkenan mendidik dan membimbing penulis selama menempuh pendidikan di IAIN Parepare.

4. Bapak/ibu dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang senantiasa mendidik penulis selama penulis menempuh Pendidikan di IAIN Parepare.
5. Jajaran Staf Administrasi Akademik Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah banyak membantu penulis dalam tahap administrasi khususnya untuk proses penyelesaian studi.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan khususnya dalam proses penyelesaian studi penulis dengan mengusahakan kelengkapan referensi yang tersedia.
7. Kepala Desa Polewali beserta jajarannya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di desa polewali sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. *Human Resources Departemen* (HRD) PT. Biota Laut Ganggang (PT.BLG) beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di perusahaan tersebut.
9. Sahabat yang sering penulis sapa dengan nama "Uga" yang paling banyak mengetahui proses dan perjuangan penulis, yang semoga memiliki umur panjang untuk menyaksikan beberapa keajaiban-keajaiban dalam hidup beberapa kali lagi.
10. sahabat penulis, Irma, Kiki, Jumria, Desyanti dan Nabila yang senantiasa kebersamai dalam suka dan duka penulis.
11. Sahabat penulis, miftahul Jannah yang selalu bersedia memberikan saran dan masukan dalam proses penyusunan skripsi penulis.
12. Terakhir, untuk diri sendiri terima kasih untuk tetap kuat dan hebat dalam perjuangan di jalur Pendidikan ini.

Parepare, 26 Juli 2024
Penulis



Yuni asmirasari
NIM. 2020203870233028

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuni Asmirasari
NIM : 20202038702330028
Tempat/Tgl. Lahir : Pallabessi, 9 Juni 2002
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *Community Relation* di Desa Polewali.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 26 Juli 2024
Penulis

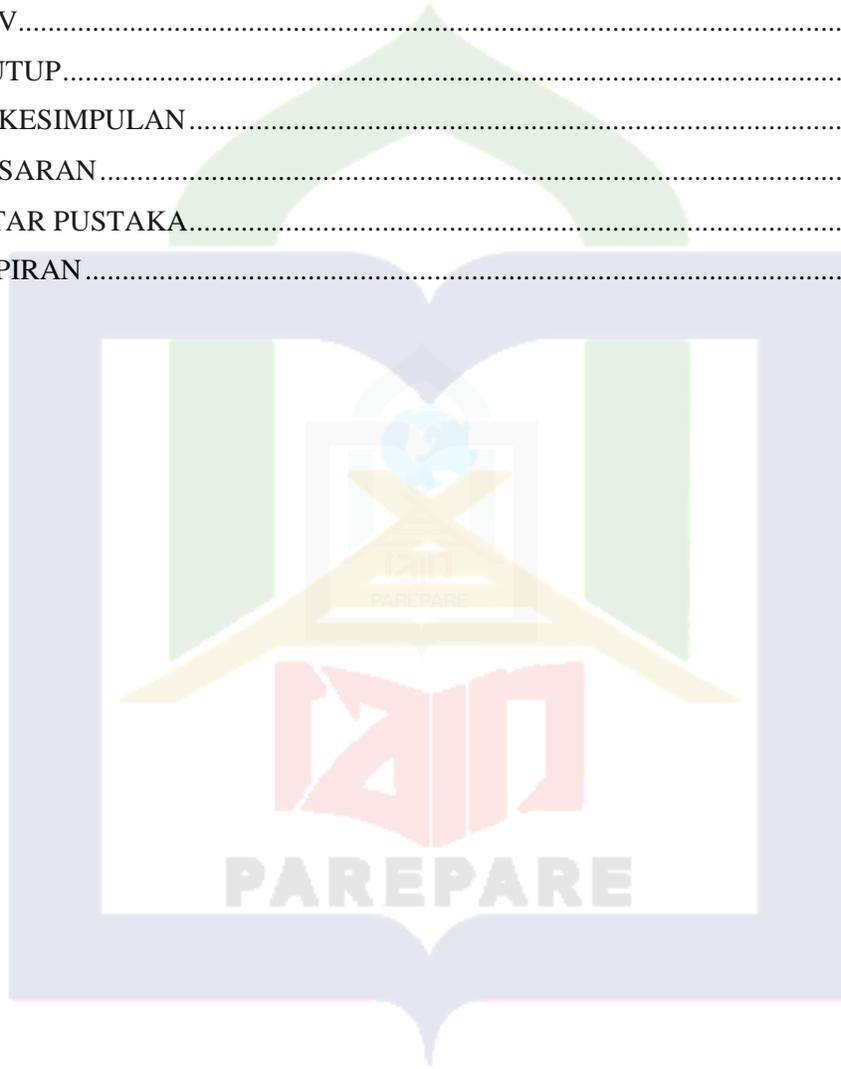


Yuni asmirasari
NIM. 2020203870233028

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	7
B. Tinjauan Teori.....	9
C. Kerangka Konseptual	14
D. Bagan Kerangka Pikir	29
E. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
C. Populasi & sampel.....	34
D. Fokus Penelitian	36
E. Jenis dan Sumber Data	36
F. Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	39
H. Uji Keabsahan Data.....	43

I. Instrument penelitian.....	44
J. Definisi operasional variabel.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	47
A. Hasil Penelitian	47
B. PEMBAHASAN	64
BAB V.....	76
PENUTUP.....	76
A. KESIMPULAN.....	76
B. SARAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	I
LAMPIRAN.....	VI



DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
3.1	Waktu & Kegiatan Penelitian	33
3.2	Jumlah Penduduk Desa Polewali	35
3.3	Hasil uji validitas variabel Y	41
3.4	Hasil uji reliabilitas variabel Y	42
4.1	Item 1 masyarakat yang pernah menerima manfaat oleh PT.BLG	55
4.2	Item 2 tingkat cakupan wilayah pendistribusian CSR oleh PT.BLG	55
4.3	Item 3 daerah yang tidak tercakup oleh program CSR yang diterapkan oleh PT.BLG	56
4.4	Item 4 konsistensi perusahaan dalam memberikan informasi terkait dengan pelaksanaan CSR-nya	56
4.5	Item 5 keterlibatan masyarakat dalam proses pendistribusian manfaat oleh perusahaan	57
4.6	Item 6 konsistensi PT. BLG dalam memberikan manfaat kepada masyarakat melalui program CSR	57
4.7	Item 7 persentase kesempatan masyarakat untuk terlibat langsung dalam perencanaan hingga tahap evaluasi program CSR PT.BLG	58
4.8	Item 8 pelibatan tokoh masyarakat/pejabat daerah/pihak yang berkepentingan dalam pelaksanaan CSR	58-59

4.9	Item 9 pelibatan pihak terkait dengan komuintas setempat dengan baik dalam pelaksanaan program CSR	59
4.10	Item 10 mekanisme pelaksanaan program CSR yang dilaksanakan oleh PT.BLG	59
4.11	Item 11 pelibatan stakeholder dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR	60
4.12	Item 12 keterbukaan perusahaan dalam mengkomunikasikan informasi mengenai program CSR perusahaan	60
4.13	Item 13 mekanisme/prosedur tertentu untuk memantau efektivitas penerapan program CSR	61
4.14	Item 14 keberhasilan perusahaan dalam membangun kemandirian masyarakat/komunitas lokal untuk memastikan keberlanjutan programnya	61
4.15	Item 15 komitmen jangka panjang perusahaan dalam memastikan keberlanjutan program CSR	62
4.16	Hasil uji statistik deskriptif	62
4.17	Kriteria acuan interval	63

Daftar Gambar

No. lampiran	Judul Gambar
1	Bagan Kerangka Pikir
2	Skema penelitian
3	Bukti Penyebaran Angket
4	SK Pembimbing
5	Surat Izin Penelitian Dari Fakultas
6	Surat Izin Penelitian Pemerintah Kabupaten Pinrang
7	Surat Izin Penelitian Dari Desa Polewali
8	Surat Keterangan Selesai Meneliti
9	Biografi Penulis

Daftar Lampiran

No. lampiran	Judul lampiran
1	Cooding book penelitian
2	Cooding sheet penelitian

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang pada sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ء	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (`).

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	a	A
إ	Kasrah	i	I
أ	Dammah	u	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	fathah dan ya	ai	a dan i
أُو	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ / آي	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إي	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
أ	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah* atau *rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمُّ : *nu‘ima*

عُدُّو : *‘aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

f. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang

mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-), contoh:

الشمس : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفلسفة : *al-falsafah*

البلاد : *al-bilādu*

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ('), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *Umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (darul *Qur'an*),

sunnah. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

i. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fi rahmatillah*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, alam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi ‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
QS .../...4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	بدون مكان
صهعى	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Vol. : Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berskala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan mengarah pada setiap hubungan atau interaksi antar perusahaan dengan seluruh stakeholder yang didalamnya memuat para pelanggan, pegawai, komunitas, investor, pemerintah dan supplier, termasuk juga competitor. Konsep CSR secara umum diketahui bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab terhadap pemiliknya atau pemegang saham yang terlibat, tetapi juga terhadap stakeholder yang terdampak oleh aktivitas perusahaan. Hal ini sejalan dengan argumentasi yang menyatakan bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya, dalam mengambil suatu keputusan tidak hanya menjadikan faktor keuangan sebagai bahan pertimbangan tetapi juga wajib mendasarkan keputusannya pada dampak sosial dan lingkungan di masa sekarang dan di masa depan.¹ Hal ini merupakan bentuk komitmen perusahaan yang menunjukkan kepedulian terhadap kepentingan pihak-pihak secara luas, sejalan dengan itu, kepedulian perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu kewajiban perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab terhadap dampak dari kegiatan usaha yang dijalankannya.

Undang-Undang nomor 40 tahun 2007, pada pasal 1 butir 3 mengatur secara khusus mengenai perseroan terbatas. Bahwa salah satu tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan tersebut, komunitas setempat serta masyarakat pada umumnya. Selaras dengan tujuan tersebut, perusahaan menjadi instansi yang turut berkontribusi untuk merealisasikannya. Peran perusahaan secara langsung atau tidaknya melalui

¹ Andjar Astuti and Windu Mulyasari, 'PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN EFEKTIVITAS KEMANFAATANNYA UNTUK MASYARAKAT SEKITAR', *Tirtayasa Ekonomika*, 11.2 (2016), 227–45.

kontribusi positif yang diperlihatkan untuk menjamin peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat setempat. Tujuan ini sebagai landasan untuk menerapkan program CSR bukan hanya sebagai kegiatan amal untuk membangun citra positif di mata masyarakat, akan tetapi membangun citra positif melalui program CSR yang benar-benar telah dikonsepsi sebelumnya berdasarkan kebutuhan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Ichsans Setiyo Budi, 2021 dengan judul penelitian “Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) disclosure and Islamic Banks (IBS) performance: The application of stakeholder theory from Islamic perspective” menunjukkan bahwa seluruh indikator pengungkapan ICSR, setiap indikator pengungkapan tersebut memberikan citra dan reputasi yang baik kepada publik, sehingga membentuk kepercayaan kepada perusahaan dalam jangka panjang.² Dalam konteks *public relations* (PR), CSR merupakan bentuk pelaksanaan kegiatan yang merujuk pada aspek *community relations*, sehingga dalam hal ini staf PR atau humas wajib terlibat dan aktif dalam proses pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan sekaligus menjadi agen pada transformasi pandangan dan sikap baru lembaga yang menunjukkan sikap tanggung jawab. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Esti Rofiqkroh dan Maswar Patuh Priyadi, 2016 dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”.³ Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tetapi ukuran perusahaan memberikan pengaruh terhadap program tersebut.

Pada penerapan program CSR diperlukan metode pemberdayaan dan pengembangan masyarakat, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan

² Ichsans Setiyo Budi, ‘Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Disclosure and Islamic Banks (IBs) Performance: The Application of Stakeholder Theory from Islamic Perspective’, 25.June (2021).

³ Esti Rofiqkroh and maswar patuh Priyadi, ‘Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan’, *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4.9 (2022), 3894–3902 <<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i9.1570>>.

kapasitas masyarakat, serta diperlukan keterlibatan masyarakat yang aktif dan partisipatif guna mencapai perubahan melalui pemberdayaan.⁴ Berdasarkan asumsi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa program CSR memiliki peranan yang cukup penting dalam masyarakat apabila dalam melaksanakan program CSR, perusahaan mampu menyelenggarakan bentuk tanggung jawab sosialnya berdasarkan kebutuhan lingkungan yang mendorong pemberdayaan masyarakat.

Dalam konteks lembaga atau organisasi, berinfak bukan hanya kewajiban seorang pemimpin saja, tetapi dilaksanakan melalui program CSR sebagai bentuk kepedulian perusahaan dengan beramal melalui tanggungjawab sosial tersebut. Salah satu perusahaan yang menjalankan program CSR adalah PT. Biota Laut Ganggang. Sebagai perusahaan asing yang melakukan kegiatan operasional produksi barang di tengah masyarakat tentunya PT. Biota Laut Ganggang menyadari urgensi dalam membangun hubungan baik dengan komunitas setempat. Atas dasar argumentasi tersebut, sehingga PT. Biota Laut Ganggang memerlukan suatu program yang dapat menjamin terjaganya hubungan baik antar perusahaan dengan komunitas setempat.

PT. Biota Laut Ganggang adalah satu-satunya perusahaan asing yang beroperasi di Dusun Bela-Belawa tepatnya di Desa Polewali, Kabupaten Pinrang. Perusahaan ini menjadi salah satu perusahaan berbasis IPTEK yang berfokus pada bidang penelitian, produksi dan penjualan rumput laut, dengan mengedepankan konsep keamanan pangan didukung dengan tim yang professional di bidangnya serta menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi mampu menjadikan PT. Biota Laut Ganggang menjadi salah satu perusahaan dengan tingkat pemasaran yang mencapai 22% di tingkat dunia.⁵

Dalam melaksanakan Program CSR, PT. Biota Laut Ganggang mendasarkan

⁴ Rahmadani Rahmadani, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, 'Fungsi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat', *Share : Social Work Journal*, 8.2 (2019), 203 <<https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20081>>.

⁵ Sulfi, 'Peran PT.Biota Laut Ganggang Dalam Menanggulangi Pengangguran Di Desa Polewali Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang' (institut agama islam negeri parepare, 2022).

pelaksanaannya pada kebutuhan masyarakat, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulfi dengan judul “Peran PT. Biota Laut Ganggang dalam Menanggulangi Pengangguran di Desa Polewali Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang” pada tahun 2022 ditemukan bahwa program CSR yang dijalankan oleh PT. Biota Laut Ganggang berupa bantuan infrastruktur seperti bantuan renovasi pagar sekolah, bantuan dalam bidang sosial berupa sembako kepada masyarakat serta pada bidang keagamaan yaitu bantuan untuk rumah ibadah. PT. Biota Laut Ganggang konsisten melaksanakan program tersebut untuk setiap tahunnya di waktu tertentu seperti pada bulan puasa dan pada saat lebaran haji bagi umat muslim. PT. Biota Laut Ganggang, melalui program CSR mampu memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan dengan membuka lapangan pekerjaan bagi mereka.⁶

Sepanjang aktivitas operasional PT. Biota Laut Ganggang, tentu tidak terlepas dari kendala-kendala yang timbul akibat sistem operasional yang tidak dapat terkontrol dengan maksimal setiap saat. Salah satu kendala yang terjadi seperti adanya limbah perusahaan yang mencemari lingkungan seperti adanya kasus pembuangan limbah di sungai sehingga mengganggu kestabilan ekosistem, hal tersebut sempat menjadi salah satu masalah yang menarik fokus masyarakat sehingga mendorong masyarakat untuk melakukan aksi unjuk rasa kepada pihak perusahaan. Namun, adanya komunikasi dan kontribusi yang baik yang dijalankan oleh perusahaan kepada masyarakat setempat sehingga kendala-kendala demikian dapat terselesaikan dengan mudah.

Tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan program CSR sekilas dapat dilihat dari sejauh mana hubungan masyarakat dan perusahaan terjalin, dengan hubungan yang baik antar masyarakat dan perusahaan, maka aktivitas operasional perusahaan yang secara natural berdampak pada masyarakat merupakan suatu hal wajar yang dimaklumi masyarakat, selama hal tersebut tidak berdampak

⁶ Sulfi, ‘Peran PT. Biota Laut Ganggang dalam Menanggulangi Pengangguran Di Desa Polewali Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang’ (institut agama islam negeri parepare, 2022).

secara fisik seperti adanya kerusakan lingkungan dan sebagainya.

Community relation atau hubungan dengan komunitas merupakan output dari praktik bisnis yang mengarah pada fokus utama pembangunan, pemeliharaan serta peningkatan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya. Konsep *community relation* secara langsung memberikan pengaruh kepada perusahaan, membentuk reputasi dan citra perusahaan, kepatuhan regulasi dan lisensi operasi, akses sumber daya dan talenta lokal serta manajemen resiko menjadi beberapa aspek yang turut terbantu oleh adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar.

Pada dasarnya, *community relations* yang dijalankan dengan berlandaskan pada visi yang mengarah pada tanggung jawab sosial korporasi tentu saja memberikan manfaat yang berarti bagi kedua belah pihak. Pihak eksternal dalam hal ini adalah masyarakat secara langsung dapat menerima keuntungan melalui penerapan organisasi bisnis yang dapat menunjang perekonomian mereka sehingga memberikan kontribusi yang positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Sedangkan untuk pihak perusahaan itu sendiri, mereka akan mendapatkan pengakuan terhadap kinerja perusahaan yang tidak hanya berorientasi pada proses produksi barang/jasa, melainkan juga mendapatkan penghargaan secara sosial oleh masyarakat setempat, Dimana hal ini menjadi aspek yang sangat penting bagi perusahaan untuk menjamin kinerja perusahaan kedepannya.⁷

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang, serta menguji seberapa besar tingkat keberhasilan penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *Community Relation*. Penelitian ini tentunya dapat memberikan kontribusi bagi para pelaku bisnis khususnya praktisi *Public Relations* dalam menjalankan program CSR, dapat menjadi bahan literatur bagi

⁷ Devita and Sumartono, 'Hubungan Manfaat Kegiatan Community Relations Dengan Citra Perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. Pada Masyarakat Kragilan Serang Banten', *Jurnal Komunikologi*, 7.2 (2010), 175-94.

masyarakat luas yang menekuni bidang CSR serta dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang ingin melaksanakan penelitian lebih lanjut terkait program CSR. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan informasi kepada perusahaan khususnya PT. Biota Laut Ganggang terkait tingkat keberhasilan penerapan program CSR.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan Program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* di Desa Polewali?
2. Seberapa besar tingkat keberhasilan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* di Desa Polewali?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* di desa polewali.
2. Untuk mengukur tingkat keberhasilan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* di desa polewali.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam komunikasi, serta dapat menjadi bahan literatur khususnya bagi mahasiswa termasuk juga bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Memberikan pemahaman kepada mahasiswa komunikasi terkait dengan hubungan masyarakat dengan perusahaan melalui program CSR.

2. Kegunaan Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi pelaksanaan program CSR setiap tahunnya yang dilaksanakan oleh PT. Biota Laut Ganggang, Mengukur tingkat keberhasilan penerapan program CSR sehingga perusahaan memiliki data riset terkait sejauh mana tingkat keberhasilan program CSR yang dilaksanakan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan menjelaskan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini bertujuan untuk menghindari terjadinya upaya plagiasi serta memungkinkan adanya pembaruan terhadap penelitian sebelumnya. Penelitian relevan umumnya dijadikan sebagai bahan rujukan dan referensi pendukung terhadap hal-hal yang akan dibahas dalam hal ini peneliti juga mempunyai kewajiban dalam melakukan peninjauan ulang terhadap penelitian relevan dengan tujuan untuk menghindari pembahasan yang berulang. Berikut adalah kajian terdahulu yang berkaitan dengan program CSR sekaligus menjadi acuan bagi penulis dalam penelitian ini:

- 1) penelitian dengan judul “Pengaruh Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Masamba)” oleh Mirnawati pada tahun 2017.⁸ Pada skripsi ini menggunakan metode kuantitatif, pendekatan studi kasus dengan teknik kuesioner yang berlandaskan pada teori entitas atau entity theory. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsep CSR memberikan pengaruh terhadap reputasi perusahaan. Masyarakat menganggap bahwa kehadiran perusahaan tersebut tidak merugikan, perusahaan tersebut dimana public dinilai sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar perusahaan sehingga memberikan pengaruh terhadap reputasi perusahaan yang baik dimata masyarakat. Penelitian ini dengan penelitian penulis mempunyai persamaan yaitu pada aspek program *corporate social responsibility*, sedangkan yang menjadi perbedaan antar penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian ini berfokus pada pengaruh program CSR terhadap reputasi perusahaan sedangkan

⁸ Mirnawati, ‘Pengaruh Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Masamba’, 2017 <http://i-lib.ugm.ac.id/jurnal/download.php?dataId=2227%0A???%0Ahttps://ejournal.unisba.ac.id/index.php/kajian_akuntansi/article/view/3307%0Ahttp://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.ph>.

penelitian penulis berfokus pada program CSR dalam membangun *community relation*. Selanjutnya, perbedaan penelitian terletak pada metode penelitian yang digunakan yakni penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode mix atau metode penelitian kombinasi.

- 2) penelitian yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di BNI KC Mikro Parepare” oleh Hasmiana tahun 2018.⁹ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan lapangan (*field research*) serta berlandaskan pada 5 teori yakni teori implementasi, teori peningkatan, teori minat, teori nasabah serta teori fenomenologi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk program *corporate social responsibility* di BNI syariah menjadi salah satu Upaya BNI syariah dalam mengimplementasikan visi yang dibangun yaitu memberikan kontribusi yang positif kepada masyarakat serta menjadi salah satu bentuk kepedulian terhadap lingkungan. Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terkait dengan program *corporate social responsibility* (CSR), sementara itu yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu, penelitian ini berfokus pada program CSR dalam meningkatkan minat masyarakat di BNI KC mikro parepare sedangkan penelitian penulis berfokus pada program CSR oleh PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *Community Relation* di Desa Polewali. Lebih lanjut, penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan lapangan sedangkan penelitian ini menggunakan *mix method research*.
- 3) penelitian dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di mata masyarakat pada PT. Pratomo Putra

⁹ Hasmiana, ‘Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di BNI Syariah KC Mikro Parepare’, 2018 <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sph&AN=119374333&site=ehost-live&scope=site%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.07.032%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.tics.2017.03.010%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.08.006>>.

