



2021

# STUDI PENGUKURAN INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT

**Tim Peneliti:**

- 1. Hardiana Widyastuti, S.Hut, MM,**
- 2. Farida Ratna Dewi, ME, AWP**

KERJASAMA DEPARTEMEN  
MANAJEMEN DAN PT XXX

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada tahun 2020, PT XXX melaksanakan program CSR kepada masyarakat di wilayah produksi dengan lebih menekankan pada bentuk program *empowerment*, *infrastruktur* dan *chairity*. Adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT XXX. Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT XXX yang meliputi program keseluruhan, manajemen program, serta pelayanan dan penyaluran adalah sangat puas yaitu dengan IKM sebesar **97,40%**.

Strategi atau rekomendasi yang dapat dilaksanakan (1) Kegiatan sosialisasi dan komunikasi secara intensif sehingga pemahaman masyarakat mau untuk terlibat secara aktif dalam program CSR serta merasakan adanya program CSR serta kejelasan alur pelayanan dan penyaluran program (bisa memakai Instagram, Whatapp dan membuat system online terutama di masa pandemi), (2) Sistem yang terintegrasi sehingga informasi keluhan cepat dapat diterima oleh petugas CSR dan segera dapat di atasi keluhannya, dan (3) Membuat strategi program untuk mengantisipasi program yang meningkat di masa pandemi, sehingga tetap eksis setelah pandemi mereda.

# DAFTAR ISI

<b>RINGKASAN EKSEKUTIF .....</b>	<b>0</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>2</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>3</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>4</b>
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>5</b>
1.1. Latar Belakang.....	5
1.2. Tujuan.....	6
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	7
2.2. Kualitas Pelayanan .....	8
2.3. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	8
<b>3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>10</b>
3.1. Waktu Dan Tempat.....	10
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	10
3.3. Teknik Analisis dan PengolahanData.....	11
3.3.1. Matrik IPA (Importance-Performance Analysis) .....	11
3.3.2. Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM).....	13
<b>4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>14</b>
4.1. Gambaran program CSR PT XXX.....	14
4.2. Karakteristik Responden Penerima Program CSR PT XXX.....	14
4.3. Hasil Analisis IPA dan IKM PT XXX .....	16
<b>5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>29</b>
5.1. Kesimpulan.....	29
5.2. Rekomendasi .....	29
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>30</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran .....	10
Gambar 2 Matriks Importance Performance Analysis .....	11
Gambar 3 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin (PT XXX).....	15
Gambar 4 Karakteristik responden berdasarkan usia (PT XXX) .....	15
Gambar 5 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan (PT XXX ).....	16
Gambar 6 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan (PT XXX ).....	16
Gambar 7 Pemetaan IKM untuk aspek Program Keseluruhan (PT XXX XXX) 2020 .....	18
Gambar 8 Pemetaan IKM untuk aspek Manajemen Program (PT XXX XXX) 2020 .....	22
Gambar 9 Pemetaan IKM untuk aspek Pelayanan dan Penyaluran (PT XXX ) 2020.....	26

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Program CSR PT XXX tahun 2020.....	14
Tabel 2 Nilai atribut aspek Program Keseluruhan CSR PT XXX.....	17
Tabel 3 Nilai atribut aspek Manajemen Program CSR PT XXX XXX .....	21
Tabel 4 Nilai Atribut IPA Penyaluran dan Pelayanan program CSR PT XXX 2020 ....	25
Tabel 5 Pedoman kriteria nilai IKM.....	28

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Peraturan Menteri LHK Nomor 1 Tahun 2021 mengenai Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) menuntut perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan pertanggungjawaban usaha atau kegiatan di bidang pengelolaan lingkungan hidup. Perusahaan berupaya untuk berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di wilayah produksi ataupun tempat lain yang telah ditetapkan. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kegiatan pemberdayaan yang terjalin harmonisasi antara perusahaan dan masyarakat.

Implementasi CSR perusahaan menerapkan aspek 3P (Profit, People, dan Planet). khususnya perusahaan-perusahaan yang dalam operasionalnya memiliki dampak terhadap lingkungan seperti pengolahan sumber daya alam. Paradigma yang muncul di masyarakat bahwa perusahaan pengolah sumber daya alam merupakan perusahaan yang menyumbang kerusakan lingkungan terbesar. Untuk itu perlu adanya kerjasama yang baik antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan, salah satunya melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Salah satu kegiatan yang dalam menciptakan Proper yang baik, maka PT XXX menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada sekitar wilayah produksi. melaksanakan program CSR khususnya untuk masyarakat di wilayah Ring 1 perusahaan yang dilaksakan setiap tahun dengan dalam bentuk *empowerment, capacity building, infrastruktur* dan *chairity*. Pada tahun 2020 program CSR terus dijalankan di masa pandemi Covid 19 dengan pendekatan dan fokus program yang berbeda dengan sebelum pandemic. Beberapa program di awal pandemi lebih diarahkan kepada sisi kemanusiaan yaitu bantuan sosial kepada masyarakat yang terdampak covid 19 serta bantuan sarana prasarana kesehatan sebagai penerapan protokol kesehatan.

Untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT XXX maka perlu dilakukan proses evaluasi terhadap program yang telah dilaksanakan. Kesesuaian dan ketepatan pelaksanaan program dengan harapan dari kelompok penerima program CSR dari PT XXX sangat menentukan keberlanjutan program CSR tersebut. Dengan evaluasi dari sisi internal dan sisi eksternal maka akan mempermudah dalam tindak lanjut untuk pelaksanaan program CSR di tahun berikutnya. Evaluasi kepuasan masyarakat

penerima program CSR dapat dilakukan melalui pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM).

Beberapa program CSR PT XXX yang ditujukan kepada kelompok, sehingga perlu mendapatkan evaluasi terkait pengaruh program CSR yang diberikan terhadap perkembangan kelompok dan anggotanya serta masyarakat sekitar. Kelompok yang diberikan program CSR terdiri dari dua jenis yaitu kelompok bisnis dan kelompok non bisnis (sosial). Untuk itu perlu dilakukan pengukuran dampak program CSR PT XXX terhadap progres kelompok berdasarkan aspek lingkungan, ekonomi, sosial dan kesejahteraan.

## **1.2. Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT XXX

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh Perusahaan di Indonesia telah diatur dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan di dalam ataupun di luar lingkungan Perseroan

CSR merupakan bentuk komitmen suatu perusahaan yang bertindak terus menerus secara etis, beroperasi legal serta berkontribusi dalam peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus peningkatan komunitas lokal dan masyarakat secara luas (Wibisono, 2007). Hal ini disampaikan dalam *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam publikasinya yaitu “Making Good Business Sense”.

Dalam pelaksanaan aktivitas CSR terdapat teori yang melandasinya yaitu teori *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya “*Cannibal with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Konsep *Triple Bottom Line* dikembangkan dengan istilah *economic prosperity*, *environment quality*, dan *social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaannya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan 3P. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Wibisono 2007).

ISO 26000 menyatakan tanggung jawab sosial suatu tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya yang telah dilaksanakan terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang (ISO 26000: 2010) :

- Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
- Memperhatikan kepentingan dari para stakeholder sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional;
- Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

## **2.2. Kualitas Pelayanan**

Jasa atau layanan merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain. Seringkali berdasarkan waktu, pertunjukan ini membawa hasil yang diinginkan kepada penerima, objek, atau aset lainnya. Sebagai imbalan atas uang, waktu, dan usaha, pelanggan jasa mengharapkan nilai dari akses ke tenaga kerja, keterampilan, keahlian, barang, fasilitas, jaringan, dan sistem. Namun, mereka biasanya tidak memiliki elemen fisik yang terlibat (Wirtz dan Lovelock, 2018). Sedangkan kualitas layanan didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan (Rangkuti 2003).

Menurut Rangkuti (2003) terdapat lima dimensi mutu jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1988 dalam konsep ServQual. Kelima dimensi mutu tersebut adalah:

1. Reliability (Keandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan).
2. Responsiveness (Cepat tanggap), yaitu kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.
3. Assurance (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri.
4. Emphaty (Empati), yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen.
5. Tangible (Kasad mata), yaitu penampilan fisik, peralatan, personil, dan alat-alat komunikasi.

## **2.3. *Customer Satisfaction Index (CSI)***

Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Jika sesuai harapan, konsumen puas (Kotler dan Keller, 2016). Rangkuti (2003) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut.

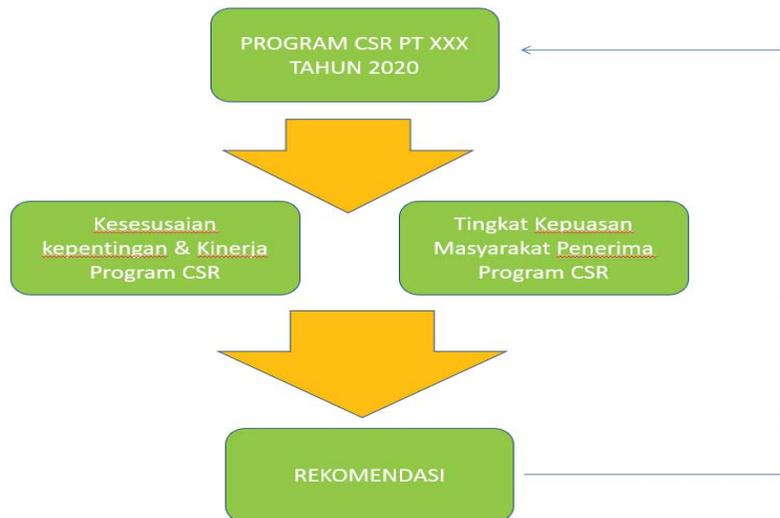
Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Apabila kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan konsumen,

maka konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas, jika kinerja sampai melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas (Kotler dan Armstrong, 2008).