Teknik Palopo oleh afriani, dkk tahun 2023.¹⁰ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program CSR pada PT. Pratomo Teknik Putra Palopo dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekaligus meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, secara langsung program CSR berperan dalam proses adaptasi antar perusahaan dengan lingkungannya serta masyarakat menjadi mengenal dengan baik perusahaan tersebut. Penelitian ini dengan penelitian penulis memiliki persamaan pada program CSR pada sebuah perusahaan namun yang menjadi perbedaan adalah penelitian ini berfokus pada implementasi program CSR dalam meningkatkan citra perusahaan sedangkan penelitian penulis berfokus pada program CSR dalam membangun *community relation*. Kemudian, terletak pada metode penelitian yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif deskriptif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Legitimasi (Dowling & Pfeffer)

Teori legitimasi pertama kali dikemukakan oleh Dowling & Pfeffer (1975), ia mengasumsikan bahwa teori legitimasi merupakan strategi yang menggunakan manfaat atau potensi perusahaan dalam menjamin keberlangsungan jangka panjang operasionalnya. Teori ini lahir dari adanya perjanjian sosial antar korporasi dengan masyarakat. Teori legitimasi memahami bahwa keberlangsungan suatu perusahaan bergantung pada kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan manfaat kepada masyarakat mencakup aspek sosial, ekonomi atau politik, juga bergantung pada kemampuan penyampaian tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.

Teori legitimasi berfokus pada interaksi antar masyarakat dengan

¹⁰ Afriani, Antong, and Halim Usman, 'Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat', *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 7.1 (2023), 16–26 <<https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jrtap/article/view/6478>>.

perusahaan, teori ini memahami bahwa masyarakat memiliki peran penting terhadap penjaminan keberlangsungan jangka panjang perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa aktivitas perusahaan dibatasi dengan kontrak sosial dimana perusahaan wajib melaporkan aktivitas sosialnya agar bisa mendapat pengakuan dan dapat dilegitimasi oleh masyarakat.

Teori legitimasi dapat berperan sebagai konsep yang digunakan untuk memberikan gambaran terhadap adanya ketidakselarasan antar nilai dan norma yang dianut oleh perusahaan dengan yang berlaku dilingkungan operasionalnya. Hal ini dapat menjadi suatu ancaman bagi perusahaan apabila masyarakat menyadari adanya perbedaan atau ketidakpekaan terhadap dampak yang mungkin terjadi, hal ini dikenal dengan istilah legitimacy gap. Sementara itu, keselarasan yang timbul antar aktivitas perusahaan dengan nilai dilingkungan masyarakat dapat menjamin keberlangsungan suatu perusahaan.¹¹

Pokok bahasan teori legitimasi mengacu pada usaha perusahaan dalam mempertahankan hubungan dengan lingkungan sosial sekaligus lingkungan politik yang lebih luas di lingkungan operasionalnya. Dalam aktivitasnya, perusahaan tidak jarang menghadapi adanya ketidakselarasan dalam proses komunikasinya dengan komunitas setempat sehingga diperlukan adanya strategi sebagai usaha perusahaan dalam mempertahankan legitimasinya di kalangan masyarakat, Lindbloom (1993) dan Dowling & Pefer (1975) dalam (meutia, 2021) mengemukakan empat strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan apabila dalam proses legitimasinya mengalami gangguan, strategi tersebut adalah sebagai berikut:¹²

- 1) Perusahaan dapat melakukan upaya untuk melakukan komunikasi kepada para *stakeholder*-nya terkait dengan perubahan yang terjadi pada internal perusahaan.

¹¹ Indah Shafirah, Dwi Risma, and Deviyanti Risma, 'Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Institutional Ownership Pada Perusahaan High-Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia', *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18.3 (2022), 540 <<https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.11701>>.

¹² Inten Meutia, *Menata Pengungkapan CSR Pada Bank Islam (Pendekatan Teori Kritis)* (yogyakarta: deepublish (grup penerbitan CV budi utama), 2021).

- 2) Perusahaan dapat melakukan penyesuaian terhadap keluaran, tujuan serta metodenya dengan memanfaatkan sistem Pendidikan dan informasi.
- 3) Perusahaan dapat melakukan upaya untuk mengubah pandangan masyarakat dengan mencoba untuk melakukan proses penyalarsan antar organisasi dengan symbol-simbol yang kiranya dapat memberikan pengaruh terhadap penilaian legitimasi.
- 4) Perusahaan dapat melakukan upaya untuk mempengaruhi harapan pihak eksternal perusahaan terkait dengan kinerja perusahaan.

Secara khusus teori legitimasi bertitik fokus pada pandangan, opini, serta penilaian komunitas setempat yang berperan penting terhadap pembentukan citra perusahaan. Dalam upaya untuk membentuk citra positif di mata publik, perusahaan dapat melakukan proses komunikasi untuk membentuk opini para *stakeholder*-nya termasuk juga komunitas setempat dalam rangka melegitimasi ketidakselarasan antar nilai atau norma yang berlaku dengan aktivitas operasional perusahaan.

2. Teori stakeholder (freeman)

Pokok bahasan pada teori stakeholder adalah cara perusahaan bertanggungjawab kepada setiap pemangku kepentingan yang terlibat dengan perusahaan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Teori stakeholder memahami bahwa pada praktiknya, perusahaan tidak hanya bertujuan untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya tetapi perusahaan juga ikut berpartisipasi dalam proses Pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan sosial.

Istilah stakeholder pertama kali diperkenalkan oleh *Standford Research Institute* (1963), istilah ini merujuk pada aktivitas organisasi, grup atau kelompok yang kemudian dapat mempengaruhi sekaligus memberikan pengaruh terhadap tujuan dari organisasi tersebut. Berdasarkan asumsi tersebut, maka dapat dikatakan bahwa keberlanjutan perusahaan sebagai suatu instansi formal bergantung pada dukungan yang diberikan oleh stakeholder, tentu dalam mewujudkan hal tersebut proram CSR menjadi salah satu bentuk upaya yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan teori stakeholder yang diungkapkan oleh freeman (1984) bahwa

dalam menjalankan perannya, perusahaan wajib mempertimbangkan manfaat yang akan diberikan kepada setiap pihak yang terlibat serta memiliki kepentingan. Lebih lanjut, teori stakeholder diasumsikan bahwa dalam beroperasi, perusahaan wajib mempertimbangkan keuntungan yang akan diberikan kepada lingkungan sekitar serta pemangku kepentingan yang terlibat dalam hal ini mencakup pemegang saham, konsumen, pemerintah, masyarakat dan pihak lain yang bersangkutan.¹³ Sejalan dengan hal tersebut Grunig & Rapper (2008) (rachmat kriyantono, 2014) mengemukakan tiga model identifikasi stakeholder yang dapat menjadi bahan pertimbangan oleh pihak public relations, diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁴

1. Seseorang termasuk dalam kategori publik apabila ia memiliki potensi untuk memberikan respon kepada organisasi baik secara positif maupun negative.
2. Seseorang dapat dikatakan sebagai public apabila ia dapat memberikan pengaruh terhadap individu yang lain.
3. Seseorang yang merupakan bagian dari publik, apabila ia memiliki kepedulian terhadap suatu isu, bahwa ia adalah seseorang yang aktif dalam menerima dan mencari suatu informasi.

Teori stakeholder melihat bahwa komunikasi yang terjalin antar perusahaan dengan komunitas setempat dikendalikan oleh para stakeholder, dalam hal ini adalah mereka yang terlibat sebagai pemegang saham, karyawan, masyarakat, pemerintah dan pelanggan serta media massa. Meskipun beberapa diantaranya tidak terlibat secara vital mengenai aktivitas yang berjalan oleh perusahaan namun, peran serta beberapa stakeholder menjadi sangat penting untuk menjamin kelancaran komunikasi antar perusahaan dengan lingkungan internal maupun eksternal

¹³ Ang Swat Lin Lindawati and Marsella Eka Puspita, 'Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan', *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2015, 157–74 <<https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>>.

¹⁴ Ph.D rachmat kriyantono, *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal Aplikasi Penelitian Dan Praktik* (jakarta: kencana, 2014).

perusahaan.¹⁵

Tanggungjawab utama dalam teori stakeholder menitikberatkan pada kolaborasi antar perusahaan dengan seluruh pemangku kepentingan yang terlibat. Output pada teori ini mengacu pada hubungan antar perusahaan dengan internal serta external perusahaan, hubungan internal perusahaan dibangun dengan konsep kebermanfaatn bersama yang terjalin antar perusahaan dengan stakeholdernya sedangkan hubungan yang berlandaskan pada fungsional dan kemitraan merupakan keluaran dari hubungan external perusahaan.¹⁶

Kartini (evarista, 2019) mengemukakan bahwa setidaknya ada 6 indikator kerja kunci dalam mengukur implementasi program CSR, diantaranya adalah:

- a. Proporsi bantuan
- b. Transparansi dan akuntabilitas
- c. Cakupan wilayah (coverage area)
- d. Perencanaan, mekanisme, monitoring dan evaluasi
- e. Pelibatan stakeholder (stakeholder engagement)
- f. Keberlanjutan (sustainability)

Berdasarkan analisis diatas, maka secara eksplisit teori stakeholder mempertimbangkan pada dampak harapan dari kelompok pemangku kepentingan atas kebijakan dalam memberikan informasi yang diperlukan kepada pemangku kepentingan yang sangat berhak seperti pemegang saham, investor, karyawan, dan sebagainya sehingga dapat diasumsikan bahwa pola hubungan antar perusahaan dengan stakeholder terbentuk pola hubungan yang mengarah pada jelasnya arah dan tujuan perusahaan pada pembangunan yang berkelanjutan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa teori stakeholder merupakan suatu teori yang mengasumsikan

¹⁵ Irena Ganesha and Dwi Hartanti, 'Analisis Stakeholders Management PT ABC Terkait Kasus Kebakaran Lahan', *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7.2 (2019), 229–40 <<https://doi.org/10.17509/jrak.v7i2.17430>>.

¹⁶ Ang Swat Lin Lindawati and Marsella Eka Puspita, 'Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan', *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2015, 157–74 <<https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>>

bahwa keberlangsungan perusahaan tidak dapat terlepas dari peranan pemangku kepentingan. Semakin baik pengungkapan tanggungjawab sosial oleh perusahaan maka semakin baik pula dukungan yang akan diberikan oleh stakeholder terhadap setiap aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

C. Kerangka Konseptual

1. Corporate social responsibility (CSR)

Dasar dari pemikiran mengenai program CSR (*corporate social responsibility*) yang sering dipandang sebagai inti dari aktivitas bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban terhadap pemangku kepentingan yang terlibat secara langsung dengan aktivitas perusahaan, tetapi juga kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan. *Corporate social responsibility* merupakan wujud dari tindak lanjut perusahaan terhadap pemenuhan tanggungjawab yang berkaitan dengan nilai-nilai etika. Adanya asumsi mengenai pembangunan berkelanjutan yang hanya dapat dicapai ketika terciptanya keseimbangan antar aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup turut menjadi alasan pelaksanaan program CSR.

Pemerintah, atas dasar banyaknya kesenjangan sosial yang terjadi, menerbitkan regulasi yang mengatur tentang CSR dalam Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Dalam Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas tertuang dalam pasal 1 angka 3 bahwa: “tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam Pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”¹⁷ Berdasarkan regulasi yang lahir dari fenomena yang terjadi maka setidaknya terdapat upaya yang dilakukan pemerintah

¹⁷ Kemenkumham, undang-undang no.40 tahun 2007, *Ятыатат*, 2007, ВY12У, 245 <[http://digilib.unila.ac.id/4949/15/BAB II.pdf](http://digilib.unila.ac.id/4949/15/BAB%20II.pdf)>.

dalam mendukung konsep Pembangunan berkelanjutan melalui partisipasi perseroan terbatas (PT) dengan kewajiban melaksanakan tanggungjawab sosialnya kepada masyarakat dan lingkungan.

Pada praktiknya sebagai bentuk kegiatan komunikasi dengan lingkungannya, program CSR dalam perusahaan tergolong sebagai suatu aktivitas komunikasi organisasi, dimana secara langsung hal ini menunjukkan pentingnya kegiatan public secara eksternal untuk dilakukan oleh perusahaan, hal ini berlandaskan pada fakta bahwa komunikasi organisasi memberikan dampak yang nyata dengan terciptanya interaksi yang harmonis pada hubungan antar perusahaan dengan publiknya. Perusahaan dalam menjalankan program CSR harus berupaya untuk mendapat keuntungan disertai dengan kepatuhan hukum yang harus dijunjung tinggi serta dapat menjadi warga perusahaan dengan etika yang baik.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya setidaknya ada empat bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat, diantaranya:¹⁸

1) Tanggung jawab ekonomi

Tanggung jawab ekonomi melihat perusahaan sebagai suatu entitas yang berperan untuk mendapatkan keuntungan untuk menjamin jangka Panjang perusahaan. Selain itu, perusahaan juga bertanggung jawab terhadap peningkatan kesejahteraan para pemegang saham.

2) Tanggung jawab legal

Sebagai organisasi yang termasuk dalam bagian masyarakat, perusahaan wajib menaati aturan yang berlaku, dalam hal ini regulasi yang telah diatur oleh pemerintah dimana perusahaan dalam aktivitasnya wajib berlandaskan pada kaidan peraturan perundang-undangan.

3) Tanggung jawab etis

¹⁸ Marthin Marthin, Marthen B Salinding, and Inggit Akim, 'Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas', *Journal of Private and Commercial Law*, 1.1 (2018), 111–32 <<https://doi.org/10.15294/jpcl.v1i1.12358>>.

Perusahaan berkewajiban untuk melaksanakan program perusahaannya sesuai dengan norma yang berlaku, baik, benar dan adil, dalam hal ini perusahaan wajib mempelajari setiap norma yang berlaku dilingkungannya untuk dapat menyesuaikan dengan praktik bisnis perusahaan tersebut.

4) Tanggung jawab pilantropi

Tanggung jawab pilantropi merujuk pada kontribusi perusahaan dalam memberikan sumbangan secara langsung kepada masyarakat, hal ini dapat berupa uang tunai, paket bantuan atau pelayanan secara gratis. Program ini tentunya akan berdampak pada citra baik perusahaan sebagai suatu instansi, sekaligus mendapat pandangan yang baik oleh pembuat kepentingan serta menunjang operasional perusahaan di masa depan.

Dari keempat klasifikasi program CSR tersebut, tergambar dengan jelas bahwa program CSR bukan hanya sebagai kegiatan amal atau sekedar pemberian sumbangan sosial, tetapi program CSR merupakan suatu konsep terstruktur yang mengharuskan perusahaan untuk mengambil kebijakan berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan untuk dapat menentukan cara bersikap dengan lingkungan sekitar.

Dalam upaya pengungkapan program CSR, GRI (*Global Reporting Initiatives*) mengungkap bahwa setidaknya ada enam indikator dalam proses pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Kinerja Ekonomi

Almilia dan Wijayanto (rima dewi nawangsari, 2019) berpendapat bahwa indikator kinerja ekonomi merupakan indikator perusahaan yang akan mengalami perubahan secara relatif dari tahun ke tahun. Indikator kinerja ekonomi diungkapkan pada laporan pertanggungjawaban tahunan yang berisi return atau tingkat pengembalian perusahaan disertai dengan kondisi ekonomi perusahaan yang baik dan dapat membawa keuntungan bagi perusahaan baik secara lokal maupun internasional. Indikator kinerja ekonomi memuat beberapa aspek seperti

aspek ekonomi, keberadaan pasar dan dampak ekonomi pasar.¹⁹ kinerja ekonomi menjadi sarana bagi perusahaan dalam menanggulangi permasalahan yang sekiranya dapat terjadi di kemudian hari melalui interaksinya dengan konsumen, pemasok ataupun pemegang saham pasar.

2) Kinerja Lingkungan

Pengelolaan kinerja lingkungan sebagai tindak lanjut dalam upaya meminimalisir pencemaran lingkungan sebagai dampak dari aktivitas perusahaan. kinerja lingkungan merupakan mekanisme bagi perusahaan untuk secara sukarela memperhatikan lingkungan yang dapat terdampak output dari perusahaan dalam interaksinya dengan pemangku kepentingan.²⁰ kinerja lingkungan dapat diukur berdasarkan kebijakan lingkungan, serta sasaran dan target lingkungan. Ada dua jenis kinerja lingkungan pada CSR yaitu kinerja lingkungan kuantitatif dan kinerja lingkungan kualitatif. Kinerja lingkungan kuantitatif merupakan kinerja yang hasilnya dapat diukur dari sistem manajemen lingkungan yang berkaitan dengan control aspek lingkungan fisiknya. Ukuran indikator kualitatif didasarkan pada semantik, pandangan, serta persepsi masyarakat berdasarkan pengamatan dan penilaiannya terhadap sesuatu. Di sisi lain, kinerja lingkungan kualitatif merupakan kinerja yang hasilnya dapat diukur berdasarkan asset non fisik seperti prosedur, proses inovasi, motivasi dan semangat kerja yang dialami pelaku dalam mewujudkan kebijakan lingkungan organisasi.²¹

¹⁹ Rima Dewi Nawangsari and Ika Nugroho, 'Pengaruh Indikator Kinerja Ekonomi, Indikator Kinerja Lingkungan Dan Indikator Kinerja Sosial Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur', *International Journal of Social Science and Business*, 3.2 (2019), 162–68 <<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>>.

²⁰ Triana Zuhrotun Aulia, 'Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Berdasarkan Indikator Global Reporting Initiative (Gri) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2.1 (2018) <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/competitive.v2i1.463>>.

²¹ Triana Zuhrotun Aulia, 'Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Berdasarkan Indikator Global Reporting Initiative (Gri) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Jurnal*

pekerja.

5) Masyarakat dan Sosial

Aspek pada indikator ini memuat aspek komunitas dilingkungan sekitar Perusahaan, indikator ini berfokus pada dampak organisasi terhadap Masyarakat dilingkungan operasional mereka. Melihat fenomena bahwa banyak perusahaan yang didirikan di lingkungan masyarakat tentu memberikan dampak yang beragam, program CSR dalam hal ini mempunyai peranan dalam mengarahkan perusahaan untuk memerhatikan lingkungan sekitar termasuk juga pengembangan masyarakat setempat.

6) Tanggung Jawab Produk

Indikator ini mencakup bahasan tentang aspek produk dari Perusahaan pelaporan serta jasa yang ditawarkan dapat memberikan pengaruh terhadap jumlah pelanggan utamanya pada aspek kesehatan dan keamanan pelanggan. Produk merupakan salah satu cerminan yang menggambarkan karakter suatu perusahaan untuk itu sangat penting perusahaan dalam menjaga aspek keamanan produk yang dihasilkan.

Perusahaan dalam upaya melaksanakan program CSR secara langsung tidak hanya mengejar keuntungan semata, melainkan memegang peranan dalam usaha meningkatkan kesejahteraan dan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. A.B. Susanto (priyanka, 2013) menguraikan manfaat penerapan CSR terhadap perusahaan sebagai berikut:

1. Meminimalisir resiko dan tuduhan terhadap perlakuan yang tidak pantas diterima perusahaan.
2. Berperan sebagai pelindung serta membantu perusahaan dalam meminimalkan dampak buruk yang terjadi akibat adanya krisis.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan, karyawan akan merasa bangga apabila perusahaan memiliki citra yang baik di mata masyarakat serta terus berupaya untuk membantu program peningkatan kesejahteraan dan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan.

4. Pelaksanaan CSR secara konsisten dapat mempererat hubungan natar perusahaan dengan stakeholder-nya.
5. Meningkatkan penjualan, konsumen cenderung menyukai produk-produk yang dihasilkan perusahaan yang konsisten terhadap pelaksanaan CSR.
6. Insentif-insentif lainnya seperti pajak dan berbagai perlakuan khusus.

Dalam perspektif islam, *corporate social responsibility* merupakan bentuk realisasi dari ajaran islam sebagai bagian dari pengajaran etika yang mulia. Pada penerapannya, *corporate social responsibility* dalam pandangan islam dikenal dengan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Leonita Suryani tahun 2022 dengan judul “Kinerja Bank Syariah: Pengungkapan ICSR berdasarkan Teori Stakeholder dari Perspektif Islam” menjelaskan bahwa perusahaan perlu menerapkan ICSR yang baik, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan bahwa perusahaan yang memiliki ICSR yang baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan akan menguntungkan pihak yang terlibat secara keseluruhan.²² Untuk mencapai system kehidupan yang baik, di dalam islam memuat aturan untuk beradaptasi dan berkembang sesuai dengan zaman. landasan hukum bagi perusahaan dalam melaksanakan CSR berlandaskan pada Al-Qur’an dan As-Sunnah. Penerapan program CSR ditegaskan dalam surah al-baqarah ayat 43 yang berbunyi:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Terjemahan :

“ Dan laksanakanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang yang rukuk.” (Q.S. al-baqarah /43).²³

Perintah mengenai zakat masih banyak lagi, tetapi berpedoman pada surah Al-Baqarah ayat 43 bahwa zakat mengandung hikmah yang bersifat rohaniah dan filosofis, perintah zakat dalam surah Al-Baqarah ayat 43 di atas jika dilihat melalui

²² Rahmadani, Raharjo, and Resnawaty.

²³ Kementerian Agama RI cq Lanjahan Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, “Quran Kemenag”.

aspek perusahaan yang beraktivitas untuk mendapatkan keuntungan, maka perusahaan dikatakan sebagai salah satu subjek zakat yakni wajib mengeluarkan sebagian hartanya dari penghasilan yang telah diperoleh melalui aktivitas perusahaan. beberapa hikmah dari menunaikan zakat yaitu mewujudkan rasa solidaritas dan kasih sayang antar sesama manusia, membina dan mengembangkan stabilitas sosial, serta mengurangi masalah sosial seperti fakir miskin. Berdasarkan hikmah menunaikan zakat tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam menjalankan program CSR berdasarkan perspektif islam selaras dengan tujuan dilaksanakannya program CSR yaitu untuk mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan, mensejahterakan kehidupan masyarakat dan ikut serta dalam upaya pemeliharaan lingkungan.

Selanjutnya, untuk zakat dalam sebuah perusahaan terbagi menjadi dua kategori yaitu;

1. Perusahaan yang dalam kegiatan operasionalnya menggunakan alat-alat sederhana dengan modal utama yang digunakan untuk kebutuhan bahan pokok produksi, tanggungjawab terhadap hak-hak karyawan serta berbagai biaya yang lainnya. Zakat untuk jenis perusahaan ini dihitung berdasarkan saldo uang kas serta simpanan bank saat akhir tahun ditambah dengan persediaan bahan-bahan dan barang jadi serta piutang yang lancar. Kemudian, jumlah keseluruhan dikurangi dengan beban hutang yang harus dibayar lalu dikeluarkan zakatnya sebanyak 2 ½% dari total jumlah aset yang tersisa.
2. Perusahaan yang modal utamanya untuk alat-alat canggih yang mahal harganya. Zakat yang dikeluarkan untuk jenis perusahaan ini dihitung berdasarkan harga mesin-mesin tersebut tetapi dari hasil produksinya dan mengeluarkan zakatnya sebesar 10%.²⁴

Perbedaan pengeluaran zakat ini terjadi karena untuk jenis perusahaan pertama menggunakan seluruh modalnya untuk diputar kembali sehingga yang

²⁴ Jejen Hendar, 'Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Prespektif Hukum Islam', 2011, 40-52.

dianggap sebagai harta adalah yang tumbuh dan berkembang. Sedangkan untuk jenis perusahaan yang kedua sebagian besar dari modal digunakan untuk membeli alat sehingga tidak dianggap sebagai harta yang tumbuh dan berkembang namun dihitung sebagai pengeluaran dari hasil laba yang diperoleh.

Pada pelaksanaan program CSR dibutuhkan adanya suatu konsep yang mendasari hal tersebut dilakukan, agar dapat mengarahkan pada hubungan baik yang terjalin antar perusahaan dengan komunitas setempat.

sejalan dengan upaya pengungkapan program CSR oleh suatu perusahaan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan sosialnya, terdapat prinsip yang setidaknya menjadi acuan bagi perusahaan dalam upaya merealisasikan program tanggungjawab sosialnya, selaras dengan hal tersebut Crowther David, 2008 (priyanka, 2013) menjabarkan 3 prinsip CSR diantaranya:

1. *Sustainability*, aspek ini berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan yang wajib mempertimbangkan sistem berkelanjutan untuk setiap sumber daya di masa depan.
2. *Accountability*, aspek ini merujuk pada keterbukaan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas yang telah dilakukannya.
3. *Transparency*, aspek ini dipandang sebagai salah satu aspek terpenting untuk eksternal perusahaan, aspek ini berperan dalam mengurangi disinformasi, kesalahan terhadap pemahaman serta memberikan tanggung jawab terhadap berbagai dampak terhadap lingkungan.

2. Konsep Triple Bottom Line

Konsep *triple bottom line* pertama kali diperkenalkan oleh John Elkington pada tahun 1997 dalam bukunya yang berjudul *Cannibal With Forks*, Elkington menjelaskan *triple bottom line* sebagai economic prosperity, environment quality dan social justice (Elkington, 1998) dalam (sonza rahmanirwana fushslihat, 2022). Triple bottom line merupakan konsep dalam dunia bisnis yang hadir sebagai paradigma yang berorientasi pada environment quality dan social justice.

Lebih lanjut mengenai konsep triple bottom line kemudian dikenal sebagai formula 3P yaitu profit dalam dimensi ekonomi, people dalam dimensi sosial dan planet dalam dimensi lingkungan. Edi Suharto, 2009 (sonza rahmanirwana fushslihat, 2022) mendeskripsikan formula 3P sebagai berikut:

1. *Profit*

Aspek *profit* merupakan inti dari operasional sebuah perusahaan yakni mencari keuntungan. Aspek *profit* menjadi aspek penting sebab menjadi salah satu aspek yang memberikan pengaruh terhadap perkembangan perusahaan dan keberlangsungan perusahaan di masa depan. *Profit* dikatakan menjadi salah satu aspek yang menunjang perkembangan perusahaan sebab, *profit* meliputi laba serta produk-produk yang dihasilkan perusahaan, dalam hal ini produk merupakan hasil atau output operasional perusahaan yang akan memberikan keuntungan untuk menjamin kerbelangungan jangka panjang perusahaan.

2. *People*

People menjadi salah satu aspek yang penting untuk diperhatikan dalam aktivitas perusahaan untuk mencari keuntungan. Orientasi perusahaan sebagai entitas yang ikut melaksanakan keadilan dan kesejahteraan sosial menuntut perusahaan untuk memperhatikan aspek *people* mengingat masyarakat menjadi salah satu unsur penting dalam kegiatan usaha. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan yang berorientasi pada keadilan dan kesejahteraan sosial masyarakat dapat melaksanakan program yang memberikan kontribusi pada bidang pendidikan, kesehatan serta dapat berupa pembangunan atau perbaikan infrastruktur dan bencana alam.

3. Planet

Aspek planet merupakan aspek yang merujuk pada lingkungan, dalam aktivitas untuk mendapatkan keuntungan, perusahaan harus memperhatikan aspek lingkungan sebagai salah satu unsur yang ikut terdampak pada kegiatan operasionalnya. Perusahaan wajib menjaga kelestarian lingkungan serta ikut berpartisipasi dalam upaya mencegah eksploitasi alam pada praktek usahanya,

dalam artian bahwa perusahaan wajib menjalankan program yang mendukung penyelamatan dan pelestarian lingkungan.

3. Community Relation

Community atau komunitas dalam arti sempit merupakan sekelompok orang yang berada di lingkungan sekitar perusahaan. Berdasarkan asumsi tersebut, menjaga hubungan baik dengan komunitas menjadi sangat penting sebab komunitas dapat berperan dalam membangun persepsi atau opini terhadap perusahaan, hal ini menjadi alasan dasar bagi perusahaan untuk terus menjaga hubungan baik dengan komunitas.

Community relation atau hubungan antar masyarakat perlu dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas hidup komunitas. Melihat output dari *community relations* yang merujuk pada pemenuhan kepentingan antar satu sama lain, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan dalam membangun hubungan antar masyarakat tidak untuk mendatangkan profit atau mempermudah perijinan usahanya.

Jerold (vera febrianti, 2020) mengartikan *community relations* sebagai upaya untuk meningkatkan partisipasi dan posisi organisasi dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya dengan tujuan untuk kemaslahatan bersama antar organisasi dengan publiknya. Hubungan dengan komunitas merupakan fungsi hubungan masyarakat yang terencana guna untuk menjalin keaktifan serta kesinambungan dengan tujuan untuk keuntungan kedua belah pihak.

(devita, 2010) merumuskan indikator pengukuran *community relation* adalah sebagai berikut:

- a. Kerjasama yang baik
- b. Penghidupan yang layak
- c. Memperbaiki mutu hidup masyarakat sekitar
- d. Kesejahteraan Bersama
- e. Saling menghormati antar perusahaannya dengan masyarakat sekitar
- f. Kesempatan untuk menjadi tenaga kerja lokal di perusahaan.

Dalam praktik *community relations*, organisasi menjadi pihak yang menempati posisi sebagai penentu bagaimana *community relation* tersebut berjalan. Adanya saling ketergantungan antar kedua belah pihak, menjadi alasan bagi organisasi untuk mendesain program *community relation* dengan sebaik-baiknya. Grunig & Hunt (suparman, 2013) membedakan program *community relation* menjadi dua jenis yaitu:

1. Program pertama merupakan tipe yang berfokus pada aktivitas untuk membantu proses komunikasi antar organisasi dengan komunitas setempat.
2. Program kedua merupakan tipe program yang berfokus pada keterlibatan atau kontribusi organisasi pada aktivitas komunitas setempat. Seperti adanya dukungan terhadap perkembangan proses pendidikan ataupun pengadaan donasi bagi organisasi setempat.²⁵

Berdasarkan jenis *community relation* yang telah dijabarkan di atas, menjadikan *community relation* sebagai suatu aktivitas perusahaan yang memiliki tujuan yang ingin dicapai semaksimal mungkin. program *community relation* yang terlaksana oleh perusahaan tentunya merupakan program yang telah dirancang dengan baik dengan tingkat keberhasilan yang telah diprediksi, pelaksanaan program *community relation* oleh suatu perusahaan tentunya diiringi dengan tujuan tertentu, tujuan tersebut dijabarkan oleh Cultip, Center & Broom (suparman, 2013) diantaranya ;

- a) Menjadi sumber informasi dan komunikasi mengenai perusahaan, pelayanan serta aktivitas perusahaan tersebut.
- b) Sebagai konsep terhadap komunikasi yang efektif, menanggapi kritikan public diiringi dengan upaya untuk membangun citra yang positif kepada komunitas.
- c) Mendapat dukungan dalam aspek hukum yang dapat berpengaruh pada iklim kerja komunitas.
- d) Memberikan gambaran mengenai sikap, pengetahuan serta harapan komunitas.

²⁵ Suparman, 'Coorporate Social Responsibility : Bentuk Tanggung Jawab Sosial Dan Suparman', *Jurnal Interaksi*, 2.1 (2013), 69–81.

- e) Memberikan dukungan terhadap perkembangan sarana public seperti kesehatan, pendidikan dan aktivitas kebudayaan.
- f) Mendapat pengakuan yang baik dari pemerintah setempat.
- g) Turut serta membantu perkembangan ekonomi komunitas local.

Dari ketujuh tujuan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat terlihat bahwa *community relation* bukan hanya mengacu atau berfokus pada system pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, tetapi di samping itu secara langsung juga disertai dengan adanya upaya dalam memaksimalkan pemberdayaan informasi dan komunikasi. Secara ekplisit juga dapat terlihat bahwa dalam menentukan tujuan dari *community relation* tentu dilakukan secara khusus, artinya bahwa perusahaan terlebih dahulu memahami karakter komunitas local, dengan tujuan agar keberhasilan dalam menjalin *community relation* dapat dilakukan secara maksimal.

Islam sebagai agama yang sempurna, mengatur segala aspek kehidupan dengan baik dan tepat, agar manusia dapat menjadikannya sebagai pedoman dalam berperilaku baik antar sesama manusia atau hubungan antar manusia dengan manusia yang lain (*hablumminannas*) serta hubungan antar manusia dengan tuhan (hablumminallah). Berperilaku yang baik atau menjaga hubungan baik antar sesama manusia merupakan suatu kewajiban bagi umat muslim, hal ini merupakan salah satu sifat yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. untuk senantiasa menjaga hakikat persaudaraan antar umat muslim, pun tidak terlepas dari ummat beragama lainnya.

Hubungan antar sesama manusia menjadi salah satu contoh *community relation*, yakni adanya hubungan atau rasa persaudaraan yang terjalin antar komunitas dengan entitas yang beroperasi di suatu lingkungan. *Community relation* atau hubungan antar masyarakat menjadi sesuatu yang penting untuk dijalin dengan baik, sebab melihat perusahaan sebagai suatu entitas yang beroperasi dan memberikan dampak setidaknyanya pada 3 aspek atau unsur penting yakni masyarakat, lingkungan, dan laba tentu menjadi alasan utama bagi perusahaan untuk dapat menjalin hubungan baik dengan komunitas setempat.

Dalam upaya untuk menjalin hubungan yang baik antar sesama manusia, di

dalam Al-Qur'an dijelaskan mengenai landasan dalam menjalin hubungan yang baik agar tidak mudah terjadinya kesalahpahaman dan perpecahan antar manusia. Hal ini terkandung dalam surah ali-imran ayat 112 yang berbunyi :

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيْنَ مَا تُثَبُّوا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلٍ مِنَ النَّاسِ وَبَاءُورٍ بَغَضٍ مِّنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ذَلِكُمْ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Terjemahan :

“Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka (berpegang) pada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia. Mereka mendapat murka dari Allah dan (selalu) diliputi kesengsaraan. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi, tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas.” (Q.S. Ali-Imran:112).²⁶

Community relation menjadi salah satu bentuk hubungan yang terjadi antar sesama manusia, berdasarkan landasan di atas, Allah memerintahkan untuk senantiasa menjaga perdamaian, dengan tidak mengingkari hubungan persaudaraan yang terjalin di antara mereka.

4. PT. Biota Laut Ganggang

PT. Biota Laut Ganggang (BLG) merupakan perusahaan investasi Singapura berskala iptek yang didirikan sejak tahun 1996. Perusahaan ini bergerak dalam bidang produksi dan penjualan *Hydrocolloids*. Dengan menggunakan rumput laut dan umbi konjak sebagai bahan utama untuk membuat agar-agar yang merupakan hasil produksi dari perusahaan ini dengan didukung oleh teknologi pengolahan yang maju sehingga mampu menghasilkan produk yang terstandar Uni Eropa.

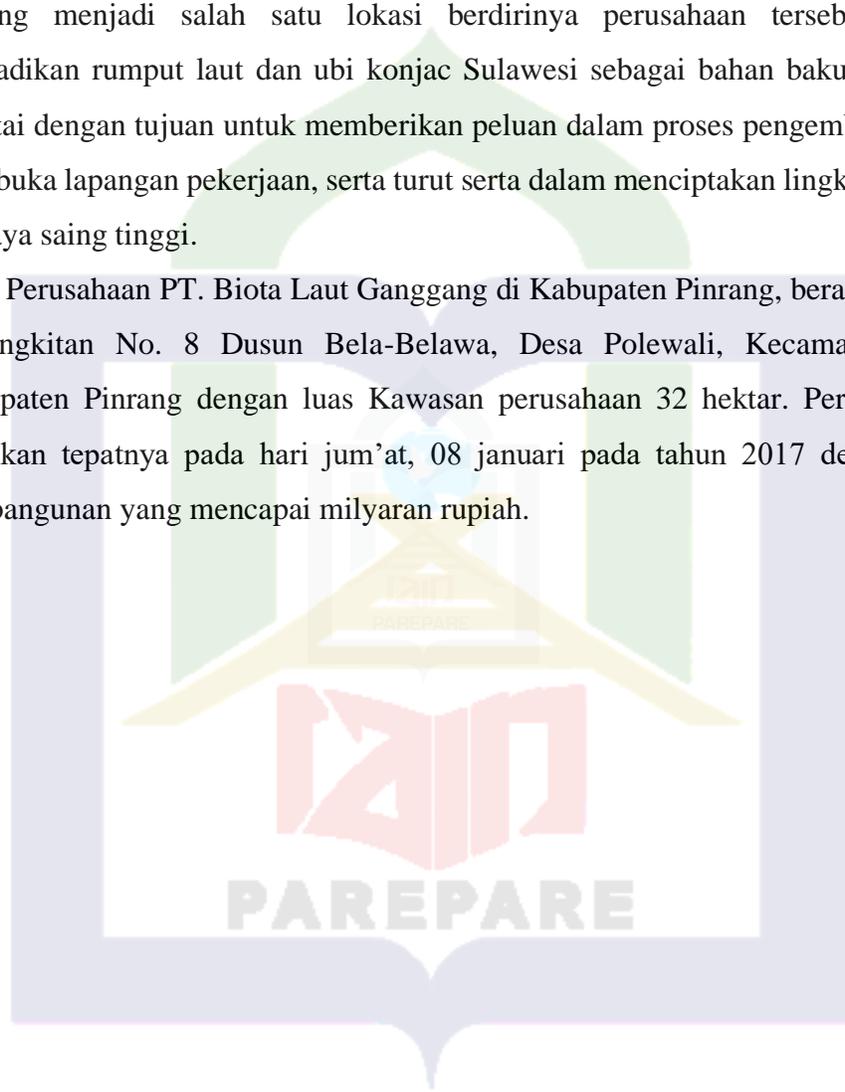
PT. Biota Laut Ganggang didukung dengan tim yang mumpuni dalam bidangnya, serta adanya relasi yang luas dengan berbagai lembaga seperti universitas dan institusi riset disertai dengan kemampuan dalam penelitian teknologi dalam skala besar, sistem produksi yang profesional serta pemasaran hingga tingkat

²⁶ Kementerian Agama RI cq Lanjahan Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, "Quran Kemenag".

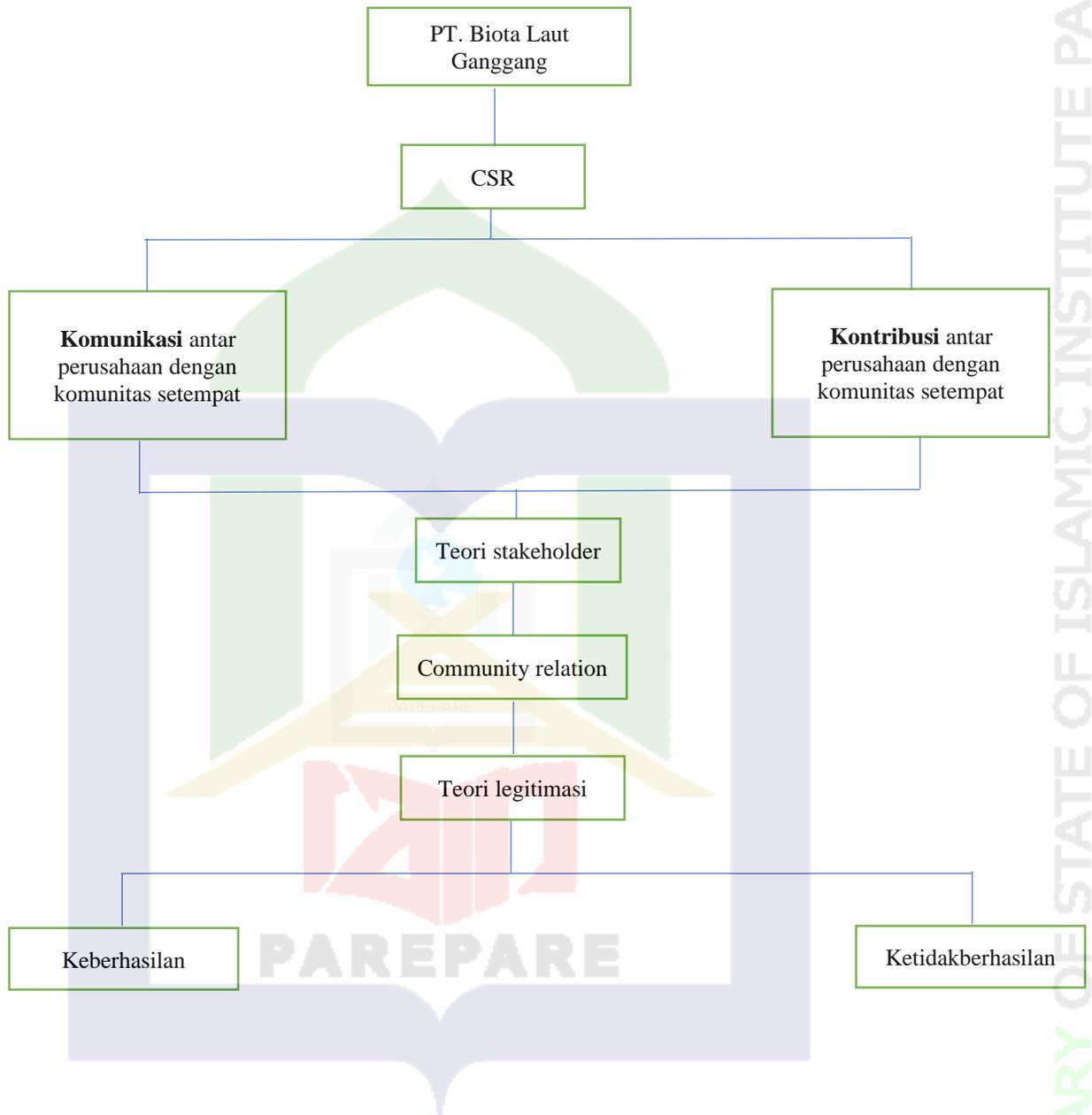
internasional menjadi alasan bagi para stakeholder maupun konsumen dalam memberikan pengakuan terhadap perusahaan ini.

Seiring dengan perkembangannya, PT. Biota Laut Ganggang memperluas Kawasan bisnisnya hingga ke mancanegara. Pulau Sulawesi tepatnya di kabupaten pinrang menjadi salah satu lokasi berdirinya perusahaan tersebut, dengan menjadikan rumput laut dan ubi konjac Sulawesi sebagai bahan baku produknya disertai dengan tujuan untuk memberikan peluang dalam proses pengembangan diri, membuka lapangan pekerjaan, serta turut serta dalam menciptakan lingkungan yang berdaya saing tinggi.

Perusahaan PT. Biota Laut Ganggang di Kabupaten Pinrang, beralamat di JL. Kebangkitan No. 8 Dusun Bela-Belawa, Desa Polewali, Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang dengan luas Kawasan perusahaan 32 hektar. Perusahaan ini didirikan tepatnya pada hari jum'at, 08 januari pada tahun 2017 dengan biaya Pembangunan yang mencapai milyaran rupiah.



D. Bagan Kerangka Pikir

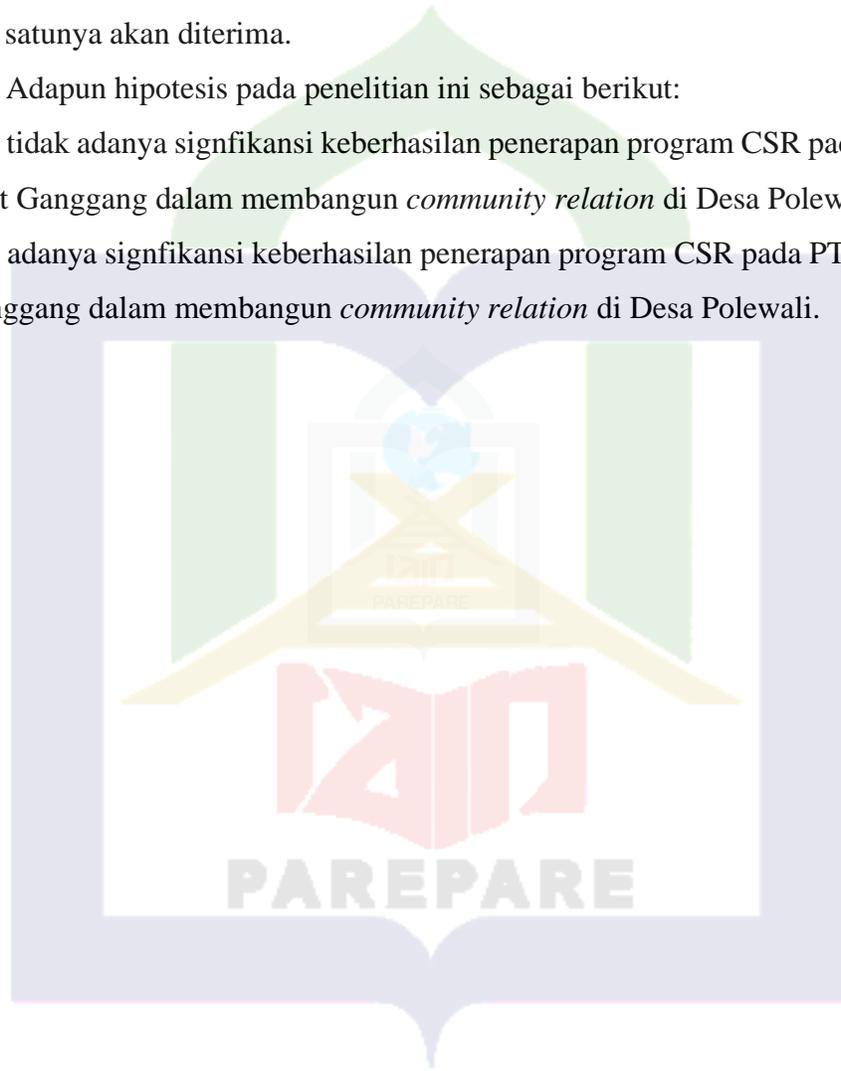


E. Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai suatu asumsi atau praduga sementara mengenai jawaban dari suatu rumusan permasalahan. Hipotesis dalam suatu penelitian kuantitatif merupakan jawaban sementara yang akan diuji dan dibuktikan melalui analisis statistic, melalui pengujian hipotesis salah satu hipotesis akan ditolak dan salah satunya akan diterima.