### 3. METODE PENELITIAN

Dalam rangka mempertanggungjawabkan kinerja terhadap lingkungan dan masyarakat wilayah produksi, maka PT XXX melaksanakan program CSR. PT XXX berharap bahwa dengan pelaksanaan program CSR ini akan dapat memberikan dampak yang baik pada aspek ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan di sekitar wilayah produksi. PT XXX juga berupaya memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat penerima program CSR tersebut.

Program CSR yang berkelanjutan juga dilakukan PT XXX pada tahun 2020. Untuk melihat kesesuaian program yang diberikan dengan harapan dari masyarakat penerima program, maka identifikasi survei indeks kepuasan masyarakat (IKM) penerima program CSR tahun 2020. Adapun kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

#### 3.1. Waktu Dan Tempat

Kajian ini dilaksanakan pada bulan September – Oktober 2021. Pengukuran dilaksanakan kepada masyarakat penerima program CSR PT XXX pada tahun 2020.

#### 3.2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengambilan sample menggunakan *purposive sampling* dimana populasinya adalah seluruh masyarakat dan kelompok penerima program CSR PT XXX tahun 2020. Sample

dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang mengetahui dan merasakan adanya program CSR PT XXX tahun 2020.

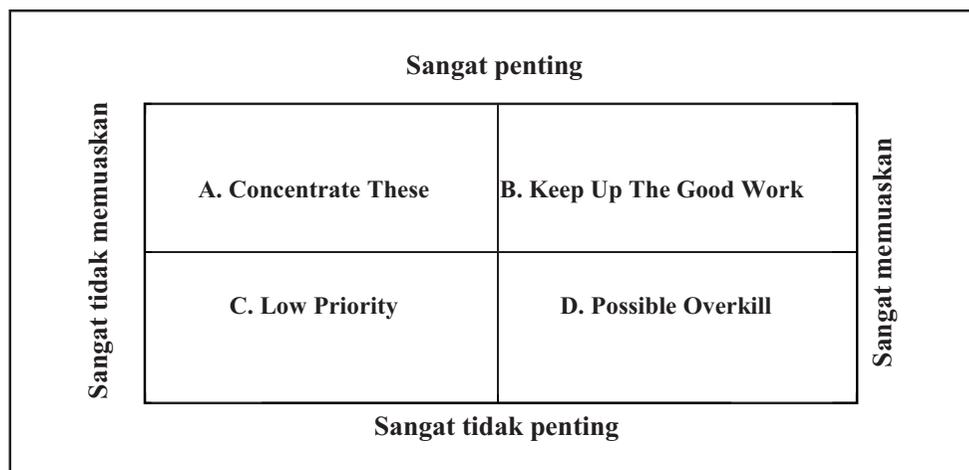
Pengambilan data dilakukan melalui data primer dan data sekunder. Terkait dengan adanya pandemic Covid 19, maka pengambilan data primer untuk IKM dilakukan melalui *google form* dan *indepth interview* via telepon atau menggunakan media online (zoom meeting, Google meet, WhatsApp call group) kepada masyarakat penerima program. Data sekunder melalui jurnal nasional dan internasional, internet, buku atau data-data pada PT XXX.

### 3.3. Teknik Analisis dan Pengolahan Data

#### 3.3.1. Matrik IPA (Importance-Performance Analysis)

Teknik dan analisis data yang digunakan *Importance-Performance Analysis (IPA)*. Alat ini ini dapat digunakan untuk merangking berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi tindakan yang diperlukan. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar masyarakat merasa puas terhadap kinerja pelaksanaan program CSR perusahaan, dan seberapa besar PT XXX memahami apa yang diinginkan masyarakat penerima program CSR.

Pada *Importance-Performance Analysis*, (Tjiptono, et all, 2007) dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Pembagian kuadran dalam *Importance-Performance Analysis* dapat dilihat sebagai berikut (Gambar 2).