Adapun hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

3. **H₀**: tidak adanya signfikansi keberhasilan penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* di Desa Polewali.
4. **H₁**: adanya signfikansi keberhasilan penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* di Desa Polewali.



BAB III

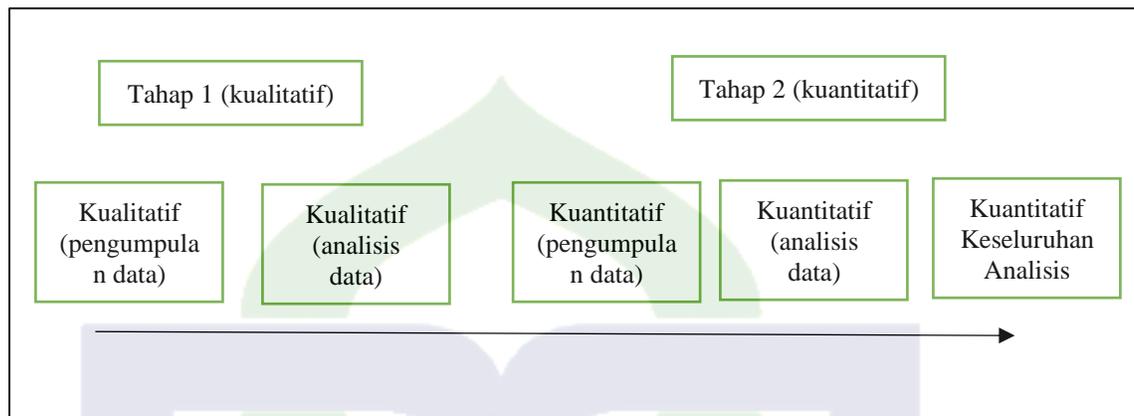
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Mix Method. Mix method adalah jenis penelitian yang memadukan dua jenis penelitian yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif, tujuannya adalah untuk membantu penulis untuk mendapatkan data dengan tingkat akurasi yang tinggi. Pada dasarnya penelitian mix method digunakan apabila peneliti memiliki pertanyaan yang diperlukan untuk melakukan pengujian terhadap outcomes dan prosesnya. Creswell dan Clark (mazrisal, 2012) mendeskripsikan mix method research sebagai desain penelitian yang bergeser dari asumsi filosofis metode inquiri, sebagai salah satu metodologi, mix method research membantu penulis dalam mengumpulkan dan menganalisis data dengan menggunakan penggabungan antar kedua pendekatan sebelumnya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan strategi sequential explanatory. Strategi sequential explanatory merupakan bagian dari metode penelitian kombinasi yang dapat mengarahkan peneliti dalam pelaksanaan penelitian. Strategi sequential explanatory merupakan suatu strategi pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif yang dilaksanakan secara bertahap, pengumpulan data kuantitatif dilaksanakan untuk menganalisis data hasil temuan pendekatan kualitatif. Pada penelitian ini, pendekatan kualitatif dilaksanakan terlebih dahulu kemudian dianalisis yang kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan beserta analisis data kuantitatif. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan strategi sequential explanatory dengan pertimbangan bahwa untuk identifikasi masalah yang telah disajikan oleh penulis, memiliki keterkaitan yang signifikan sehingga untuk mendapatkan data yang akurat dari kedua pihak responden yakni staf PR pada perusahaan PT. Biota Laut Ganggang serta masyarakat desa polewali diperlukan adanya sajian data yang akurat oleh salah satu pihak terlebih dahulu untuk kemudian dapat dilanjutkan penelitian kepada pihak

kedua. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus serta metode kuantitatif deskriptif. Berikut adalah gambaran pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan:



Gambar 3.1 Skema Pelaksanaan Penelitian

Berdasarkan skema pelaksanaan penelitian yang telah dicantumkan, tahapan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada masyarakat desa polewali untuk kemudian di Analisa dengan tujuan untuk mendapatkan hasil terkait dengan hubungan dengan masyarakat setempat.
2. Pendekatan kualitatif, pengumplan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pihak perusahaan yang berfokus pada divisi *public relation* program CSR dengan tujuan untuk mengetahui penerapan program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Biota Laut Ganggang untuk kemudian dilakukan analisis terhadap data temuan hasil wawancara.
3. Validasi tingkat keberhasilan penerapan program CSR tersebut kemudian diperkuat oleh peneliti melauai wawancara tingkat lanjut kepada masyarakat desa polewali dengan tujuan untuk memperoleh hasil penelitian yang akurat.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian.

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana berlangsungnya suatu proses

studi dalam bentuk penelitian untuk mendapatkan pemecahan terhadap permasalahan yang diangkat. Penelitian ini akan dilaksanakan pada instansi PT. Biota Laut Ganggang yang beralamat di Jalan Kebangkitan, Desa Polewali Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang dengan pertimbangan bahwa subjek penelitian bertempat di instansi tersebut sementara itu penelitian juga akan dilaksanakan di desa polewali dengan mempertimbangkan bahwa Desa Polewali merupakan tempat beroperasinya perusahaan PT. biota laut ganggang, sehingga informasi lebih dibutuhkan dari masyarakat setempat.

Tabel 3.1 waktu & kegiatan penelitian

NO	Kegiatan	November				Desember				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pra Penelitian																	
1.	Identifikasi dan lokasi penelitian																
2.	Studi pustaka																
3.	Penyusunan proposal penelitian																
Penelitian																	
5.	Pengumpulan data																
6.	Pengolahan data																
7.	Analisis data																

Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Desa Polewali

Jumlah laki-laki	1.473 orang
Jumlah Perempuan	1.536 orang
Jumlah kepala keluarga	783 orang
Jumlah total	3.009 orang

Sumber ; publikasi badan pusat statistik, kabupaten pinrang (kecamatan suppa dalam angka2023)

Pada penelitian ini, penulis menentukan populasi berdasarkan pada jumlah keseluruhan penduduk desa polewali yaitu sebanyak 3.009 orang. dengan alasan bahwa terdapat program CSR yang dijalankan oleh PT. Biota Laut Ganggang yang mencakup/menyasar keseluruhan masyarakat.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ditentukan menggunakan suatu metode ilmiah. Dalam penelitian, sampel berperan sebagai perwakilan dari keseluruhan responden untuk mendapatkan informasi oleh peneliti. Dalam penelitian kuantitatif, sampel merupakan jumlah responden yang wajib dimintai keterangan oleh peneliti untuk mencapai tujuan penelitian.

Dalam penentuan sampel, penulis menggunakan teknik simple random sampling yang merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara random atau acak. Dalam pendekatan kuantitatif, sampel ditentukan berdasarkan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

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

keterangan :

n : ukuran sampel/jumlah reponden

N : ukuran populasi

e : presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang dapat

ditolerir, $e = 0,10$

untuk mengetahui sampel dalam penelitian ini maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{3009}{1 + 3009(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3009}{1 + 3009(0,01)}$$

$$n = \frac{3009}{1 + 30,09}$$

$$n = 96$$

Jadi, berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus di atas, maka ditemukan hasil bahwa dari 3.009 populasi, sebanyak 96 orang yang akan menjadi responden dalam penelitian ini.

D. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* serta melihat tingkat keberhasilan penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation*.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data primer adalah data asli yang sifatnya terbaru. Dalam memperoleh data primer, peneliti mengumpulkan secara langsung dengan cara observasi, wawancara ataupun penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini data primer merujuk pada opini subjek (responden) secara individual atau kelompok, opini subjek pada

penelitian ini mengacu pada pendapat responden yaitu staf atau karyawan PT. Biota Laut Ganggang yang bertanggungjawab dalam divisi CSR serta masyarakat Desa Polewali. Data primer dikumpulkan sesuai dengan kebutuhan penelitian serta dapat dikurangi apabila terdapat data temuan yang tidak sesuai dengan tujuan penelitian

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui media perantara, artinya bahwa data ini diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder umumnya merupakan data yang telah diolah sedemikian rupa sehingga dapat digunakan untuk kebutuhan statistic, data ini biasanya tersedia pada kantor atau instansi tertentu. Data sekunder pada dasarnya berwujud bukti, catatan atau laoporan historis yang disusun dalam bentuk dokumen baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder merujuk pada data-data perusahaan PT. Biota Laut Ganggang yang mencakup profil perusahaan serta data Desa Polewali yang mencakup informasi masyarakat Desa Polewali.

F. Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data

Teknik pengumpulan data didefinisikan sebagai suatu tahap yang harus dilalui peneliti dengan menentukan teknik yang akan digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis teknik pengumpulan dan pengukuran data, yakni teknik pengumpulan dan pengukuran data kualitatif dan kuantitatif dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lebih akurat hasilnya serta dapat dipertanggungjawabkan. Maka dari itu teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara dapat diartikan sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi antar dua orang atau lebih dengan tujuan untuk mengetahui atau mendapatkan informasi terkait dengan pendapat atau argument orang lain terhadap suatu fenomena atau peristiwa. Melalui teknik wawancara, tentu akan terjalin suatu interaksi yang lahir dari karakteristik sosial peneliti, keterampilan mewawancarai

serta tidak terlepas dari tingkat minat serta kekhawatiran responden terhadap isi kuesioner. Selain itu, untuk mendukung data-data yang disajikan, peneliti juga tidak terlepas dari beberapa referensi terkait dengan objek tanggungjawab sosial perusahaan.²⁷

Dalam penelitian ini, peneliti menyiapkan pertanyaan terstruktur dengan berpedoman pada indikator pada variabel penelitian guna mendapatkan data mengenai fenomena dengan lebih mendalam.

2. Observasi

Observasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan serta pencatatan yang sistematis mengenai fenomena atau gejala yang terjadi pada objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi untuk memfokuskan data terhadap tujuan penelitian, dengan kata lain bahwa peneliti berhak menentukan peristiwa yang perlu diamati sesuai dengan lingkup penelitiannya. Dalam penelitian ini observasi dibutuhkan untuk memahami program *Corporate Social Responsibility* oleh suatu perusahaan agar dapat dipahami konteksnya.

3. Kuesioner (angket)

Kuesioner atau angket merupakan lembaran yang berisi daftar pertanyaan yang telah disusun berdasarkan indikator variabel yang telah ditentukan sebelumnya dengan tujuan untuk mendapatkan data dari responden dalam hal ini adalah warga atau masyarakat yang berada dalam lingkup Desa Polewali. Teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner merupakan salah satu bagian dari penelitian kuantitatif, hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data dengan tingkat validitas dan reliabilitas setinggi-tingginya serta memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Metode pengumpulan data kuesioner bermanfaat bagi peneliti dalam menemukan jawaban terhadap identifikasi masalah pada tingkat keberhasilan

²⁷ Atwar Bajari, *Metode Penelitian Komunikasi*, ed. by nunik siti Nurbaya (bandung: simbiosis rekayasa media, 2017).

penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang, metode ini dapat membantu peneliti dalam mengukur tingkat keberhasilan program tersebut menggunakan analisis statistic.

4. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dilakukan untuk menemukan data mengenai variabel yang berupa laporan, dokumen tertulis, gambar serta dokumen pendukung lainnya. Pada teknik pengumpulan data ini tentu merujuk pada keterkaitan antar penelitian dengan dokumen tersebut. Pada bagian dokumentasi, peneliti mengumpulkan data yang dapat menunjang proses penelitian, dengan tetap berfokus pada objek kajian *community relation*.

G. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data, selanjutnya adalah penulis menganalisis data temuan tersebut. Pada tahapan analisis data, penulis menggunakan Teknik analisis data berdasarkan metode kualitatif dan metode kuantitatif. Lebih lanjut penulis Teknik analisis data sebagai berikut:

1. Teknik Analisis Data Kualitatif

a. Reduksi Data

Teknik analisis dengan reduksi data merupakan suatu Teknik yang memuat rangkaian tahapan seperti meringkas data, mengkode, menelusur tema kemudian membuat gugus-gugus. Proses reduksi data dalam penelitian kualitatif berfokus pada pemilihan dan pemusatan perhatian terhadap penyederhanaan informasi dari temuan data berdasarkan fenomena lapangan. Teknik ini kemudian meringkas hasil pengumpulan data menjadi suatu konsep, kategori atau tema yang bersifat berulang.²⁸

Pada penelitian ini, reduksi data digunakan untuk menyederhanakan temuan data terkait dengan penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Gaggang.

²⁸ Ahmad Rijali, 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2019), 81 <<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>>.

b. Penyajian Data

Penyajian data merujuk pada proses penyusunan informasi yang membentuk sebuah fakta menjadi argument yang data dipahami. Dalam penelitian kualitatif, bentuk penyajian data meliputi teks naratif berupa catatan lapangan, dapat pula 40ambar dalam bentuk matriks, bagan, grafik atau bahkan jaringan.

c. Verifikasi

Pada tahap verifikasi, penulis berusaha untuk memverifikasi temuan terhaap fakta lapangan kemudian menyajikan 40ambaran40n. Dalam proses verifikasi data, apabila data yang ditemukan tidak cukup untuk menjadi bahan pendukung dalam pengumpulan data di masa yang akan 40ambar maka peneliti wajib melakukan revisi terhadap 40ambaran40n awal yang menjadi hasil penelitian. Sebaliknya, apabila data yang ditemukan didukung oleh bukti dan peneliti kembali ke lapangan dengan tujuan untuk mendapatkan data maka dapat dipastikan bahwa data tersebut dapat dipercaya.

Pada penelitian ini, penulis menginterpretasikan data temuan lapangan berlandaskan pada teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis yakni, observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan tujuan untuk mendapatkan 40ambaran mengenai penerapan program *Corporate Social Responsibility* pada PT. Biota Laut Ganggang.

2. Teknik Analisis Data Kuantitatif

a. Uji validitas

Uji validitas mempunyai arti yang merujuk pada keberhasilan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran dengan tepat dan cermat terhadap suatu gejala yang diteliti. Validitas dalam suatu tes dapat dikatakan tinggi apabila alat tersebut memberikan hasil yang sesuai dengan maksud atau harapan dilakukannya pengukuran tersebut. Berikut adalah rumus yang digunakan dalam melakukan pengujian validitas terhadap suatu gejala :

$$r = \frac{NXY - (X)(Y)}{\sqrt{(N_x^2 - (x)^2)(N_y^2 - (Y)^2)}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi person

N : banyak pasangan nilai X dan Y

XY : jumlah dari hasil kali nilai X dan nilai Y

X : jumlah nilai X

Y : jumlah nilai Y

x²: jumlah dari kuadrat nilai X

Y² : jumlah dari kuadrat nilai Y

Tabel 3.3 uji validitas variabel Y

No. item	Rxy (r hitung)	R tabel	Keterangan
1	0,552	0,1966	VALID
2	0,37924	0,1966	VALID
3	0,60885	0,1966	VALID
4	0,6265	0,1966	VALID
5	0,4529	0,1966	VALID
6	0,3893	0,1966	VALID
7	0,37832	0,1966	VALID
8	0,43403	0,1966	VALID
9	0,12409	0,1966	VALID
10	0,3208	0,1966	VALID
11	0,551	0,1966	VALID
12	0,4147	0,1966	VALID
13	0,4693	0,1966	VALID
14	0,5667	0,1966	VALID
15	0,5609	0,1966	VALID

Sumber : Data diolah dengan Microsoft excel

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi terhadap suatu gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula. Pada dasarnya, uji reliabilitas dapat dilakukan secara internal maupun

secara eksternal. Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengukuran alpha Cronbach dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{a}{n} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right)$$

Keterangan:

R : koefisien reliabilitas alpha croanbach

n : jumlah item

s : varian skor keseluruhan

si : varian masing-masing item

uji reliabilitas dilakukan untuk setiap item dengan menggunakan SPSS dengan tujuan untuk mendapatkan data temuan yang akurat mengenai tingkat reliabilitas data temuan penelitian yang telah dikumpulkan. Berikut adalah hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan berdasarkan pada 96 responden dengan 15 item pernyataan.

Tabel 3.4 uji reliabilitas variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	15

Sumber : Data diolah dengan SPSS

Diketahui bahwa suatu item dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0,6. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan SPSS ditemukan bahwa nilai Cronbach Alpha adalah 0,710 > 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item adalah reliabel.

c. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan upaya untuk mendeksripsikan hasil temuan penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan. Pada penelitian ini analisis statistic deskriptif menggunakan Mean, Median, Modus dan Deviasi Standar dengan tujuan untuk memberikan gambaran terhadap program *Corporate Social Responsibility* pada PT. Biota Laut Ganggang dalam Membangun *Community Relation* di Desa Polewali.

H. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, untuk proses penemuan data hingga penyajian data dapat dikatakan sah apabila data temuan telah diuji dan memenuhi kriteria untuk dapat dijadikan sebagai penelitian ilmiah. Ada 4 aspek yang menjadi acuan terhadap data dalam penelitian kualitatif, diantaranya yaitu sebagai berikut:²⁹

1. *Credibility* (derajat kepercayaan)

Derajat kepercayaan merupakan kriteria yang digunakan untuk memenuhi nilai kebenaran terhadap data temuan informasi. Data temuan kualitatif dapat dikatakan memiliki derajat kepercayaan yang tinggi apabila temuan tersebut mencapai tujuan penelitian, yaitu mengeksplorasi masalah secara mendalam. Tingkat kredibilitas data yang tinggi dapat tercapai apabila responden dalam suatu penelitian ilmiah merupakan responden yang benar-benar mengenali dan memahami objek yang menjadi bahasan wawancara.

2. *Transferability* (Keteralihan)

Kriteria keteralihan merujuk pada ukuran ketepatan dari suatu hasil penelitian, dalam arti bahwa derajat keteralihan digunakan sebagai aspek penilaian terhadap tingkat penemuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada bagian ini, peneliti dapat menguraikan dengan jelas mengenai data temuan yang diperoleh dari lapangan, hal ini dapat menjadi kontribusi untuk penelitian lanjutan terkait dengan data atau hasil temuan penelitian.

3. *Dependability* (Kebergantungan)

Aspek kebergantungan merupakan salah satu kriteria untuk mengukur sejauh mana tingkat konsistensi hasil penelitian ketika suatu penelitian dilakukan dengan metode yang sama namun dengan peneliti dan waktu yang berbeda. Dependability dimaknai sebagai reliabilitas untuk melakukan replika studi dengan melakukan pemeriksaan yang melibatkan proses analisis data serta referensi yang mendukung secara menyeluruh.

²⁹ Dedi Susanto, Risnita, and M. Syahrani Jailani, 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah', *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1.1 (2023), 53–61 <<https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>>.

4. *Confirmability* (Kepastian)

Kepastian dalam penelitian kualitatif lebih condong sebagai suatu konsep transparansi, dalam artian peneliti bersedia untuk mengungkapkan secara terbuka mengenai proses dan elemen penelitian sehingga memungkinkan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian terkait dengan hasil temuan penelitiannya.

5. *Authenticity* (Keaslian)

Keaslian data yang disajikan kepada penerima informasi harus benar-benar terjaga, data yang disajikan harus dapat dipastikan bahwa tidak ada pihak lain yang telah melakukan perubahan terhadap data-data tersebut.

I. Instrument penelitian

Instrument penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu gejala sebagai fenomena yang menjadi objek pengamatan peneliti. Instrument penelitian digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang sesuai. Pada penelitian ini, penulis menggunakan 2 jenis instrument penelitian yakni:

1. instrument penelitian kualitatif yang berlandaskan pada pedoman wawancara yang disusun menurut indikator dari variable yang telah ditentukan, untuk mendapatkan hasil yang menggambarkan penerapan program *Corporate Social Responsibility* pada PT. Biota Laut Ganggang.
2. pendekatan kuantitatif penulis menggunakan pedoman kuesioner dengan pertanyaan yang telah dibuat berdasarkan indikator pada variable yang telah diukur. Instrument penelitian kuantitatif akan diukur menggunakan skala likert dilengkapi dengan 3 opsi jawaban yang telah disediakan yakni : Ya, Tidak, dan Ragu-ragu dimana untuk setiap opsi jawaban akan diberikan bobot nilai yang berbeda. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang akurat mengenai tingkat keberhasilan penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang.

J. Definisi operasional variabel

Definisi operasional variable adalah segala sesuatu yang menjadi objek

dalam penelitian, oleh karena itu peneliti perlu untuk merumuskan definisi operasional variable dalam penelitian ini. Definisi operasional variable merujuk pada dua aspek variable, yaitu variable dependent dan variable independen. Variable independent (variable bebas) merupakan variable penyebab atau variable pendahulu yang menimbulkan atau memberikan pengaruh akibat, sementara itu variable dependen (variable terikat) didefinisikan sebagai gejala yang muncul sebagai objek yang dipengaruhi dengan kata lain bahwa variable ini merupakan konsekuensi dari variabel terdahulu. Pada penelitian ini, program CSR merupakan variable independent sedangkan community relation merupakan variabel dependen.

Tabel 3.7 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Corporate social responsibility (X)		proporsi bantuan	
		transparansi dan akuntabilitas	
		Cakupan wilayah (coverage area)	
		Perencanaan, mekanisme, monitoring dan evaluasi	
		Pelibatan stakeholder (stakeholder engagement)	
		Keberlanjutan (sustainability)	
Community relation (Y)		Kerjasama yang baik	
		Penghidupan yang layak	
		Memperbaiki mutu hidup masyarakat sekitar	
		Kesejahteraan bersama	
		Saling menghormati antar perusahaan dengan masyarakat sekitar	

		Kesempatan untuk menjadi tenaga kerja lokal di perusahaan.	
--	--	--	--



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini merupakan paparan data temuan penelitian yang disajikan dengan topik yang sesuai dengan temuan data lapangan setelah penulis melakukan analisis data. Hasil penelitian yang disajikan dapat berupa gambaran mengenai suatu fenomena atau kejadian yang terjadi dilapangan. hasil observasi dan wawancara serta penyebaran kuesioner penelitian untuk disusun menjadi karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Hasil wawancara dan olah data yang telah dilakukan, selanjutnya penulis susun menjadi poin poin yang diuraikan untuk memberikan penjelasan terkait dengan hasil temuan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.

Pada penelitian ini, penulis memperoleh data dari responden dengan latar belakang yang beragam sehingga memungkinkan penulis untuk mendapatkan data yang beragam pula dari jumlah sampel sebanyak 96 masyarakat desa polewali, selanjutnya data hasil wawancara diperoleh oleh peneliti melalui 2 orang informan yakni Staff HR PT. Biota Laut Ganggang dan Kepala Desa Polewali.

1. Penerapan Program Corporate Social Responsibility Pada PT. Biota Laut Ganggang Dalam Membangun Community Relation Di Desa Polewali

Dasar penerapan program CSR sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat yaitu adanya konsep tranparansi, dalam hal ini merujuk pada bentuk program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan, dana yang dialokasikan untuk program CSR, dampak yang ditimbulkan khususnya bagi masyarakat/komunitas setempat serta kuantitas pelibatan stakeholder dalam penyusunan hingga pada tahap pendistribusian manfaat yang dilaksanakan oleh perusahaan.

Tanggungjawab sosial perusahaan, mengacu pada tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat yang berada di lokasi sekitar perusahaan.

Perusahaan yang beroperasi dilingkungan masyarakat memerlukan suatu upaya untuk dapat membangun hubungan baik dengan masyarakat atau komunitas di sekitar perusahaan tersebut sehingga PT. Biota Laut Ganggang memfokuskan perhatian untuk mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat sekitar dengan berupaya untuk melaksanakan program CSR dengan sebaik-baiknya.

Bentuk program CSR yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan, berdasarkan undang undang yang mengatur mengenai tanggungjawab sosial perusahaan, bahwa perusahaan berlandaskan pada konsep pemberdayaan dan kebutuhan masyarakat, ibu Dwi Yustikasari selaku staff HR PT.BLG, mengatakan bahwa:

“Penentuan program atau bentuk CSR yang dilaksanakan oleh PT.BLG ini adalah berdasarkan pada kebutuhan masyarakat dengan tetap mempertimbangkan kondisi, seperti pada hari besar keagamaan.”³⁰

hal tersebut sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Kepala Desa Polewali:

“Dalam proses pendistribusian tanggungjawab sosialnya, PT.BLG ini mendasarkan pelaksanaannya pada kebutuhan masyarakat, seperti sembako untuk masyarakat dengan tingkat kesejahteraan yang rendah serta beberapa aspek lainnya seperti dukungan yang ditunjukkan dalam hal pembangunan atau perbaikan infrastruktur desa.”³¹

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat diketahui bahwa bentuk program CSR yang diterapkan oleh PT. BLG berlandaskan pada kebutuhan masyarakat dan kondisi yang dapat disesuaikan waktu pendistribusian manfaat oleh perusahaan (dalam bentuk program CSR). Mekanisme pendistribusian manfaat yang diterapkan oleh PT.BLG tidak mencakup keseluruhan masyarakat, melainkan terdapat beberapa kriteria yang menjadi fokus perusahaan sebagai tolok ukur dalam mendistribusikan tanggungjawab sosialnya. Salah satu kriteria tersebut adalah, untuk pemenuhan kebutuhan pokok yang difokuskan pada masyarakat dengan tingkat kesejahteraan sosial dan ekonomi yang masih berada pada tingkat

³⁰ Dwi Yustikasari, PT. Biota Laut Ganggang , wawancara di Desa Polewali tanggal 10 mei 2024.

³¹ H. Muhammad Tahang, Kepala Desa Polewali, Wawancara Di Desa Polewali Tanggal 31 Mei 2024.

yang rendah. Selain upaya untuk mendukung kesejahteraan masyarakat, PT.BLG juga memperhatikan beberapa aspek dalam upaya untuk mendorong pembangunan berkelanjutan dengan memberikan perhatian pada kondisi lingkungan/infrastruktur desa.

lebih lanjut, ibu Dwi menjelaskan mengenai waktu yang dibutuhkan dalam proses perencanaan hingga pada tahap pelaksanaan serta upaya perusahaan dalam mengidentifikasi program CSR yang sesuai untuk diterapkan di lokasi yang menjadi subjek program CSR:

“waktu yang dibutuhkan untuk tahap perencanaan hingga pada proses pendistribusian program CSR tersebut selama 1 bulan, terhitung dari tahap penyusunan konsep hingga pada tahap penyerahan manfaat tersebut. Adapun terkait dengan proses identifikasi program CSR yang akan diterapkan yaitu dengan mempertimbangkan lingkup sosial dan lingkungan sekitar perusahaan dengan tujuan agar dampak positif yang diharapkan oleh perusahaan dapat benar-benar dirasakan oleh masyarakat sekitar. Adapun untuk proses perencanaan programnya kami lakukan dengan persiapan data yang diperlukan terlebih dahulu setelah itu kami lanjutkan dengan proses penyerahan.”³²

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa dalam proses pendistribusian CSR oleh PT. Biota Laut Ganggang benar-benar dilaksanakan dengan terstruktur dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sekitar. Pendistribusian program CSR-nya mengacu pada beberapa kebutuhan-kebutuhan di bidang sosial, infrastruktur, keagamaan dan dalam bidang pengembangan bakat, sebagaimana yang dijelaskan oleh ibu Dwi selaku staff HR pada PT. Biota Laut Ganggang:

“Bentuk/jenis program yang dijalankan oleh perusahaan kami mengacu pada aspek sosial seperti pembagian sembako untuk warga sekitar, untuk bidang olahraga/pengembangan bakat kami turut serta mendukung dengan memberikan donasi, dalam bidang infrastruktur seperti perbaikan jalan dan pengadaan lampu jalan, serta dalam bidang keagamaan yang juga menjadi salah satu *program* prioritas kami yakni sumbangan untuk masjid dan pemberian hewan kurban untuk beberapa lokasi. Untuk proses

³² Dwi Yustikasari, PT.Biota Laut Ganggang, wawancara di Desa Polewali tanggal 10 mei 2024.

pendistribusian program CSR kami, pihak perusahaan/perwakilan perusahaan yang datang langsung ke kantor desa, masjid atau lokasi tempat pendistribusian CSR.”³³

Program CSR PT. Biota Laut Ganggang hadir untuk memaksimalkan kegiatan-kegiatan sosial dan keagamaan, selain sebagai program CSR yang menjadi prioritas perusahaan kegiatan sosial dan keagamaan merupakan salah satu kegiatan yang berdampak positif bagi masyarakat. Hal ini berdasarkan pada penjelasan ibu Dwi:

“perusahaan tentunya melakukan upaya untuk kemudian kami dapat memastikan bahwa program CSR yang kami laksanakan ini benar-benar merupakan suatu program yang mengacu pada kebutuhan dan pemberdayaan masyarakat, untuk itu kami konsisten untuk melakukan proses pendataan dengan lebih teliti khususnya pada desa yang menjadi prioritas perusahaan yakni desa polewali, desa lotang salo dan mallongi-longi.”³⁴

Pelaksanaan program CSR sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat sekitar setidaknya dijalankan minimal kepada masyarakat yang berada dalam lingkup aktivitas perusahaan, hal ini tentunya sebagai upaya untuk meminimalisir persepsi negative yang kemungkinan dapat diterima oleh perusahaan dalam proses operasionalnya. Adapun lokasi yang tercakup dalam target program CSR oleh PT.BLG, dijelaskan oleh ibu Dwi yakni:

“Ada beberapa daerah/lokasi yang menjadi prioritas kami dalam pelaksanaan program CSR, yakni kabupaten pinrang dan 3 desa yang berada dekat dengan perusahaan kami, yakni Desa Mallongi-Longi, Desa Polewali dan Desa Lotang Salo. Adapun alasan dari pemrioritasan tersebut yaitu, kabupaten pinrang merupakan tempat perusahaan kami beroperasi sedangkan untuk 3 desa yang sebelumnya saya sebutkan merupakan desa yang paling dekat dengan perusahaan kami sehingga kami berkomitmen untuk memberikan apa yang dapat kami berikan.”³⁵

³³ Dwi Yustikasari, PT.Biota Laut Ganggang , wawancara di Desa Polewali tanggal 10 mei 2024.

³⁴ Dwi Yustikasari, PT.Biota Laut Ganggang , wawancara di Desa Polewali tanggal 10 mei 2024.

³⁵ Dwi Yustikasari, PT.Biota Laut Ganggang , wawancara di Desa Polewali tanggal 10 mei 2024.

Tanggungjawab sosial yang dijalankan oleh PT. Biota Laut Ganggang hadir untuk memaksimalkan kegiatan sosial dan keagamaan. Dalam upaya untuk memastikan pelaksanaannya sesuai dengan target perusahaan PT. Biota Laut Ganggang tentunya konsisten melakukan upaya evaluasi dalam pelaksanaan program CSR-nya, Ibu Dwi mengemukakan bahwa:

“untuk proses evaluasi terkait dengan program CSR yang dijalankan oleh perusahaan kami, kami konsisten untuk melakukan pemeriksaan data-data yang kami terima dari pelaksanaan CSR yang telah kami lakukan. laporan hasil pendistribusian tersebut nanti kami pelajari kemudian kami lihat apa-apa saja yang dapat dievaluasi dari pelaksanaan program CSR saat ini sehingga dapat menjadi acuan dalam perbaikan pelaksanaan program CSR kami kedepannya.”³⁶

Ibu Dwi juga menjelaskan terkait dengan dana yang dialokasikan untuk program CSR oleh perusahaan, ia menjelaskan bahwa:

“Dana yang dialokasikan untuk pelaksanaan program CSR bersumber dari dana yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Adapun untuk besaran dana merupakan suatu hal yang tidak dapat dipastikan, tetapi disesuaikan dengan kebutuhan, hal ini kadang disebabkan oleh hal hal yang tidak terduga seperti adanya tambahan acara baru atau tambahan masyarakat yang akan diberikan donasi. Disisi lain, kami tetap mempertimbangkan program keagamaan untuk tetap menjadi program prioritas kami. Untuk dana CSR yang kami jalankan, strateginya adalah menyiapkan dana untuk kegiatan prioritas tetapi tetap mengalokasikan dana untuk kegiatan tidak terduga.”³⁷

Pelaksanaan program CSR oleh perusahaan tidak semata-mata sebagai bantuan sosial saja, akan tetapi dapat memberikan dampak bagi masyarakat khususnya berupa dukungan dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Ibu Dwi memberikan penjelasan terkait dengan dampak dari program yang telah dilaksanakan oleh PT.BLG:

“Tujuan utama dari pelaksanaan program CSR yang diterapkan oleh perusahaan kami tentunya untuk membuat masyarakat sekitar merasakan dampak baik dari berdirinya perusahaan kami. Kami juga melakukan beberapa upaya untuk memastikan ada dampak positif yang dapat

³⁶ Dwi Yustikasari, PT.Biota Laut Ganggang , wawancara di Desa Polewali tanggal 10 mei 2024.

³⁷ Dwi Yustikasari, PT.Biota Laut Ganggang , wawancara di Desa Polewali tanggal 10 mei 2024.

dirasakan oleh masyarakat setempat dengan melakukan pertemuan/komunikasi dengan pihak *setempat yang* berwenang. Kami juga konsisten melakukan pemantauan berkelanjutan Bersama pihak terkait sehingga pelaksanaan CSR menjadi lebih responsive.”³⁸

Keterlibatan karyawan dan masyarakat setempat dalam proses pendistribusian CSR menjadi salah satu upaya untuk menjaga hubungan baik antar stakeholder (masyarakat & karyawan perusahaan). Hubungan baik antar perusahaan dengan masyarakat dapat terjalin apabila perusahaan dapat menerima secara terbuka atau melibatkan masyarakat selain karyawan untuk dapat bergabung dalam proses pendistribusian CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan. Terkait dengan hal tersebut, Ibu Dwi memberikan keterangan:

“Perusahaan belum dapat memberikan ruang kepada karyawan untuk mengemukakan ide atau masukan mereka terkait dengan program CSR, keterlibatan karyawan dalam menyebarkan informasi terkait dengan program CSR juga masih sangat minim, hal ini dikarenakan informasi yang berjalan hanya dari mulut ke mulut. Sedangkan untuk keterlibatan dalam program CSR itu sendiri masyarakat selain karyawan sering ikut berpartisipasi, biasanya jika ada program CSR untuk masyarakat pasti masyarakat yang terkait ikut berpartisipasi seperti jika perusahaan memberikan hewan qurban maka masyarakat bergotong royong untuk menyembelih hewan qurban tersebut. Sedangkan untuk survey mengenai tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR yang perusahaan kami terapkan, kami belum pernah lakukan.”³⁹

Selaras dengan pernyataan yang dipaparkan oleh bapak Muhammad

Tahang, selaku Kepala Desa Polewali, bahwa:

“saya rasa belum ada dalam proses pelaksanaan tanggungjawab sosial yang diterapkan oleh perusahaan ini, untuk keterlibatan masyarakat secara aktif belum benar-benar diperlukan, Adapun untuk keterlibatan secara minimalis saya rasa juga tetap ada, hal ini dapat kita lihat pada keterlibatan masyarakat dalam proses pendistribusian sapi qurban hingga pada tahap eksekusinya itu tetap ada.”⁴⁰

³⁸ Dwi Yustikasari, PT. Biota Laut Ganggang , wawancara di Desa Polewali tanggal 10 mei 2024.

³⁹ Dwi Yustikasari, PT. Biota Laut Ganggang , wawancara di Desa Polewali tanggal 10 mei 2024.

⁴⁰ H. Muhammad Tahang, Kepala Desa Polewali, Wawancara Di Desa Polewali Tanggal 31 Mei 2024.

Berdasarkan penjelasan diatas, mengenai transparansi pelaksanaan dan pendistribusian program CSR yang dilaksanakan oleh PT. BLG bahwa untuk keterbukaan mengenai program tersebut tidak secara langsung kepada masyarakat, melainkan melalui perantara aparat desa yang memikul tanggungjawab untuk memberikan informasi apabila proses pendistribusian program CSR oleh perusahaan hendak dilakukan.

Kepala desa polewali menjelaskan terkait dengan komitmen jangka panjang perusahaan, sesuai dengan keterangan berikut:

“terkait dengan komitmen jangka panjang perusahaan, saya melihat bahwa dengan perusahaan konsisten untuk menyerap tenaga kerja lokal yang berada dalam lingkup perusahaan seperti masyarakat desa polewali yang saat ini saya rasa Sebagian besar menjadi tenaga kerja di dalam perusahaan tersebut. Hal ini menurut saya, merupakan suatu komitmen, dimana perusahaan dengan terbuka menunjukkan upaya untuk memberdayakan masyarakat sekitar.”⁴¹

Salah satu bentuk tanggungjawab moral yang ditunjukkan oleh perusahaan kepada masyarakat sekitar adalah, dengan adanya upaya untuk menyerap tenaga kerja lokal sebagai bentuk pemberdayaan untuk kesejahteraan masyarakat. PT. BLG menunjukkan konsistensi dengan berkomitmen untuk secara bertahap memberikan jabatan yang pantas kepada masyarakat dengan kinerja yang baik.

Berdasarkan penyajian data hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa, PT. Biota laut Ganggang mendasarkan pelaksanaan program CSR-nya pada kebutuhan masyarakat dengan memprioritaskan programnya pada masyarakat yang membutuhkan, dengan proses perencanaan hingga evaluasi yang membutuhkan waktu 1 bulan lamanya atau menyesuaikan dengan kondisi. Proses identifikasi program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Biota Laut Ganggang untuk Menyusun program yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat sehingga secara khusus mempertimbangkan lingkup sosial dan lingkungan sekitar perusahaan.

⁴¹ H. Muhamad Tahang, Kepala Desa Polewali, Wawancara Di Desa Polewali Tanggal 31 Mei 2024.

PT. Biota Laut Ganggang Menyusun bentuk/jenis program setelah proses perencanaan dengan mengobservasi kebutuhan-kebutuhan masyarakat, beberapa jenis program yang menjadi Riwayat penerapan program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Biota Luat Ganggang yaitu berupa pembagian sembako, donasi pada turnamen olahraga, perbaikan jalan, pengadaan lampu jalan, sumbangan masjid dan pendistribusian hewan qurban. Proses pendistribusian tersebut dilakukan oleh pihak perusahaan secara langsung ataupun menggunakan mekanisme tertentu dengan menjalin komunikasi bersama pemerintah setempat.

Dalam pelaksanaannya, PT. Biota Laut Ganggang tidak menetapkan besaran/jumlah secara rinci mengenai dana yang akan dikeluarkan untuk pelaksanaan program CSR-nya namun, perusahaan tersebut menyesuaikan dana dengan kebutuhan untuk setiap bentuk program CSR yang dilaksanakan, hal ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat sekitar dapat merasakan bentuk dukungan yang diberikan oleh perusahaan dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pada tahap evaluasi, PT. Biota Laut Ganggang tidak memiliki mekanisme tertentu untuk mengukur tingkat eektivitas program CSR yang telah dilaksanakan, akan tetapi pihak perusahaan rutin melaksanakan pertemuan dengan pihak pejabat setempat dalam upaya untuk memaksimalkan pelaksanaan program CSR yang akan dilaksanakan berikutnya dengan berpedoman pada pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan sebelumnya.

2. Tingkat Keberhasilan Penerapan Program CSR Pada PT. Biota Laut Ganggang Dalam Membangun Community Relation Di Desa Polewali

Program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang diterapkan berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang secara langsung memuat mengenai tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat yang wajib dijalankan demi mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dilaksanakan dalam bentuk kepedulian moral perusahaan kepada lingkungan sekitarnya. PT. Biota Laut Ganggang menghadirkan program tanggungjawab sosialnya dengan konsep pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat yang membutuhkan, dalam hal ini secara khusus bagi masyarakat prasejahtera serta beberapa program juga dijalankan untuk masyarakat secara umum.

Tingkat keberhasilan penerapan suatu program CSR tersirat dalam kualitas hubungan yang terjalin antar perusahaan dengan komunitas setempat, setidaknya tergambar dalam bentuk hubungan yang terjalin antar perusahaan dengan masyarakat yang berada dalam lingkup operasional perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dari responden sebanyak 96 masyarakat desa polewali dengan latar belakang Pendidikan yang beragam, dan pekerjaan yang beragam pula dengan minimal umur 20 tahun, ditemukan data yang disajikan dalam tabel yang diuraikan berdasarkan item pertanyaan, berikut uraian hasil penelitian pada masyarakat desa polewali:

Tabel 4.1 item 1 terkait masyarakat yang pernah menerima manfaat oleh PT. BLG

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	61	64%
Ragu-ragu	7	7%
Tidak setuju	28	29%

Sumber : data penelitian

n=96

Berdasarkan tabel yang disajikan di atas, ditemukan bahwa tanggapan masyarakat terkait dengan “masyarakat yang pernah menerima manfaat dari perusahaan PT.BLG” sebesar 64% (61 orang) masyarakat menjawab ya, 7% (7 orang) masyarakat menjawab ragu-ragu dan sebanyak 29% (28 orang) masyarakat menyatakan bahwa tidak pernah menerima manfaat dari perusahaan.

Tabel 4.2 item 2 tingkat cakupan wilayah pendistribusian CSR oleh PT.BLG

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	29	30%
Ragu-ragu	31	32%
Tidak setuju	36	38%

Sumber : data penelitian n=96

Dari tabel frekuensi item 2 pada variabel Y disajikan dalam bentuk tabel diatas. Berdasarkan tabel presentasi data yang disajikan, diketahui bahwa sebanyak 30% (29 orang) masyarakat beranggapan bahwa program CSR PT. Biota Laut Ganggang telah mencakup keseluruhan masyarakat dalam pelaksanaan program CSR-nya, 32% (31 orang) masyarakat ragu-ragu dengan pernyataan tersebut dan sebanyak 38% (36 orang) masyarakat beranggapan bahwa program CSR perusahaan ini belum sepenuhnya mencakup komunitas dengan baik.

Tabel 4.3 item 3 daerah yang tidak tercakup oleh program CSR yang diterapkan PT.BLG

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	42	44%
Ragu-ragu	31	32%
Tidak setuju	23	24%

Sumber: data penelitian n=96

Berdasarkan data frekuensi Y pada item 3 diketahui bahwa 44% (42 orang) masyarakat berpendapat bahwa masih terdapat daerah tertentu yang tidak mendapat perhatian perusahaan dalam penerapan program CSR-nya, sedangkan 32% (31 orang) masyarakat ragu-ragu dengan pernyataan tersebut dan 24% (23 orang) masyarakat lainnya beranggapan bahwa tidak terdapat daerah tertentu dikomunitas mereka yang kurang mendapat perhatian perusahaan dalam bentuk program CSR.

Tabel 4.4 item 4 konsistensi perusahaan dalam memberikan informasi terkait dengan pelaksanaan CSR-nya

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	23	24%
Ragu-ragu	36	37%
Tidak setuju	37	39%

Sumber : data penelitian n=96

Berdasarkan tabel frekuensi pada item ke empat yang disajikan di atas, ditemukan bahwa sebanyak 24% (23 orang) masyarakat menyatakan bahwa perusahaan konsisten dalam memberikan informasi terkait dengan proram CSR yang mereka jalankan, sementara itu sebanyak 37% (36 orang) masyarakat ragu-ragu terkait dengan pernyataan tersebut dan 39% (37 orang)

lainnya menyatakan bahwa perusahaan tidak konsisten dalam memberikan informasi terkait dengan program CSR perusahaan mereka.

Tabel 4.5 item 5 apakah anda pernah terlibat dalam proses pendistribusian manfaat oleh perusahaan

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	11	12%
Ragu-ragu	6	6%
Tidak setuju	79	82%

Sumber : data penelitian n=96

Berdasarkan data yang dikumpulkan pada item kelima variabel Y ditemukan bahwa sebanyak 12% (11 orang) masyarakat pernah terlibat dalam proses pendistribusian manfaat yang dilakukan oleh perusahaan, 6% (6 orang) masyarakat menyatakan ragu-ragu atas pernyataan tersebut dan sebanyak 82% (79 orang) tidak pernah terlibat dalam proses pendistribusian manfaat oleh perusahaan.

Tabel 4.6 item 6 konsistensi PT.BLG dalam memberikan manfaat kepada masyarakat melalui program CSR

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	62	65%
Ragu-ragu	27	28%
Tidak setuju	7	7%

Sumber : data penelitian n=96

Berdasarkan tabel diatas, ditemukan data bahwa sebanyak 65% (62 orang) masyarakat menyatakan bahwa PT.BLG konsisten dalam memberikan manfaat kepada masyarakat melalui program CSR, 28% (27 orang) masyarakat menyatakan ragu-ragu atas pernyataan tersebut sedangkan 7% (7 orang)

masyarakat lainnya tidak setuju bahwa PT.BLG konsisten memberikan manfaat kepada masyarakat melalui program CSR.

Tabel 4.7 item 7 kesempatan masyarakat untuk terlibat secara langsung dalam perencanaan hingga tahap evaluasi program CSR PT.BLG

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	31	32%
Ragu-ragu	30	31%
Tidak setuju	35	37%

Sumber : data penelitian n=96

Berdasarkan data diatas, ditemukan bahwa sebanyak 32% (31 orang) masyarakat mengatakan beranggapan bahwa PT.BLG memberikan kesempatan kepada mereka untuk dapat terlibat secara langsung dalam proses pendistribusian hingga pada tahap evaluasi program CSR yang mereka laksanakan, sementara itu 31% (30 orang) masyarakat menyatakan keraguan atas pernyataan tersebut dan 37% (35 orang) masyarakat lainnya tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.8 item 8 pelibatan tokoh masyarakat/pejabat daerah/pihak yang berkepentingan dalam pelaksanaan CSR

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	68	71%
Ragu-ragu	18	19%
Tidak setuju	10	10%

Sumber : data penelitian n=96

Berdasarkan tabel frekuensi Y pada item 8 yang disajikan diatas, diketahui bahwa 71% (68 orang) masyarakat menjawab Ya untuk pernyataan terkait dengan tingkat keterlibatan tokoh masyarakat atau pihak yang

berkepentingan dalam pelaksanaan program CSR oleh PT.BLG, sedangkan 19% (18 orang) masyarakat lainnya ragu-ragu terkait dengan keterlibatan tersebut dan 10% (10 orang) masyarakat menyatakan tidak untuk pernyataan tersebut.