Gambar 2 Matriks *Importance Performance Analysis*  
Sumber: Tjiptono e. all (2007)

Strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

**1. Kuadran A (*Concentrate These*)**

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh masyarakat penerima program CSR, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan masyarakat penerima program CSR (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

**2. Kuadran B (*Keep Up the Good Work*)**

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh masyarakat penerima program CSR, dan faktor-faktor yang dianggap masyarakat penerima program CSR sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan.

**3. Kuadran C (*Low Priority*)**

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh masyarakat penerima program CSR, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh masyarakat penerima program CSR sangat kecil.

**4. Kuadran D (*Possible Overkill*)**

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh masyarakat penerima Program CSR, dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. Penggunaan metode Importance-Performance Analysis adalah dalam mengukur tingkat kepuasan masyarakat penerima program CSR yang masuk pada kuadran-kuadran pada peta *Importance-Performance Matrix*. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar masyarakat penerima program CSR PT XXX merasa puas terhadap kinerja program CSR PT XXX, dan seberapa besar pihak PT XXX memahami apa yang diinginkan masyarakat penerima program CSR.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}_i} * 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan.

Yi = Skor rata-rata penilaian harapan responden.

Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah membuat peta posisi *importance – performance* yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik sebagai berikut:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{k} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{k}$$

Keterangan:

X = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut.

Y = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut.

k = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat persepsi, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan.

### 3.3.2. Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

Indeks Kepuasan Masyarakat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja pelayanan. Tahapan-tahapan pengukuran IKM adalah sebagai berikut:

1. Menghitung Weighting Factor (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100%.
2. Menghitung Weight Score (WS), yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kepuasan masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.
3. Menghitung Weight Total (WT), yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut.
4. Menghitung Satisfaction Index, yaitu WT dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Gambaran program CSR PT XXX

PT XXX melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai tanggungjawab dan komitmen terhadap masyarakat sekitar dan lingkungan. Adapun kegiatan CSR tersebut meliputi mengembangkan program dalam bentuk *empowerment*, *capacity building*, *infrastructure* dan *charity*. Berikut adalah program CSR PT XXX tahun 2020 (Tabel 1).

Tabel 1 Program CSR PT XXX tahun 2020

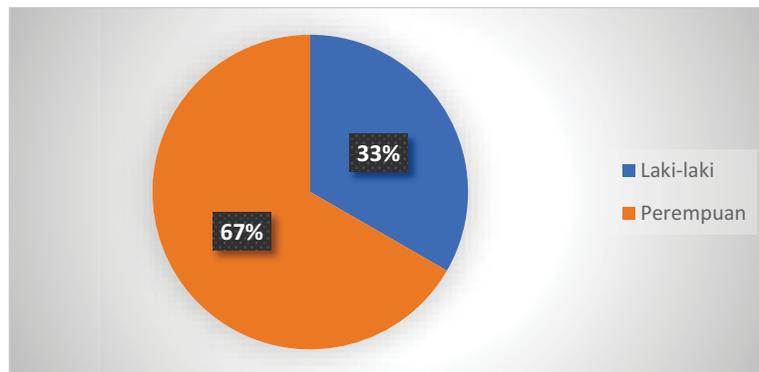
Jenis Program	Nama Program
<b>Empowerment</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pijar Berdaya</li><li>2. Budidaya Ikan dan Sayur Dalam Ember (Budikdamber)</li><li>3. Teladan (Tetap Belajar Dalam Pandemi)</li><li>4. Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)</li><li>5. Ekowisata Mangrove</li><li>6. Rumah Burung Hantu (Rubuha)</li></ol>
<b>Capacity Building</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pelatihan Rumah Syukur</li><li>2. Pembinaan Sepak Bola</li><li>3. Pembagian Daging Berkualitas</li></ol>
<b>Infrastruktur</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>4. Mobil Kesehatan</li><li>5. Penyediaan alat cuci tangan di fasilitas umum</li><li>6. Penyediaan Masker</li><li>7. Pemberian Alat Semprot dan Bahan Desinfektan</li><li>8. Pemberian APD untuk tenaga medis</li><li>9. Partisipasi 2 (dua) unit alat semprot elektrik</li><li>10. Program Penyediaan Air Bersih</li><li>11. Mobil Kesehatan</li><li>12. Partisipasi Tandon Cuci Tangan</li><li>13. Rambu-rambu penanggulangan Bencana</li><li>14. Partisipasi Gapura dan tembok</li></ol>
<b>Charity</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Partisipasi Kegiatan Event Evolty 2020 FTE ITS</li><li>2. Partisipasi Seminar Parenting Komite SDIT</li><li>3. Partisipasi HUT Desa tahun 2020</li><li>4. Partisipasi Jalan Sehat Bareng Bupati 2020</li><li>5. Partisipasi Kegiatan Pembelajaran Bahasa Inggris</li><li>6. Partisipasi Kegiatan Lomba Foto PWI</li><li>7. Pembagian Sembako</li><li>8. Partisipasi Baksos HUT RI</li><li>9. Partisipasi Kirab Budaya</li></ol>