Tabel 4.9 item 9 pelibatan pihak terkait dengan komunitas setempat dengan baik dalam pelaksanaan program CSR

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	64	67%
Ragu-ragu	27	28%
Tidak setuju	5	5%

Sumber : data penelitian n=96

Berdasarkan tabel frekuensi data pada item 9 yang disajikan diatas, ditemukan bahwa sebanyak 67% (64 orang) masyarakat mengatakan ya untuk keterlibatan stakeholder dengan baik, 28% (27 orang) masyarakat ragu-ragu terkait dengan pernyataan tersebut sedangkan 5% (5 orang) lainnya menyatakan tidak untuk pernyataan tersebut.

Tabel 4.10 item 10 mekanisme pelaksanaan program CSR yang dilaksanakan oleh PT.BLG

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	24	25%
Ragu-ragu	33	34%
Tidak setuju	39	41%

Sumber: frekuensi Y item 10

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa untuk pernyataan variabel Y pada item 10, sebanyak 25% (24 orang) masyarakat menjawab ya, 34% (33 orang) masyarakat menyatakan ragu-ragu dalam pernyataan tersebut dan 41% (39 orang) lainnya menjawab tidak.

Tabel 4.11 item 11 pelibatan stakeholder dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	72	75%
Ragu-ragu	16	17%
Tidak setuju	8	8%

Sumber : data penelitian n=96

Berdasarkan tabel frekuensi Y untuk item 11 diatas, ditemukan data bahwa untuk pernyataan item 11 mengenai keterlibatan stakeholder dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR PT.BLG dengan baik, sebanyak 75% (72 orang) masyarakat menyatakan Ya, 17% (16 orang) masyarakat ragu-ragu atas pernyataan tersebut dan 8% (8 orang) lainnya menjawab tidak atas pelibatan stakeholder yang baik dalam penerapan program CSR PT.BLG.

Tabel 4.12 item 12 keterbukaan perusahaan dalam mengkomunikasikan informasi mengenai program CSR perusahaan

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	30	31%
Ragu-ragu	45	47%
Tidak setuju	21	22%

Sumber : data penelitian n=96

Berdasarkan data di atas, ditemukan bahwa sebanyak 31% (30 orang) masyarakat menyatakan ya untuk keterbukaan perusahaan dalam

mengkomunikasikan informasi mengenai program CSR mereka kepada masyarakat, sementara itu sebanyak 47% (45 orang) masyarakat ragu-ragu atas pernyataan tersebut dan 22% (21 orang) lainnya menyatakan tidak.

Tabel 4.13 item 13 mekanisme/prosedur tertentu untuk memantau efektivitas penerapan program CSR

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	28	29%
Ragu-ragu	45	47%
Tidak setuju	23	24%

Sumber: data penelitian n=96

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 29% (28 orang) masyarakat mengatakan Ya terkait dengan adanya mekanisme tertentu untuk memantau efektivitas program CSR yang diterapkan oleh PT.BLG, sedangkan 47% (45 orang) masyarakat menjawab Ragu-Ragu atas pernyataan tersebut dan 24 % (23 orang) masyarakat lainnya Tidak Setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.14 item 14 keberhasilan perusahaan dalam membangun kemandirian masyarakat/komunitas lokal untuk memastikan keberlanjutan programnya

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	55	57%
Ragu-ragu	24	25%
Tidak setuju	17	18%

Sumber : data penelitian n=96

Berdasarkan tabel frekuensi variabel Y pada item 14, diketahui bahwa 57% (55 orang) masyarakat menjawab Ya terkait dengan kemandirian masyarakat melalui program CSR yang dilaksanakan oleh PT.BLG,

sedangkan 25% (24 orang) masyarakat menyatakan Ragu-Ragu atas pernyataan tersebut dan 18% (17 orang) lainnya menyatakan Tidak Setuju.

Tabel 4.15 item 15 komitmen jangka panjang perusahaan dalam memastikan keberlanjutan program CSR

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Ya	72	75%
Ragu-ragu	19	20%
Tidak setuju	5	5%

Sumber: data penelitian n=96

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa 75% (72 orang) masyarakat menjawab Ya untuk komitmen jangka Panjang perusahaan untuk memastikan keberlanjutan program CSR-nya, 20% (219 orang) masyarakat menjawab Ragu-Ragu dan 5% (5 orang) masyarakat menjawab Tidak.

Tabel 4.16 uji deskriptif statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
communityrelation	96	19	45	32.67	5.150
Valid N (listwise)	96				

Sumber : Data diolah dengan SPSS

Hasil uji statistic deskriptif perlu dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui/melihat interpretasi data secara umum seperti nilai rata-rata (mean), nilai tertinggi (max), nilai terendah (min) dan standar deviasi untuk variabel *community relation* (Y).

Berdasarkan hasil uji deskriptif statistik yang telah dilakukan untuk variabel *community relation* (Y), ditemukan data seperti yang disajikan dalam tabel diatas, sehingga diketahui bahwa nilai minimum adalah 19 dengan nilai maximum yaitu 45 sedangkan untuk rata-rata (mean) yaitu 32,67 dengan standar deviasi 5,150.

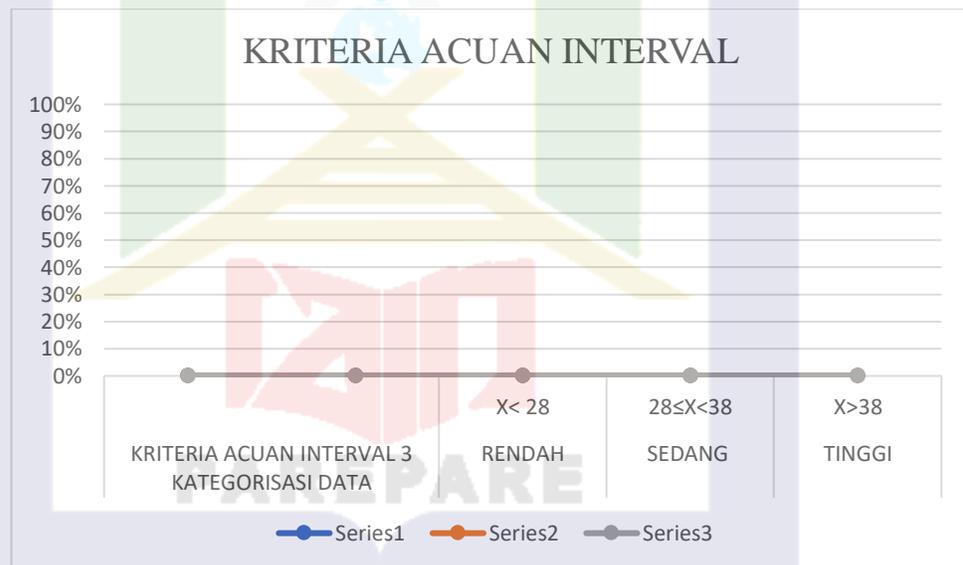
Berdasarkan uji deskriptif statistik yang telah dilakukan, selanjutnya peneliti merumuskan distribusi frekuensi dengan tujuan untuk mendeskripsikan hasil penelitian menggunakan kuesioner pada masyarakat Desa Polewali, berikut adalah rumusan tabulasi distribusi frekuensi berdasarkan data temuan penelitian:

Tabel 4.17 Kriteria Acuan Interval

KRITERIA ACUAN INTERVAL 3 KATEGORISASI DATA	
RENDAH	$X < 28,21803$
SEDANG	$28,21803 \leq X < 38,01113$
TINGGI	$X > 38,01113$

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS

Gambar 4.1 Kriteria Acuan Interval



Sumber : Data Diolah Dengan Microsoft Excel

Berdasarkan hasil pengolahan data kriteria acuan interval yang telah disajikan di atas, kita dapat menarik Kesimpulan bahwa, dalam penentuan kategorisasi data dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pada hasil yang ditemukan di atas sehingga diketahui bahwa, untuk kriteria data dapat dikatakan rendah apabila nilai X (nilai skor total) < 28 , jika interval nilai

berada di antara 28-38 maka data berada dalam kategori sedang, sedangkan untuk data yang berada pada interval >38 berada pada kategori tinggi.

B. PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan, peneliti memberikan gambaran mengenai data hasil penelitian berdasarkan gagasan yang disusun oleh peneliti. Bagian ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya oleh peneliti. Pada bagian ini, akan membahas fakta serta data yang telah ditemukan dalam proses penelitian yang telah dianalisis berdasarkan metode analisis yang digunakan. Berikut adalah gambaran hasil penelitian penulis:

1. Penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang Dalam Membangun Community Relation Di Desa Polewali

Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk realisasi dari kewajiban perusahaan dalam upaya untuk mendorong kesejahteraan masyarakat yang dilatarbelakangi oleh tanggungjawab moral serta bukan hanya sekedar upaya untuk memenuhi kewajiban perusahaan yang tercantum di dalam peraturan perundang-undangan. Tujuan penerapan program CSR bagi perusahaan salah satunya agar keberlangsungan perusahaan dapat terjamin oleh adanya komitmen untuk saling menguntungkan. Hal tersebut sejalan dengan fokus teori legitimasi yang mengemukakan bahwa teori legitimasi dapat menjadi suatu konsep yang menjembatani terbentuknya Gambaran mengenai ketidaksesuaian yang terjadi antara nilai-nilai yang berlaku disekitar wilayah operasional perusahaan tersebut, Sebagai upaya untuk memenuhi tanggungjawab yang menjadi kewajiban perusahaan.⁴² pelaksanaan CSR oleh PT.BLG menitikberatkan programnya pada pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam bidang sosial, keagamaan dan infrastruktur. Dalam upaya pemenuhan tanggungjawab tersebut, PT.BLG melaksanakan tanggungjawab sosialnya sebagai berikut:

a) Pemenuhan Kebutuhan Pokok Masyarakat

⁴² Meutia.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu konsep tanggungjawab sosial yang digagas oleh pemerintah melalui undang-undang yang secara khusus mengatur kewajiban yang harus dijalankan oleh perusahaan kepada masyarakat setempat. Tujuan dari pelaksanaan konsep CSR ini adalah untuk menjamin jangka panjang operasional perusahaan dengan menjalin hubungan yang baik dengan stakeholder yang terlibat. Hal ini berbanding lurus dengan pokok bahasan teori legitimasi yang dikemukakan oleh Dowling & Pfeffer (1975), bahwa keberlangsungan suatu perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan dalam memberikan manfaat atau setidaknya menunjukkan dukungan dalam menunjang kesejahteraan di bidang sosial, ekonomi atau politik untuk sama-sama mencapai tujuan yang diinginkan.

Pemenuhan kebutuhan pokok menjadi salah satu program CSR yang dijalankan oleh PT.BLG dengan tingkat konsistensi yang tinggi, hal tersebut dapat terlihat dari pelaksanaan yang rutin dilakukan setiap tahunnya pada waktu tertentu seperti pada hari raya idul fitri serta pendistribusian sapi qurban untuk lebaran idul adha. PT.BLG untuk setiap tahunnya mendistribusikan sembako dan sapi qurban sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. pendistribusian ini konsisten dilakukan oleh pihak perusahaan dengan mengutamakan 3 desa yang menjadi perhatian utama perusahaan, yakni Desa Polewali, desa Lotang Salo dan Mallongi-Longi dengan tingkat pendistribusian yang disesuaikan dengan keadaan masyarakat di setiap lokasi. Hal tersebut merupakan gambaran dari upaya perusahaan untuk mereduksi ketidaksielarasan antar perusahaan dengan masyarakat setempat yang secara tidak langsung perusahaan terikat kontrak sosial dengan masyarakat dimana perusahaan wajib melaporkan aktivitas sosialnya agar dapat diterima dan dilegitimasi oleh masyarakat.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Melanie Nurjani) bahwa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat diperlukan adanya dukungan dari pihak selain pemerintah, hal ini merujuk pada peran perusahaan untuk dapat berpartisipasi dalam menangani permasalahan sosial masyarakat dengan tidak hanya berfokus pada profit saja tetapi dapat ikut serta dalam merancang peningkatan kualitas dan kesejahteraan hidup masyarakat.⁴³ dengan pelaksanaan CSR yang konsisten diterapkan oleh PT.BLG, masyarakat dapat menerima dengan baik aktivitas operasional perusahaan selama perusahaan tetap memperhatikan dampak dan meminimalisir efek negative yang mungkin saja ditimbulkan dalam aktivitasnya, dalam artian bahwa keberlanjutan suatu perusahaan bergantung pada dukungan stakeholder/masyarakat setempat. argumentasi tersebut sesuai dengan hasil penelitian oleh (afriani, 2023) bahwa program CSR yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekaligus meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat dengan kata lain bahwa program CSR berperan sebagai suatu konsep yang menjadi wadah bagi perusahaan dalam proses adaptasinya dengan lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil penelitian dengan mewawancarai salah satu staff PT. Biota Laut Ganggang diketahui bahwa, dalam menjalankan program CSR-nya pihak perusahaan menysasar pada masyarakat yang membutuhkan dalam hal ini bahwa salah satu kriteria yang cukup dipertimbangkan oleh PT. Biota Laut Ganggang dalam melaksanakan program CSR adalah tingkat ekonomi masyarakat. disisi lain, hasil penelitian menggunakan kuesioner kepada 96 responden ditemukan bahwa prsentase masyarakat yang beranggapan bahwa program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Biota

⁴³ Melanie Nurjani and Risna Resnawaty, 'IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT PERTAMINA MELALUI PROGRAM PERTAMINA CERDAS', 0042, 74–81.

Laut Ganggang belum mencakup keseluruhan masyarakat adalah sebesar 38% yang menunjukkan presentase terbesar dari dua jawaban yang lainnya. Sehingga berdasarkan data tersebut, kriteria yang dijadikan sebagai acuan belum dapat mencakup keseluruhan masyarakat dalam proses pelaksanaannya, sehingga terdapat komunitas/masyarakat yang bisa mendapat perhatian perusahaan tetapi justru dalam pelaksanaannya tidak menjadi salah satu penerima manfaat tersebut.

b) Pembangunan /Perbaikan Infrastruktur

Salah satu aspek yang turut menjadi bahan perhatian PT. Biota Laut Ganggang adalah infrastruktur. Selain kondisi sosial masyarakat, pembangunan/perbaikan infrastruktur menjadi sangat penting untuk menunjang pembangunan desa yang sesuai dengan aspek planet dalam konsep Triple Bottom Line, bahwa perusahaan dalam menjalankan sistem operasionalnya wajib mempertimbangkan masalah lingkungan untuk kepentingan di masa depan.

PT.BLG dalam upaya mendukung pembangunan berkelanjutan, memberikan kontribusi terhadap upaya perbaikan beberapa infrastruktur/fasilitas desa. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa upaya perbaikan yang konsisten dilakukan oleh pihak perusahaan setidaknya pada beberapa tahun terakhir ini. Perbaikan jalan yang dimaksimalkan di Desa Polewali, perbaikan pagar sekolah serta sumbangan untuk biaya pembangunan rumah ibadah (masjid) merupakan beberapa kontribusi positif yang ditunjukkan oleh perusahaan sebagai bentuk perhatian perusahaan kepada masyarakat sekitar.

Program perbaikan/pembenahan fasilitas desa merupakan salah satu bentuk tanggungjawab filantropi yang dijalankan oleh PT. BLG, yang secara langsung dapat memberikan pengaruh terhadap reputasi perusahaan sehingga program CSR yang dijalankan tersebut tidak hanya

menguntungkan salah satu pihak, akan tetapi dapat memberikan manfaat bagi pihak perusahaan dan masyarakat.

c) **Menyerap Tenaga Kerja Lokal**

Dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, PT.BLG diawal berdirinya memegang komitmen dengan pemerintah setempat untuk dapat memberdayakan masyarakat sekitar setidaknya dengan menyerap masyarakat lokal sebagai tenaga kerja di dalam perusahaan. Dengan menjalankan komitmen tersebut, PT.BLG secara terbuka menjalin hubungan yang baik dengan aparat desa dan masyarakat sekitar dengan membuka lowongan pekerjaan bagi mereka. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (sulfi, 2022) bahwa PT. BLG berhasil mempekerjakan karyawan sebanyak 516 karyawan dengan jumlah karyawan yang berasal dari desa polewali sebanyak 249 orang, yang seiring tahunnya selalu bertambah.⁴⁴ Hal ini sejalan dengan argumentasi (Clark, 2015) dalam (siahaan, 2022) bahwa setidaknya terdapat 3 manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat dengan adanya pelaksanaan tanggungjawab sosial ini diantaranya:⁴⁵

- (a) Menciptakan kesempatan kerja, pengalaman kerja dan kesempatan pelatihan
- (b) Menyediakan dana untuk investasi masyarakat dalam pembangunan infrastruktur
- (c) Keahlian bisnis (profitabilitas)

Untuk dapat mencapai manfaat penerapan program CSR agar dapat dirasakan oleh masyarakat, implementasi program CSR memerlukan suatu konsep yang terstruktur agar dalam pelaksanaannya berjalan dengan maksimal, untuk itu PT.

⁴⁴ Sulfi, 'Peran PT.Biota Laut Ganggang Dalam Menanggulangi Pengangguran Di Desa Polewali Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang' (institut agama islam negeri parepare, 2022).

⁴⁵ Matdio Siahaan, 'Dampak Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Masyarakat , Lingkungan Dan Pemerintah (Impact of Implementation of Social Responsibility on Society , Environment and Government)', 1.2 (2022), 113–25.

Biota Laut Ganggang mengatur penerapan program CSR nya melalui tahapan-tahapan berikut:

a. Tahap perencanaan

Keberhasilan penerapan tanggungjawab sosial perusahaan dapat terinterpretasi melalui hubungan yang terjalin antar perusahaan dengan masyarakat tersebut. Keberhasilan penerapan program CSR dapat terjadi apabila dalam pelaksanaan program CSR oleh perusahaan dapat dilakukan dengan maksimal. Dalam implementasi program CSR setiap perusahaan perlu memperhatikan beberapa aspek untuk menjamin keberhasilan programnya, salah satu dari beberapa aspek penting tersebut yakni tahapan dalam pelaksanaan program CSR. Tahapan menjadi aspek utama yang perlu untuk diperhatikan sebab tahapan tersebut akan menjadi acuan bagi perusahaan dalam pelaksanaan program CSR mereka. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dalam menjalankan program CSR-nya, PT. Biota Laut Ganggang mendasarkan programnya pada fakta yang ditemukan oleh pihak perusahaan terkait dengan urgensi diperlukannya suatu program dilingkungan masyarakat Desa Polewali.

Wibisono (2007) dalam (TM.Marwanti, 2021) bahwa terdapat 3 langkah utama dalam tahap perencanaan dalam program CSR, yaitu *Awareness Building*, *CSR Assessment* dan *CSR Manual Building*. Tahap perencanaan dimulai dari awareness building yaitu tahapan yang berorientasi pada kesadaran terkait pentingnya pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan. Perusahaan tidak hanya berorientasi pada keberhasilan ekonomi tetapi juga menjadi salah satu kewajiban utama perusahaan untuk mengedepankan keseimbangan kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat. hal ini tentu sejalan dengan program CSR yang dijalankan oleh PT. Biota Laut Ganggang yang mendasarkan programnya pada kebutuhan-kebutuhan utama masyarakat, melalui pemenuhan kebutuhan tersebut, baik dalam bidang sosial, keagamaan maupun ekonomi PT. Biota Laut Ganggang dapat perlahan-lahan menyeimbangkan tingkat kesejahteraan masyarakat di setiap aspek kehidupan.

Tahapan selanjutnya dalam pelaksanaan program CSR yakni *CSR Assessment*. Pada tahapan ini, pihak perusahaan berupaya untuk melakukan identifikasi terkait dengan aspek aspek yang perlu untuk mendapatkan perhatian perusahaan. Tahapan ini berfokus pada observasi secara mendalam terkait dengan kondisi masyarakat, kebutuhan masyarakat, potensi dan rekomendasi program yang sesuai untuk diterapkan dilingkungan masyarakat. pihak perusahaan dalam hal ini, melibataktifkan para stakeholder seperti aparat desa atau tokoh masyarakat dengan tujuan untuk memaksimalkan tingkat keberhasilan program CSR yang diterapkan dengan memetakan setiap program sesuai dengan kebutuhan masyarakat. sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (TM.Marwanti, 2021) bahwa dengan melibatkan multistakeholder dalam setiap siklus pelaksanaan program dapat membangun kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek yang bersifat lokal sehingga pada saat proses perencanaan berlangsung, adanya pemahaman dan penerimaan terhadap nilai-nilai lokal masyarakat dapat menjadi salah satu kinerja kunci keberhasilan dalam penerapan program CSR. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dalam proses perencanaan, PT.BLG masih belum terbuka untuk melibatkan masyarakat secara langsung, akan tetapi mereka membangun komunikasi yang baik dengan stakeholder terkait dengan komunitas setempat dalam hal ini yaitu aparat desa dalam proses pelaksanaan program CSR mereka.

Langkah terakhir dalam proses perencanaan yaitu CSR manual building, yaitu tahap Menyusun pedoman pelaksanaan tanggungjawab sosial di sebuah perusahaan. Pada penerapannya, PT. BLG salah satunya memfokuskan perhatiannya pada kondisi sosial masyarakat sehingga beberapa program prioritas yang dilaksanakan oleh PT.BLG lahir dari urgensi kesejahteraan sosial masyarakat. Hal ini sejalan dengan salah satu aspek dalam konsep triple bottom line yang menyatakan bahwa people merupakan salah satu aspek yang perlu untuk diberikan perhatian yang khusus, sebab aspek people atau masyarakat tersebut secara langsung dapat memberikan dampak atau memegang peranan penting dalam kegiatan usaha. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pelaksanaan program CSR oleh PT.