### 4.2. Karakteristik Responden Penerima Program CSR PT XXX

Karakteristik responden pada survey IKM Program CSR PT XXX tahun 2020, merupakan masyarakat penerima CSR dari PT XXX pada tahun 2020. Karakteristik responden ini

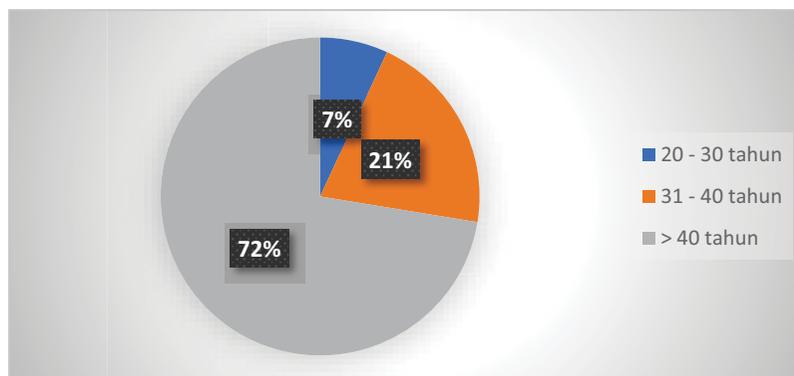
akan memetakan masyarakat penerima CSR berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa karakteristik responden 67% berjenis kelamin perempuan dan 33% responden berjenis kelamin laki-laki (Gambar 3). Kegiatan dalam program CSR pada tahun 2020, lebih ditekankan pada aktivitas kegiatan wanita (ibu rumah tangga), seperti Bank Tanaman, Café Jamu.



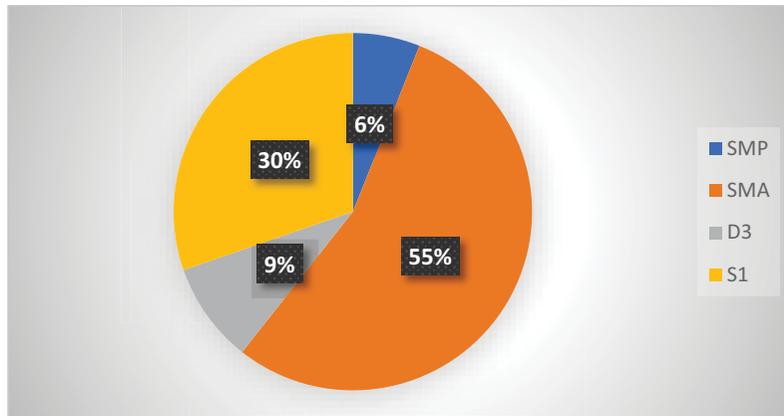
Gambar 3 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin (PT XXX)

Karakteristik responden berdasarkan usia terlihat bahwa jumlah responden paling besar penerima program CSR PT XXX tahun 2020 adalah berusia >40 tahun (72%). Kisaran usia 31-40 tahun (21%), dan selanjutnya usia 20-30 tahun (7%). Hal ini menunjukkan bahwa sasaran masyarakat/kelompok penerima CSR lebih pada usia >40 tahun.



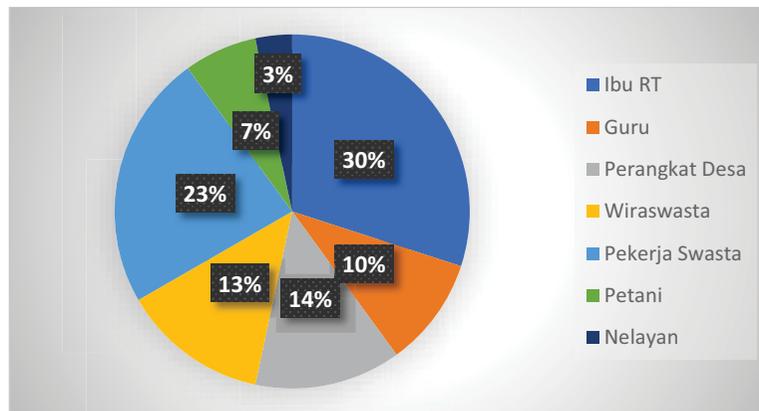
Gambar 4 Karakteristik responden berdasarkan usia (PT XXX)

Tingkat pendidikan responden dari masyarakat penerima program CSR PT XXX tahun 2020 didominasi dengan latar belakang pendidikan SMA (55%) dan S1 (30%). Sedangkan untuk pendidikan lainnya yaitu D3 (9%) dan SMP (6%).