Biota Laut Ganggang berpedoman pada kebutuhan masyarakat secara langsung, dan berdasarkan pada observasi dan evaluasi yang berasal dari pihak stakeholder untuk program CSR yang telah dijalankan. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan pelaksanaan program CSR yang diketahui untuk setiap tahunnya kemungkinan saja terjadi perubahan kondisi dari berbagai aspek.

b. Tahap implementasi

Tahap implementasi merujuk pada pelaksanaan program yang telah direncanakan sebelumnya, PT. Biota Laut Ganggang menjalin komunikasi dengan stakeholder setempat terkait dengan pedoman pelaksanaan program CSR yang mereka rancang. Selanjutnya, pelaksanaan diharapkan dapat sesuai dengan roadmap yang telah dirancang sebelumnya, selain dengan tujuan untuk menempatkan program tersebut sesuai dengan tujuan sebelumnya, juga agar komitmen akan pentingnya CSR dapat membangun proses berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian, PT. Biota Laut Ganggang pada proses implementasi programnya memberikan hak kepada stakeholder untuk bertanggungjawab atas pendistribusian program CSR mereka tentunya yang disertai dengan data yang akan diserahkan kepada pihak perusahaan agar dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pelaksanaan program CSR selanjutnya. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang dikemukakan oleh Dowling & Pfeffer (1975) bahwa legitimasi berakar dari adanya perjanjian sosial yang terbentuk antar perusahaan dengan masyarakat dimana teori ini memandang bahwa keberlangsungan suatu perusahaan tergantung dari komitmen perusahaan dalam memberikan manfaat bagi masyarakat setidaknya pada beberapa aspek yang menurutnya perlu untuk diberikan perhatian.

c. Tahap evaluasi

Tahap evaluasi merupakan salah satu tahap yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan yang menjalankan program CSR. Wibisono dalam (T.M marwanti, 2021) mengemukakan bahwa tahap evaluasi merupakan salah satu tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dengan tujuan untuk mengukur tingkat

evektivitas penerapan program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. Biota Laut Ganggang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pihak perusahaan belum memiliki mekanisme tertentu untuk mengukur tingkat evektivitas penerapan program CSR-nya.

d. Tindak Lanjut

Tindak lanjut merupakan tahapan setelah evaluasi, dimana hasil dari evaluasi dijadikan sebagai pedoman dalam menjalankan program selanjutnya dengan tujuan untuk memaksimalkan tingkat keberhasilan dalam melaksanakan program tanggungjawab sosial tersebut.

Pada tahapan ini, pihak perusahaan melakukan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi programnya. Hal ini bertujuan untuk mencegah ketidaksesuaian yang mungkin terjadi berulang kali, sehingga apabila terdapat ketidaksesuaian, maka pihak perusahaan akan merencanakan kembali program CSR lanjutan (tahap 2) dengan waktu dan alokasi biaya yang sudah ditentukan untuk memulai kembali ke tahap perencanaan.⁴⁶

Berdasarkan hasil penelitian, PT. Biota Laut Ganggang menjadikan tahapan evaluasi sebagai bahan untuk tindak lanjut pada program CSR selanjutnya, dalam hal ini bahwa tidak dilaksanakan spontan setelah terbitnya hasil evaluasi yang sebelumnya telah dilaksanakan.

2. Tingkat keberhasilan penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang dalam Membangun Community Relation di Desa Polewali

Program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang tentunya menjadi salah satu program yang pelaksanaannya dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Dalam aktivitasnya tentunya perusahaan menyadari akan dampak yang dapat ditimbulkan kepada masyarakat, untuk itu program CSR menjadi salah satu urgensi yang wajib diterapkan oleh perusahaan sebagai salah satu bentuk

⁴⁶ Intan Kirana and Stevanus Hadi Darmadji, 'PERANAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) BIDANG LINGKUNGAN DALAM MENUNJANG PEROLEHAN PROGRAM PENILAIAN PERINGKAT KINERJA PERUSAHAAN (PROPER) PT. SURYA KERTAS', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2.2 (2013), 1–18.

tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat sekitarnya. Adapun output dari pelaksanaan program ini setidaknya pada tingkat hubungan yang terjalin antar masyarakat dengan perusahaan. Ketika perusahaan dapat menjalankan tanggungjawab moralnya dengan baik serta dapat menampilkan diri sebagai perusahaan yang hadir bukan hanya untuk memaksimalkan keuntungan, akan tetapi turut berperan dalam upaya pendayagunaan sumber daya alam dan pemberdayaan masyarakat.

Community Relation atau hubungan antar perusahaan dengan komunitas setempat merupakan salah satu bentuk dari hasil pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh perusahaan. Keberhasilan penerapan program CSR perusahaan tergambar dari kualitas hubungan yang terjalin antar perusahaan dengan masyarakat sekitarnya. PT. BLG menerapkan program CSR berdasarkan pada undang-undang yang mengatur terkait dengan tanggungjawab sosial perusahaan. PT. BLG menjalankan tanggungjawab sosial-nya, menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan masyarakat yang membutuhkan dengan kata lain bahwa, untuk memastikan program CSR berjalan dengan baik dan tepat sasaran maka PT. BLG mendasarkan pendistribusian CSR-nya pada kriteria-kriteria tertentu.

Kegiatan *community relation* yang dijalankan oleh PT. BLG terdiri dari beragam program, namun beberapa program dengan tingkat konsentrasi tinggi adalah pemenuhan kebutuhan pokok pada waktu-waktu tertentu seperti menjelang lebaran idul fitri, pendistribusian sapi qurban saat hari raya idul adha dan beberapa perbaikan fasilitas yang diperlukan di Desa Polewali. Pendistribusian manfaat yang berupa pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat, pihak perusahaan mempertimbangkan dengan baik agar program CSR yang mereka terapkan berjalan dengan maksimal sehingga untuk program CSR di bidang sosial, pihak perusahaan memfokuskan pendistribusiannya khusus untuk masyarakat dengan tingkat ekonomi prasejahtera sehingga dengan strategi tersebut program CSR yang dijalankan akan menjadi lebih efektif. hal tersebut juga tentunya dapat membentuk opini/argument masyarakat terkait dengan citra perusahaan, dimana program CSR yang diterapkan

dapat menjadi bahan untuk masyarakat dalam melegitimasi ketidakselarasan nilai/norma yang berlaku di lingkungan masyarakat tersebut dengan aktivitas operasional perusahaan. Argument ini selaras dengan hasil penelitian afriani (2023) bahwa pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh perusahaan secara langsung dapat berdampak pada kualitas hidup masyarakat sekaligus membentuk citra perusahaan di mata masyarakat.⁴⁷

Wilayah cakupan pelaksanaan program CSR ditentukan perusahaan dengan berdasarkan pada wilayah yang terdampak oleh aktivitasnya. Wilayah yang tercakup sebagai wilayah yang mendapat perhatian perusahaan dalam bentuk program CSR yakni Desa Polewali, Desa Lotang Salo dan Mallongi-Longi. Pada penelitian ini, penulis mengkhususkan Desa Polewali sebagai wilayah penelitian, sehingga terkait dengan bahasan mengenai wilayah cakupan di Desa Polewali namun dalam pelaksanaannya, berdasarkan temuan penelitian bahwa masih terdapat komunitas tertentu yang belum mendapat perhatian perusahaan dalam bentuk program CSR. Disisi lain, pihak perusahaan memberikan argumen mengenai implementasi program CSR yang dilaksanakan adalah berdasarkan pada hasil temuan lapangan yang dilakukan sebelum proses pelaksanaan, sehingga masyarakat yang tidak memenuhi kriteria-kriteria untuk program CSR perusahaan tentunya tidak akan tergabung sebagai masyarakat yang berhak menerima manfaat perusahaan. Freeman (1984) mengemukakan bahwa teori stakeholder memandang perusahaan sebagai suatu entitas yang menitikberatkan operasionalnya pada hubungan perusahaan dengan internal dan eksternalnya dimana hubungan internal perusahaan berlandaskan pada konsep kebermanfaatan bersama sedangkan hubungan external perusahaan mengacu pada tingkat hubungan dengan kemitraan.

⁴⁷ Afriani, Antong, and Halim Usman, 'Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat', *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 7.1 (2023), 16–26 <<https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jrtap/article/view/6478>>.

Berdasarkan uji statistic dengan menggunakan uji validitas, hasilnya dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan yang diajukan dengan menggunakan kuesioner/angket kepada responden sebanyak 15 item pertanyaan dari corporate social responsibility (X) dinyatakan valid, dengan nilai R tabel 0,1966 dengan taraf signifikan 10%. Sementara itu, nilai reliabilitas yang dihasilkan menggunakan uji reliabilitas pada uji statistic yaitu 0,745 dinyatakan reliabel dari acuan *Cronbach alpha* > 0,60.

Hasil penelitian tingkat keberhasilan penerapan program *corporate social responsibility* pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* di desa polewali dengan jumlah pertanyaan sebanyak 15 butir dengan menggunakan teori stakeholder dan 3 konsep yaitu *corporate social responsibility*, *community relation* dan *triple bottom line* dengan responden penelitian sebanyak 96 masyarakat desa polewali. Berdasarkan data tersebut, diperoleh nilai rata-rata variabel X yaitu 32,67 sehingga dari nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat keberhasilan program *corporate social responsibility* pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *community relation* di desa polewali berada pada tingkat sedang. Hal tersebut sesuai dengan indikator corporate social responsibility pada penelitian evarista pada tahun 2019 bahwa terdapat 6 indikator dalam mengukur implementasi program CSR yakni, proporsi bantuan, transparansi dan akuntabilitas, cakupan wilayah (coverage area), perencanaan, mekanisme, monitoring dan evaluasi, pelibatan stakeholder (stakeholder enangement) serta keberlanjutan (sustainability).⁴⁸

⁴⁸ Yunita Evarista, 'IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MENINGKATKAN CITRA PT. KHOTAI MAKMUR INSAN ABADI TENGGARONG SEBERANG', *Administrasi Bisnis*, 7.4 (2019), 438–50.

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Pada PT. Biota Laut Ganggang dalam Membangun *Community Relation* Di Desa Polewali” penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Penerapan program CSR pada PT. Biota Laut Ganggang didasari atas urgensi yang mengatur mengenai tanggungjawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa secara langsung, terjalin perjanjian sosial antar perusahaan dengan masyarakat. Program CSR yang dijalankan oleh PT. Biota Laut Ganggang merupakan bentuk program CSR yang didasarkan pada asumsi pribadi, hal ini tentunya tidak sejalan dengan konsep program CSR yang seharusnya menjadi hasil dari proses komunikasi yang terjalin antar perusahaan dengan masyarakat. Beberapa program yang dicanangkan oleh PT. Biota Laut Ganggang berupa; upaya untuk memenuhi sebagian kebutuhan masyarakat, pembangunan/perbaikan infrastruktur dan menyerap tenaga kerja lokal yang dalam hal ini kesesuaian antara program dengan kebutuhan sosial belum dapat dipastikan disebabkan oleh minimnya tingkat keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan programnya. Namun, hingga saat ini beberapa program tersebut setidaknya mampu menciptakan keselarasan antar perusahaan dengan masyarakat sekitarnya terbukti dengan kemampuan perusahaan untuk tetap menjalankan aktivitas operasionalnya di lingkungan Desa Polewali.
- 2) Berdasarkan hasil uji deskriptif statistik yang telah dilakukan dan melakukan pemetaan dengan kriteria acuan interval untuk 3 kategorisasi data, maka ditemukan hasil bahwa mengacu pada nilai rata-rata (mean) sebesar 32,67 berada pada interval 28-38 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya signifikansi keberhasilan dalam penerapan program *Corporate Social Responsibility* pada PT. Biota Laut Ganggang dalam membangun *Community Relation* di desa polewali

dan berada pada tingkat kategori sedang. Hal ini berdasarkan hasil penelitian yang mencakup beberapa indikator yaitu; proporsi bantuan dengan persentase masyarakat yang tidak pernah menerima manfaat oleh PT. Biota Laut Ganggang adalah sebesar 29%, transparansi dan akuntabilitas dengan presentase konsistensi perusahaan dalam memberikan informasi adalah sebesar 24% masyarakat setuju dengan tingkat keterbukaan informasi sebesar 31%, coverage area dengan persentase sebesar 44% masyarakat yang beranggapan bahwa terdapat wilayah yang belum tercakup dengan baik sebagai wilayah pendistribusian program CSR yang dijalankan oleh PT. BLG, serta pada aspek keberlanjutan program dengan persentase sebesar 75% masyarakat setuju mengenai adanya komitmen jangka panjang perusahaan dalam memastikan keberlanjutan program CSR-nya.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan beberapa saran, sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil penelitian ini membuktikan bahwa dalam menerapkan program CSR untuk dijalankan oleh perusahaan sebagai tanggungjawab sosial, penting untuk memperhatikan aspek kebutuhan dan pemberdayaan masyarakat. perusahaan dapat mempertimbangkan kesejahteraan masyarakat sebagai dasar pelaksanaan program CSR yang akan diterapkan, hal ini dapat menunjang pemerataan kesejahteraan sosial bagi masyarakat. selanjutnya, dalam proses perencanaan keterbukaan informasi dan pelibatan masyarakat menjadi beberapa aspek yang dapat dipertimbangkan untuk menunjang keberhasilan program CSR yang dilaksanakan.
- 2) Untuk melaksanakan program CSR, dibutuhkan suatu program yang secara langsung mengacu pada kebutuhan masyarakat untuk jangka panjang, pemerdayaan masyarakat merupakan salah satu aspek yang saat ini masih minim diterapkan oleh PT. Biota Laut Ganggang, untuk itu pemberdayaan masyarakat dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pelaksanaan program CSR berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya

- Afriani, Antong, and Halim Usman, 'Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat', *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 7.1 (2023), 16–26
<<https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jrtap/article/view/6478>>
- Astuti, Andjar, and Windu Mulyasari, 'PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN EFEKTIVITAS KEMANFAATANNYA UNTUK MASYARAKAT SEKITAR', *Tirtayasa Ekonomika*, 11.2 (2016), 227–45
- Aulia, Triana Zuhrotun, 'PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE BERDASARKAN INDIKATOR GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2.1 (2018)
<<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/competitive.v2i1.463>>
- Bajari, Atwar, *Metode Penelitian Komunikasi*, ed. by nunik siti Nurbaya (bandung: simbiosis rekayasa media, 2017)
- Budi, Ihsan Setiyo, 'Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Disclosure and Islamic Banks (IBs) Performance : The Application of Stakeholder Theory from Islamic Perspective', 25.June (2021)

Devita, and Sumartono, 'Hubungan Manfaat Kegiatan Community Relations Dengan Citra Perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. Pada Masyarakat Kragilan Serang Banten', *Jurnal Komunikologi*, 7.2 (2010), 175–94

Dewi Nawangsari, Rima, and Ika Nugroho, 'Pengaruh Indikator Kinerja Ekonomi, Indikator Kinerja Lingkungan Dan Indikator Kinerja Sosial Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur', *International Journal of Social Science and Business*, 3.2 (2019), 162–68
<<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>>

Evarista, Yunita, 'IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MENINGKATKAN CITRA PT. KHOTAI MAKMUR INSAN ABADI TENGGARONG SEBERANG', *Administrasi Bisnis*, 7.4 (2019), 438–50

Ganesha, Irena, and Dwi Hartanti, 'Analisis Stakeholders Management PT ABC Terkait Kasus Kebakaran Lahan', *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7.2 (2019), 229–40 <<https://doi.org/10.17509/jrak.v7i2.17430>>

Hasmiana, 'Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di BNI Syariah KC Mikro Parepare', *ثبثبب*, 2018

<<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sph&AN=119374333>
&site=ehost-

live&scope=site%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.07.032%0Ahttp://dx.

doi.org/10.1016/j.tics.2017.03.010%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.08.

006>

Hendar, Jejen, 'CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM PRESPEKTIF HUKUM ISLAM', 2011, 40–52

Kemenkumham, undang-undang no.40 tahun 2007, *Ятылатат*, 2007, ВЫ12У, 245
<[http://digilib.unila.ac.id/4949/15/BAB II.pdf](http://digilib.unila.ac.id/4949/15/BAB%20II.pdf)>

Kirana, Intan, and Stevanus Hadi Darmadji, 'PERANAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) BIDANG LINGKUNGAN DALAM MENUNJANG PEROLEHAN PROGRAM PENILAIAN PERINGKAT KINERJA PERUSAHAAN (PROPER) PT. SURYA KERTAS', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2.2 (2013), 1–18

Lindawati, Ang Swat Lin, and Marsella Eka Puspita, 'Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan', *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2015, 157–74
<<https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6013>>

Marthin, Marthin, Marthen B Salinding, and Inggit Akim, 'Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas', *Journal of Private and Commercial Law*, 1.1 (2018), 111–32 <<https://doi.org/10.15294/jpcl.v1i1.12358>>

Meutia, Inten, *Menata Pengungkapan CSR Pada Bank Islam (Pendekatan Teori Kritis)* (yogyakarta: deepublish (grup penerbitan CV budi utama), 2021)

Mirawati, 'Pengaruh Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Masamba',

2017 <http://i-lib.ugm.ac.id/jurnal/download.php?dataId=2227%0A???%0Ahttps://ejournal.uni-sba.ac.id/index.php/kajian_akuntansi/article/view/3307%0Ahttp://publicacoes.carrdiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.ph>

Nurjani, Melanie, and Risna Resnawaty, 'IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT PERTAMINA MELALUI PROGRAM PERTAMINA CERDAS', 0042, 74–81

rachmat kriyantono, Ph.D, *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal Aplikasi Penelitian Dan Praktik* (jakarta: kencana, 2014)

Rahmadani, Rahmadani, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, 'Fungsi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat', *Share : Social Work Journal*, 8.2 (2019), 203 <<https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20081>>

Rijali, Ahmad, 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2019), 81 <<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>>

Rofiqoh, Esti, and maswar patuh Priyadi, 'Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan', *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4.9 (2022), 3894–3902 <<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i9.1570>>

Shafirah, Indah, Dwi Risma, and Deviyanti Risma, 'Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Institutional Ownership Pada

Perusahaan High-Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia’, *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18.3 (2022), 540
<<https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.11701>>

Siahaan, Matdio, ‘Dampak Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Masyarakat , Lingkungan Dan Pemerintah (Impact of Implementation of Social Responsibility on Society , Environment and Government)’, 1.2 (2022), 113–25

Sulfi, ‘Peran Pt.Biota Laut Ganggang Dalam Menanggulangi Pengangguran Di Desa Polewali Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang’ (institut agama islam negeri parepare, 2022)

Suparman, ‘Coorporate Social Responsibility : Bentuk Tanggung Jawab Sosial Dan Suparman’, *Jurnal Interaksi*, 2.1 (2013), 69–81

Susanto, Dedi, Risnita, and M. Syahran Jailani, ‘Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah’, *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1.1 (2023), 53–61 <<https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>>

PAREPARE



LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421)21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : YUNI ASMIRASARI
NIM : 2020203870233028
FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
PRODI : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JUDUL : IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY PADA PT. BIOTA LAUT
GANGGANG DALAM MEMBANGUN COMMUNITY
RELATION DI DESA POLEWALI

I. Identitas responden

Nama :
Alamat :
No. HP/WA :
Usia :
Jenis kelamin :
Pendidikan :

II. Petunjuk Pengisian Angket

1. Pengisian angket dilakukan dengan cara memberikan tanda centang (✓) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling tepat.
2. Untuk setiap pertanyaan, diharapkan hanya dapat memberikan 1 jawaban.
3. Diharapkan untuk menjawab pertanyaan dengan teliti serta sesuai dengan keadaan yang terjadi.
4. Pertanyaan dan jawaban yang telah diberikan dapat diperiksa kembali.

5. Terima kasih atas kesediaan anda dalam meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan pada angket ini.

III. Keterangan Huruf Pilihan

Y : Ya

RR : Ragu-Ragu

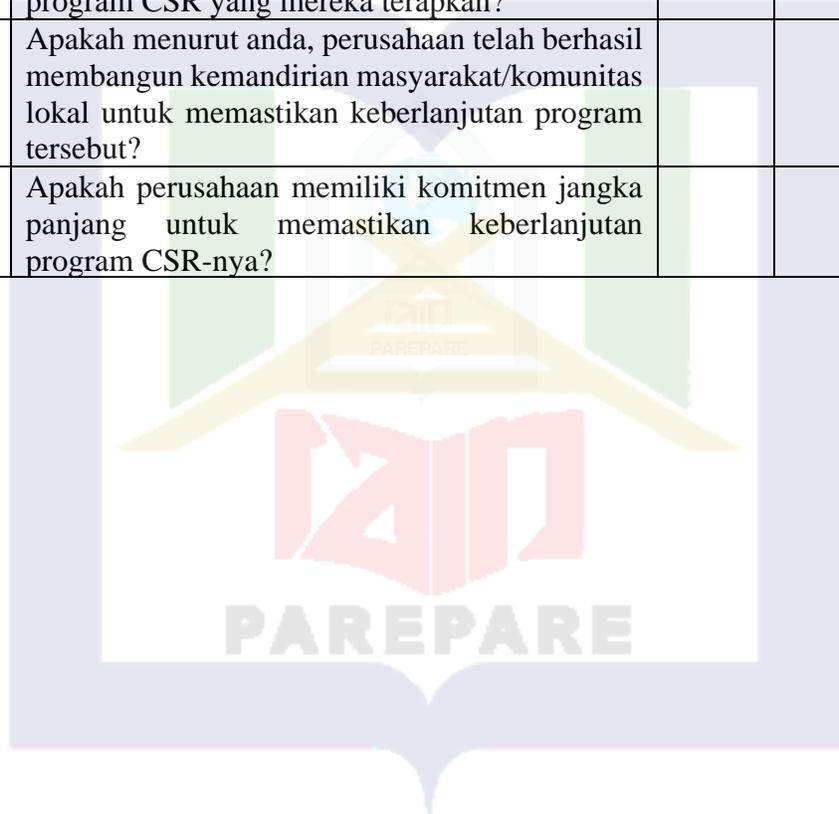
T : Tidak

PEDOMAN KUESIONER

Corporate social responsibility (variabel X)

No	Pertanyaan	Alternatif jawaban		
		Y	RR	T
1	Apakah anda pernah menerima manfaat dari PT. Biota laut ganggang?			
2	Apakah menurut anda, program CSR pt. biota laut ganggang telah mencakup komunitas anda secara menyeluruh?			
3	Apakah menurut anda, terdapat daerah tertentu di komunitas anda yang tidak mendapat perhatian perusahaan dalam bentuk program CSR?			
4	Apakah perusahaan memberikan informasi secara berkala terkait dengan wilayah yang tercakup oleh program CSR?			
5	Apakah anda pernah terlibat dalam proses pendistribusian manfaat oleh perusahaan?			
6	Apakah menurut anda PT.BLG konsisten memberikan manfaat kepada masyarakat melalui pelaksanaan CSR?			
7	Apakah PT.BLG memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk terlibat secara langsung pada proses perencanaan hingga evaluasi program CSR yang dilaksanakan?			
8	Apakah PT.BLG melibatkan tokoh masyarakat/pejabat daerah/pihak yang berkepentingan dalam pelaksanaan CSR?			
9	Apakah menurut anda, PT.BLG telah melibatkan pihak terkait dengan komunitas setempat ini dengan baik dalam pelaksanaan program CSR?			

10	Apakah anda mengetahui mekanisme pelaksanaan program CSR yang dilaksanakan oleh PT.BLG?			
11	Apakah menurut anda, perusahaan telah melibatkan stakeholder (kelompok masyarakat, pemerintah daerah) dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR mereka dengan baik?			
12	Apakah menurut anda, perusahaan secara terbuka mengkomunikasikan informasi mengenai program CSR mereka kepada masyarakat?			
13	Apakah perusahaan memiliki mekanisme atau prosedur tertentu untuk memantau efektivitas program CSR yang mereka terapkan?			
14	Apakah menurut anda, perusahaan telah berhasil membangun kemandirian masyarakat/komunitas lokal untuk memastikan keberlanjutan program tersebut?			
15	Apakah perusahaan memiliki komitmen jangka panjang untuk memastikan keberlanjutan program CSR-nya?			





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421)21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : YUNI ASMIRASARI
NIM : 2020203870233028
FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
PRODI : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JUDUL : IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY PADA PT. BIOTA LAUT
GANGGANG DALAM MEMBANGUN COMMUNITY
RELATION DI DESA POLEWALI

PEDOMAN WAWANCARA

Community relation (Variabel Y)

**KEBIJAKAN DAN PROGRAM CSR YANG DILAKUKAN OLEH
PERUSAHAAN**

1. Apa yang menjadi dasar penentuan program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan?
2. Apa saja yang menjadi bahan pertimbangan oleh PT. Biota Laut Ganggang dan menerapkan program CSR?
3. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk melakukan perencanaan terhadap program hingga pada tahap pelaksanaan program CSR tersebut?
4. Bagaimana proses yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam upaya mengidentifikasi suatu program yang sesuai untuk diterapkan di lokasi yang menjadi subjek pelaksanaan program CSR oleh PT. Biota Laut Ganggang?

5. Bagaimana proses perencanaan hingga tahap evaluasi pelaksanaan program CSR yang diterapkan oleh perusahaan?

PELAKSANAAN PROGRAM CSR YANG TELAH DILAKUKAN OLEH PERUSAHAAN

1. Apa saja bentuk / jenis program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. Biota Laut Ganggang?
2. Bagaimana proses pendistribusian program CSR tersebut?
3. Apa upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memaksimalkan pelaksanaan program CSR tersebut?
4. Apa saja kendala yang sering dihadapi dalam proses pelaksanaan program CSR oleh pihak perusahaan?
5. Bagaimana pihak perusahaan meminimalisir terjadinya kendala tersebut?
6. Apakah ada daerah / lokasi yang menjadi prioritas utama pada pelaksanaan program CSR oleh PT. Biota Laut Ganggang?
7. Mengapa daerah / lokasi tersebut menjadi prioritas utama pelaksanaan program CSR yang diterapkan oleh PT. Biota Laut Ganggang?
8. Bagaimana proses evaluasi penerapan program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Biota Laut Ganggang?

DANA YANG DIALOKASIKAN UNTUK PROGRAM CSR

1. Darimana sumber dana untuk program CSR yang diterapkan oleh PT. Biota Laut Ganggang?
2. Berapa total dana yang telah dialokasikan oleh perusahaan untuk pelaksanaan program CSR setiap tahunnya serta darimana kebijakan penetapan anggaran tersebut?
3. Apakah ada perbedaan alokasi dana untuk pelaksanaan program CSR antara tahun sebelumnya dengan tahun ini? Jika ada, apa yang menjadi penyebabnya?
4. Apakah ada program tertentu yang menjadi prioritas perusahaan dalam pengalokasian dana CSR tersebut? Jika ada, apa faktor yang menjadi penyebab

terjadinya prioritas tersebut?

5. Bagaimana pengelolaan dana untuk pelaksanaan program CSR tersebut dilakukan? Apakah pihak internal bertanggungjawab penuh terhadap alokasi dana tersebut, atau ada Kerjasama yang terjalin dengan pihak eksternal dan bagaimana mekanisme kerjasamanya?
6. Bagaimana perusahaan mengkomunikasikan penggunaan dana CSR kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat umum?

DAMPAK DARI PROGRAM YANG TELAH DILAKUKAN OLEH PERUSAHAAN

2. Apa tujuan utama pelaksanaan program CSR yang diterapkan oleh PT. Biota Laut Ganggang?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengukur dampak yang ditimbulkan dari program CSR yang telah dilaksanakan?
4. Apa saja manfaat yang telah diberikan kepada para pemangku kepentingan, terhadap pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT. Biota Laut Ganggang?
5. Apa bentuk kontribusi dari pelaksanaan program CSR terhadap pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan dan pemberdayaan masyarakat?
6. Bagaimana perusahaan mengatasi ketidaksesuaian antara dampak yang diharapkan dengan dampak yang terjadi setelah pelaksanaan program CSR oleh pihak perusahaan?
7. Apakah ada komunikasi yang terjalin dengan para pemngku kepentingan mengenai evaluasi dampak yang dihasilkan dari penerapan program CSR tersebut?

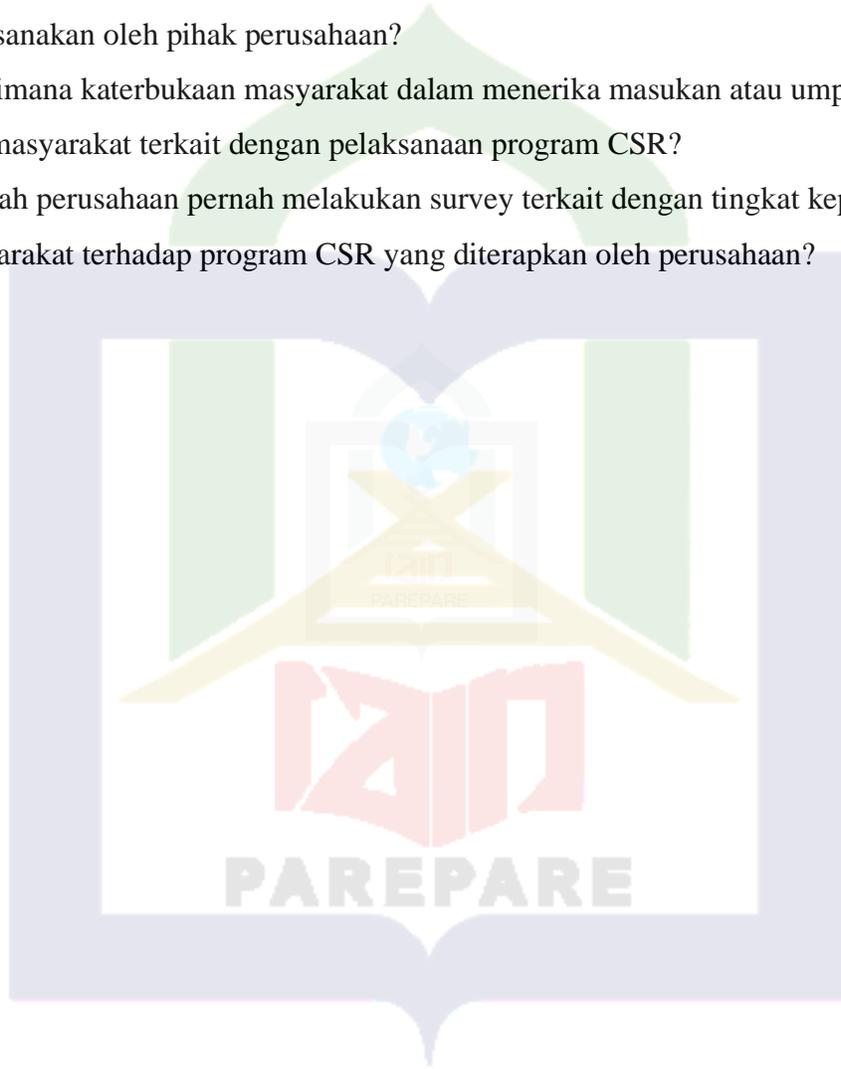
KETERLIBATAN KARYAWAN DALAM PROGRAM CSR

8. Apakah perusahaan memiliki suatu program yang mendorong partisipasi karyawan dalam pelaksanaan program CSR?
9. Apakah perusahaan memberikan ruang kepada karyawan untuk mengemukakan masukan atau ideterkait dengan program CSR?

10. Bagaimana tingkat keterlibatan karyawan dalam menyebarkan informasi tentang pelaksanaan program CSR kepada masyarakat setempat?

KETERLIBATAN MASYARAKAT DALAM PROGRAM CSR

1. Seberapa sering masyarakat ikut berpartisipasi dalam kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh pihak perusahaan?
2. Bagaimana keterbukaan masyarakat dalam menerima masukan atau umpan balik dari masyarakat terkait dengan pelaksanaan program CSR?
3. Apakah perusahaan pernah melakukan survey terkait dengan tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR yang diterapkan oleh perusahaan?





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421)21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : YUNI ASMIRASARI
NIM : 2020203870233028
FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
PRODI : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JUDUL : IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY PADA PT. BIOTA LAUT
GANGGANG DALAM MEMBANGUN COMMUNITY
RELATION DI DESA POLEWALI

INSTRUMEN WAWANCARA (VALIDASI TEMUAN PENELITIAN)

1. Bagaimana mekanisme pendistribusian program CSR yang diterapkan oleh PT.BLG?
2. Apakah PT.BLG secara terbuka mengkomunikasikan mengenai mekanisme yang mereka terapkan dalam setiap pelaksanaan program CSR?
3. Apakah PT.BLG memiliki komitmen jangka panjang terkait dengan penerapan program CSR-nya?
4. Bagaimana tingkat keterlibatan masyarakat dalam proses pendistribusian manfaat tersebut?

Coding Book Penelitian

Tabel Y (community relation)

Community Relation			
No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Nilai
1.	Apakah anda pernah menerima manfaat dari PT. Biota Laut Ganggang?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1
2.	Apakah menurut anda, program CSR PT. Biota Laut Ganggang telah mencakup komunitas anda secara menyeluruh?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1
3.	Apakah menurut anda, terdapat daerah tertentu di komunitas anda yang tidak mendapat perhatian perusahaan dalam bentuk program CSR?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1
4.	Apakah perusahaan memberikan informasi secara berkala terkait dengan wilayah yang tercakup oleh program CSR?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1
5.	Apakah anda pernah terlibat dalam proses pendistribusian manfaat oleh perusahaan?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1
6.	Apakah menurut anda, PT. BLG konsisten memberikan manfaat kepada masyarakat melalui pelaksanaan CSR?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1
7.	Apakah PT. BLG memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk terlibat secara langsung pada proses perencanaan hingga evaluasi program yang dilaksanakan?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1

8.	Apakah PT. BLG melibatkan tokoh masyarakat/pejabat daerah/pihak yang berkepentingan dalam pelaksanaan CSR?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1
9.	Apakah menurut anda. PT.BLG telah melibatkan pihak terkait komunitas setempat ini dengan baik dalam pelaksanaan program CSR-nya?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1
10.	Apakah anda mengetahui mekanisme pelaksanaan program CSR yang dilaksanakan oleh PT.BLG?	a) ya b) ragu-ragu c) tidak	3 2 1
11.	Apakah menurut anda, perusahaan telah melibatkan stakeholder (kelompok masyarakat, pemerintah daerah) dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR mereka dengan baik	a) ya b) ragu-ragu c) tidak	3 2 1
12.	Apakah menurut anda, perusahaan secara terbuka mengkomunikasikan informasi mengenai program CSR mereka kepada masyarakat?	a) ya b) ragu-ragu c) tidak	3 2 1
13.	Apakah perusahaan memiliki mekanisme atau prosedur tertentu untuk memantau efektivitas program CSR yang mereka terapkan?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1
14.	Apakah menurut anda, perusahaan telah berhasil membangun kemandirian masyarakat/komunitas lokal untuk memastikan keberlanjutan program tersebut?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1
15.	Apakah perusahaan memiliki komitmen jangka panjang untuk memastikan keberlanjutan program CSR-nya?	a) Ya b) Ragu-ragu c) tidak	3 2 1

responden /item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	jumlah
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
2	1	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	21
3	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	19
4	3	2	3	2	1	3	2	3	3	2	1	2	1	2	3	33
5	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
6	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	43
7	1	1	3	3	1	3	1	1	3	1	2	3	3	3	3	32
8	1	1	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	35
9	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	1	1	3	23
10	1	1	1	1	1	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	30
11	3	1	3	2	1	3	1	3	1	2	2	3	2	3	3	33
12	3	1	3	2	1	3	1	3	1	2	2	3	2	3	3	33
13	3	1	3	2	1	3	1	3	3	1	2	3	2	3	3	34
14	1	3	2	1	1	3	3	3	3	1	2	3	3	2	3	34
15	3	3	2	3	1	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	39
16	1	3	2	1	1	3	2	3	2	1	2	2	2	1	3	29
17	3	3	1	3	1	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	37
18	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	41
19	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	29
20	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	23
21	1	3	3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	3	1	1	33
22	3	3	3	3	1	3	3	3	2	1	3	1	1	3	3	36
23	3	3	1	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	39
24	3	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	2	2	2	28
25	3	3	1	2	1	3	3	3	3	3	1	2	2	3	2	35
26	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
27	3	1	2	1	1	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	34
28	3	3	2	1	1	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	37

29	1	1	3	2	3	2	3	1	2	3	2	3	2	3	2	33
30	1	1	1	1	1	2	1	3	3	1	2	2	2	1	2	24
31	3	3	1	3	1	2	3	1	2	1	3	2	1	1	2	29
32	3	1	3	2	1	3	2	1	3	1	3	2	3	1	2	31
33	3	3	1	3	1	2	2	3	1	2	3	2	3	1	3	33
34	3	2	2	2	1	3	2	3	2	1	3	2	1	2	3	32
35	3	1	3	1	1	3	1	3	3	2	3	2	1	3	3	33
36	3	2	2	1	1	2	1	3	3	2	3	2	1	3	3	32
37	3	2	2	2	1	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	36
38	3	3	2	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	40
39	3	1	3	2	1	3	1	3	3	2	3	2	1	2	3	33
40	3	3	1	2	1	3	2	3	3	1	3	3	2	3	3	36
41	3	3	1	3	1	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	38
42	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	41
43	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	41
44	3	1	3	2	3	3	3	1	3	3	1	3	3	1	2	35
45	1	1	3	2	1	1	1	2	3	2	3	2	1	3	2	28
46	1	2	2	1	1	2	2	3	3	1	3	2	1	3	3	30
47	3	1	3	3	1	1	3	3	2	1	3	1	3	1	2	31
48	3	1	3	2	1	2	1	3	3	2	1	2	2	3	3	32
49	3	2	2	1	1	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	35
50	3	1	3	1	1	3	1	3	3	2	3	2	2	3	3	34
51	3	1	3	3	1	2	1	2	1	2	3	3	2	2	1	30
52	3	3	1	2	1	3	1	2	3	1	3	2	2	1	3	31
53	3	1	3	2	1	3	3	1	3	2	3	3	1	2	2	33
54	1	2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	33
55	1	1	3	2	1	3	1	2	2	2	2	1	1	2	3	27
56	2	2	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	1	3	3	29
57	2	1	3	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	30
58	1	1	3	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	28
59	3	2	2	1	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	37
60	1	3	1	1	1	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	34
61	1	1	3	1	1	2	1	3	3	2	3	2	3	3	1	30
62	3	3	1	3	1	2	3	3	2	1	3	2	3	1	3	34
63	1	1	3	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	32

64	1	2	1	1	1	2	3	2	3	2	3	1	2	3	3	30
65	2	2	2	1	1	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	34
66	3	2	3	2	3	2	3	3	3	1	3	1	2	3	3	37
67	3	3	1	1	1	3	2	3	3	2	3	1	1	3	3	33
68	3	2	1	1	1	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	34
69	3	1	3	2	1	3	1	2	2	1	3	1	1	3	3	30
70	1	1	1	1	1	3	2	1	2	3	3	2	2	3	3	29
71	1	2	2	1	1	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	31
72	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	3	2	1	2	2	26
73	1	1	3	2	1	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	33
74	2	1	3	2	1	3	1	3	3	1	3	1	1	2	3	30
75	3	3	1	2	1	3	1	3	3	1	3	1	2	1	3	31
76	1	1	3	1	1	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	24
77	3	3	1	2	1	3	2	3	3	1	3	2	1	3	3	34
78	3	3	1	1	1	3	1	3	3	1	3	1	2	2	3	31
79	3	2	3	2	1	3	2	3	3	1	3	1	2	1	3	33
80	3	2	3	2	1	3	2	3	2	3	2	1	2	2	2	33
81	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	40
82	3	2	3	2	3	3	3	1	3	3	3	2	3	2	2	38
83	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	43
84	1	1	1	1	1	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	31
85	3	1	3	2	1	3	1	2	2	1	3	1	1	3	3	30
86	1	2	2	1	1	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	33
87	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	3	2	3	2	2	28
88	3	2	2	1	1	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	35
89	3	3	2	1	1	3	3	2	3	3	3	1	2	3	3	36
90	3	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	38
91	3	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	38
92	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	40
93	3	2	3	1	1	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	37
94	3	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	1	1	2	3	33
95	1	1	3	2	1	2	1	3	3	3	2	2	2	3	3	32
96	3	2	2	1	1	2	1	3	3	1	2	1	2	2	3	29



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor: B-1809/In.39/FUAD.03/PP.00.9/09/2023

5 September 2023

Hal : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. Bapak/Ibu:

1. Nurhikki, M.Si.
2. A. Dian Fitriana, M.I.Kom.

Di-
Tempat

Assalamualaikum, Wr.Wb.

Dengan hormat, menindaklanjuti penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare dibawah ini:

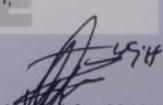
N a m a : YUNI ASMIRASARI
NIM : 2020203870233028
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : ANALISIS PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PT. BIOTA LAUT GANGGANG DALAM MEMBANGUN COMMUNITY RELATIONDI DESA POLEWALI

Bersama ini kami menetapkan Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing skripsi pada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian Surat Penetapan ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab. Kepada bapak/ibu di ucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr.Wb

Dekan,


Dr. A. Nurkadam, M.Hum.
NIP.19641231 199203 1 045



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Sorong, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 ✉ (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B- 748/In.39/FUAD.03/PP.00.9/04/2024

24 April 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

M a t a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. Kepala Daerah Kabupaten Pinrang
Cq. Kepala Dinas Penanaman, Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pinrang
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : YUNI ASMIRASARI
Tempat/Tgl. Lahir : PALLABESSI, 09 Juni 2002
NIM : 2020203870233028
Fakultas / Program Studi : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : PALLABESSIE, SUPPA, PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Kepala Daerah Kabupaten Pinrang dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PT. BIOTA LAUT GANGGANG
DALAM MEMBANGUN COMMUNITY RELATION DI DESA POLEWALI

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 26 April 2024 sampai dengan tanggal 26 Mei 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP 196412311992031045

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG
Nomor : 503/0217/PENELITIAN/DPMPPTSP/05/2024

Tentang

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

- Menimbang** : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 29-04-2024 atas nama YUNI ASMIRASARI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.
- Mengingat** : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016, dan
10. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
- Memperhatikan** : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0460/RT.Teknis/DPMPPTSP/05/2024, Tanggal : 02-05-2024
2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0214/BAP/PENELITIAN/DPMPPTSP/05/2024, Tanggal : 02-05-2024

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :
- KESATU** : 1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG PAREPARE
3. Nama Peneliti : YUNI ASMIRASARI
4. Judul Penelitian : IMPELEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PT. BIOTA GANGGANG DALAM MEMBANGUN COMMUNITY RELATION DI DESA POLEWALI
5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
6. Sasaran/target Penelitian : KARYAWAN PT. BLG DAN MASYARAKAT DESA POLEWALI
7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Suppa
- KEDUA** : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 02-11-2024.
- KETIGA** : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 05 Mei 2024



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP., M.Si
NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-





**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN SUPPA
DESA POLEWALI**

Alamat :Jalan. Majakka-Lotang Salo, Kode Pos 91272

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 178 / PW / V / 2024

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Desa Polewali Kec.Suppa :

Nama : **H.MUHAMMAD TAHANG**
Jabatan : Kepala Desa Desa Polewali
Alamat : Dusun Polewali, Desa Polewali

Menerangkan bahwa nama yang tersebut di bawah ini :

Nama : **YUNI ASMIRASARI**
NIM : 2020203870233028
Fakultas : Usuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan dikeluarkannya Surat ini, maka kami Pemerintah Desa Polewali Memberikan Rekomendasi/Izin kepada yang tersebut namanya diatas Untuk melaksanakan Penelitian Skripsi di Wilayah Desa Polewali dengan Judul **"IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY RELATION PADA PT. BIOTA LAUT GANGGANG DALAM MEMBANGUN COMMUNITY RELATION DI DESA POLEWALI "** mulai Tanggal 26 April sampai 26 Mei 2024.

Demikian surat keterangan ini kami buat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bela-belawa, 08 Mei 2024
Kepala Desa Polewali





PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG

KECAMATAN SUPPA

DESA POLEWALI

Alamat :Jalan. Majakka-Lotang Salo, Kode Pos 91272

SURAT KETERANGAN
TELAH MENYELESAIKAN PENELITIAN

Nomor : 202 / PW / V / 2024

Yang bertanda tangan di bawah ini,Kepala Desa Polewali Kec.Suppa :

N a m a : **H.MUHAMMAD TAHANG**

Jabatan : Kepala Desa

Alamat : Polewali

Menerangkan bahwa nama yang tersebut di bawah ini :

Nama : **YUNI ASMIRASARI**

NIM : 2020203870233028

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

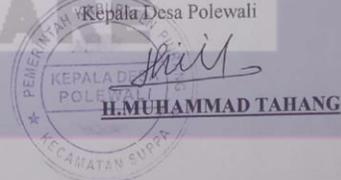
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Benar yang tersebut namanya di atas telah melaksanakan Penelitian Skripsi di Desa Polewali dengan Judul **“IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PT.BIOTA LAUT GANGGANG DALAM MEMBANGUN COMMUNITY RELATION DI DESA POLEWALI “**, Selama 1 Bulan mulai bulan 26 April 2024 sampai 26 Mei 2024.

Demikian surat keterangan ini kami buat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bela-belawa, 31 Mei 2024

Kepala Desa Polewali



DOKUMENTASI







BIOGRAFI PENULIS

Penulis bernama lengkap Yuni Asmirasari, lahir di Pallabessi, pada 09 juni 2002. Merupakan anak pertama dari 2 bersaudara. Penulis lahir dari pasangan Jamaluddin dan marlina. Penulis menempuh Pendidikan formal pertama kali di SD Negeri 101 pinrang pada tahun 2008. Kemudian dilanjutkan pada tingkat sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 suppa pada tahun 2014 yang selanjutnya kembali menempuh Pendidikan sekolah menengah atas di SMA Negeri 4 pinrang pada tahun 2017. Setelah menyelesaikan Pendidikan pada tingkat SMA, penulis kemudian melanjutkan Pendidikan ke jenjang S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada program studi komunikasi dan penyiaran islam yang kemudian berhasil menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Pada PT. Biota Laut Ganggang dalam Membangun *Community Relation* Di Desa Polewali”**