Gambar 5 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan (PT XXX)

Pekerjaan responden penerima program CSR PT XXX mayoritas adalah ibu rumah tangga (30%) dan pekerja swasta (23%). Pekerjaan lainnya seperti perangkat desa (14%), wiraswasta (13%), guru (10%). Untuk pekerjaan sebagai petani dan nelayan masing-masing 7% dan 3%.



Gambar 6 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan (PT XXX)

### 4.3. Hasil Analisis IPA dan IKM PT XXX

#### Hasil *Importance-Performance Analysis (IPA)*

Penilaian kinerja pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan oleh PT XXX tahun 2020 dilakukan melalui 3 kriteria, yaitu berdasarkan **program keseluruhan, manajemen program serta pelayanan dan penyaluran**. Berikut adalah uraian mengenai kinerja masing-masing atribut dalam tiga kriteria tersebut.

## 1. ASPEK PROGRAM KESELURUHAN PT XXX

Aspek Program Keseluruhan mencakup penilaian pencapaian tujuan-tujuan yang dirumuskan dalam perencanaan program. Berdasarkan hasil pengolahan data dari pengisian kuisioner, dapat dilihat adanya tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan tingkat kesesuaian pada aspek Program Keseluruhan CSR PT XXX. Adapun hasilnya dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini.

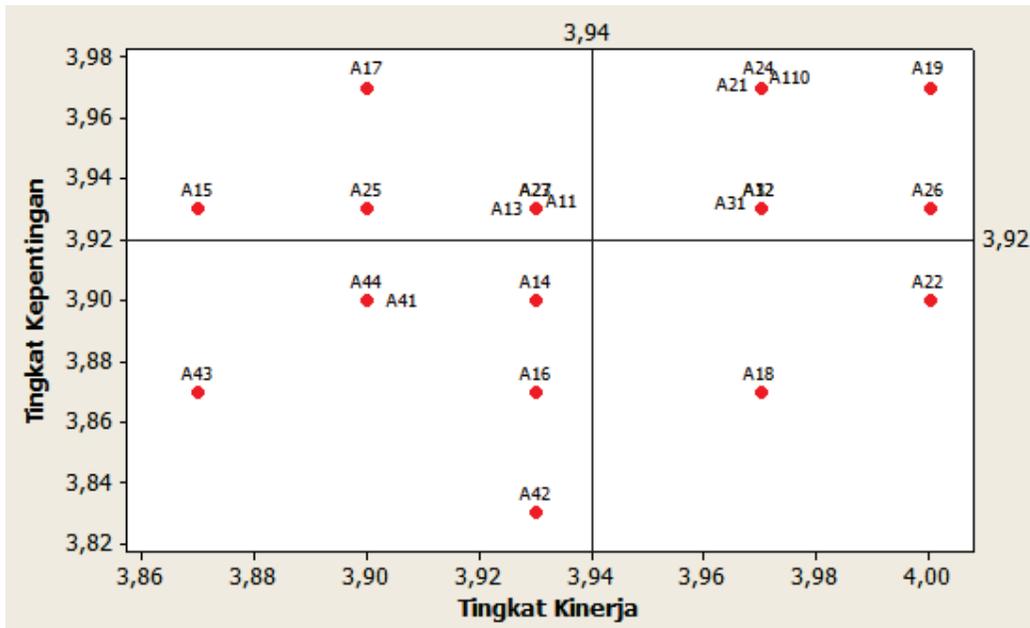
Tabel 2 Nilai atribut aspek Program Keseluruhan CSR PT XXX

No	Atribut	Keterangan	Tingkat		Tingkat Kesesuaian (%)
			Kinerja	Kepentingan	
1	A11	Program CSR yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat	3,93	3,93	100%
2	A12	Program CSR yang dilakukan sesuai dengan budaya/ kebiasaan dan aturan daerah setempat	3,97	3,93	99%
3	A13	Program CSR yang dilakukan aman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan	3,93	3,93	100%
4	A14	Program CSR tidak mengenakan biaya kepada peserta program bantuan CSR	3,93	3,90	99%
5	A15	Kecepatan waktu pengajuan program CSR sampai realisasi program	3,87	3,93	102%
6	A16	Kesesuaian jadwal pendampingan dengan pelaksanaan program bantuan CSR	3,93	3,87	98%
7	A17	Waktu pelaksanaan program CSR sesuai dengan yang direncanakan	3,90	3,97	102%
8	A18	Program CSR dapat dilanjutkan secara terus menerus	3,97	3,87	97%
9	A19	Setelah pelaksanaan program CSR selalu dilakukan evaluasi	4,00	3,97	99%
10	A110	Sumberdaya material pada program CSR dialokasikan secara merata dan proporsional untuk setiap wilayah	3,97	3,97	100%
11	A21	Program CSR yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat	3,97	3,97	100%
12	A22	Program CSR yang dilakukan sesuai dengan harapan masyarakat	4,00	3,90	98%
13	A23	Bantuan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan potensi lingkungan yang ada	3,93	3,93	100%
14	A24	Penanggung jawab/pelaksana program CSR menjalankan tugasnya dengan baik	3,97	3,97	100%
15	A25	Partisipasi atau keterlibatan masyarakat setempat dalam pelaksanaan program CSR	3,90	3,93	101%
16	A26	Keberlanjutan program bantuan CSR dilaksanakan sampai masyarakat berhasil (sejahtera)	4,00	3,93	98%
17	A27	Masyarakat paham dan merasakan manfaat dari program CSR yang dilakukan	3,93	3,93	100%
18	A31	Manfaat yang dirasakan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan upaya pelaksanaan program tersebut	3,97	3,93	99%
19	A32	Nilai output yang dihasilkan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan	3,97	3,93	99%
20	A41	Pelaksanaan program dievaluasi oleh lembaga luar/pihak luar	3,90	3,90	100%
21	A42	Dilaksanakan pengukuran ketercapaian sasaran dan tujuan program	3,93	3,83	97%
22	A43	Dilaksanakan Pengukuran tingkat kepuasan masyarakat tentang pelaksanaan program CSR	3,87	3,87	100%
23	A44	Dilakukan studi banding kegiatan ke tempat lain	3,90	3,90	100%
<b>Rata-rata</b>			<b>3,94</b>	<b>3,92</b>	<b>99%</b>

Nilai tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja yang terlihat pada Tabel 3 menunjukkan berada pada rata-rata 99 %. Artinya bahwa antara keinginan masyarakat dengan pemenuhan dari perusahaan adalah sudah sangat sesuai (walaupun tidak mencapai 100%).

Namun demikian bukan berarti semua atribut pada aspek keseluruhan belum memenuhi harapan masyarakat. Ada beberapa atribut yang menjadi prioritas yang harus dilakukan

perbaikan oleh pihak CSR PT XXX dan terdapat beberapa atribut yang sudah memenuhi harapan masyarakat. Pemetaan atribut dapat dilihat pada matriks IPA Program Keseluruhan CSR PT XXX tahun 2020 adalah sebagai berikut



Gambar 7 Pemetaan IKM untuk Aspek Program Keseluruhan (PT XXX) 2020

### 1) Kuadran A

Atribut hasil pemetaan IKM tahun 2020 mengenai aspek program keseluruhan PT XXX, pada kuadran A, adalah sebagai berikut :

- A11** : Program CSR yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat
- A13** : Program CSR yang dilakukan aman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan
- A15** : Kecepatan waktu pengajuan program CSR sampai realisasi program
- A17** : Waktu pelaksanaan program CSR sesuai dengan yang direncanakan
- A23** : Bantuan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan potensi lingkungan yang ada
- A25** : Partisipasi atau keterlibatan masyarakat setempat dalam pelaksanaan program CSR
- A27** : Masyarakat paham dan merasakan manfaat dari program CSR yang dilakukan

Atribut pada kuadran A, terdapat 7 atribut yang dinilai penting oleh masyarakat, namun kinerja yang diberikan belum sesuai harapan masyarakat tersebut, sehingga memerlukan adanya perbaikan atau peningkatan kinerja. Untuk itu pihak CSR PT XXX perlu meningkatkan kinerja.

Hal perlu dilakukan adalah pemetaan potensi lingkungan dan masyarakat untuk memudahkan pemberian program CSR yang tepat. Selain itu, dilakukan kegiatan sosialisasi

dan komunikasi secara intensif sehingga pemahaman masyarakat mau untuk terlibat secara aktif dalam program CSR serta merasakan adanya program CSR tersebut.

## 2) Kuadran B

Program keseluruhan pada kuadran B memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh masyarakat, dan kinerja perusahaan telah sesuai dengan yang diharapkan sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi.

Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah:

- A12** : Program CSR yang dilakukan sesuai dengan budaya/ kebiasaan dan aturan daerah setempat
- A19** : Setelah pelaksanaan program CSR selalu dilakukan evaluasi
- A110** : Sumberdaya material pada program CSR dialokasikan secara merata dan proporsional untuk setiap wilayah
- A21** : Program CSR yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat
- A24** : Penanggung jawab/pelaksana program CSR menjalankan tugasnya dengan baik
- A26** : Keberlanjutan program bantuan CSR dilaksanakan sampai masyarakat berhasil (sejahtera)
- A31** : Manfaat yang dirasakan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan upaya pelaksanaan program tersebut
- A32** : Nilai output yang dihasilkan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan

Atribut-atribut program keseluruhan yang masuk dalam kuadran B ini harus tetap dipertahankan karena semua atribut ini menjadikan program CSR oleh PT XXX menjadi unggul dimata masyarakat penerima program.

## 3) Kuadran C

Kuadran 3C memuat atribut-atribut program keseluruhan yang dianggap kurang penting oleh masyarakat, dan pada kenyataannya kinerja pihak PT XXX biasa saja. Atribut-atribut yang memiliki prioritas rendah tersebut adalah :

- A14** : Program CSR tidak mengenakan biaya kepada peserta program bantuan CSR
- A16** : Kesesuaian jadwal pendampingan dengan pelaksanaan program bantuan CSR
- A41** : Pelaksanaan program dievaluasi oleh lembaga luar/pihak luar
- A42** : Dilaksanakan pengukuran ketercapaian sasaran dan tujuan program
- A43** : Dilaksanakan Pengukuran tingkat kepuasan masyarakat tentang pelaksanaan program CSR
- A44** : Dilakukan studi banding kegiatan ke tempat lain

Atribut program keseluruhan pada kuadran C ini terus dilaksanakan ataupun dikembangkan, namun demikian memerlukan pertimbangan yang lebih matang (sebaiknya tetap disesuaikan hasil *social mapping*, kebutuhan masyarakat dan anggaran).

#### 4) Kuadran D

Kuadran D memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting dalam pelaksanaan program CSR, akan tetapi masyarakat merasakan atribut tersebut berlebihan. Hasil survei tahun 2020 atas dasar kinerja program CSR tahun 2020 terdapat 2 atribut dalam kuadran D ini, yaitu:

- A18** : Program CSR dapat dilanjutkan secara terus menerus
- A22** : Program CSR yang dilakukan sesuai dengan harapan masyarakat

Atribut yang berada pada kuadran D ini dapat dihilangkan ataupun dikurangi. Hal ini dapat lebih disesuaikan dengan standar yang ada, kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat.

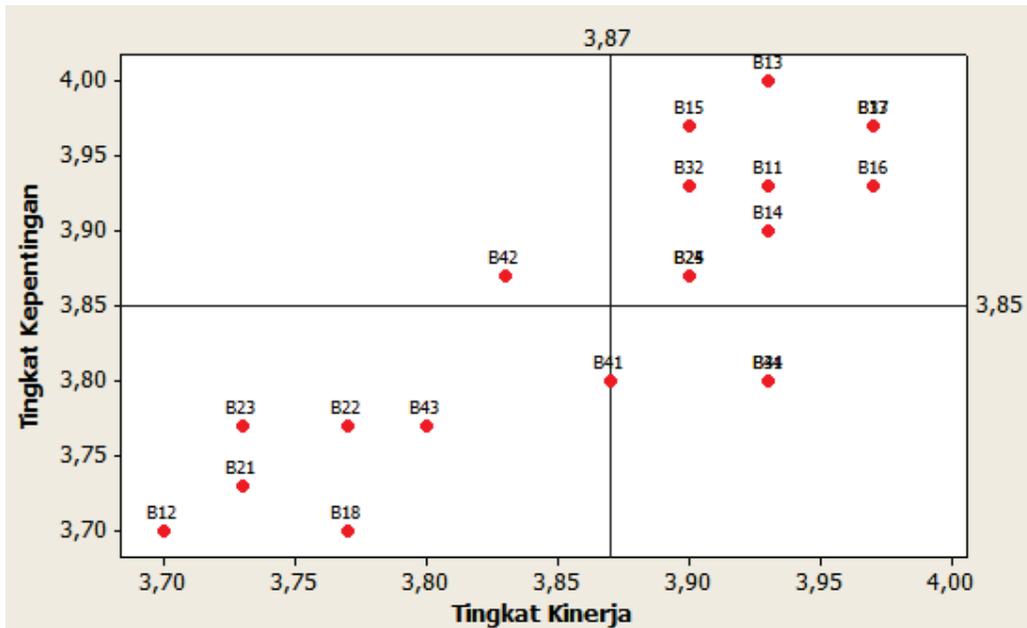
## 2. ASPEK MANAJEMEN PROGRAM PT XXX

Penilaian masyarakat terhadap atribut aspek Manajemen Program yang dilakukan oleh PT XXX mempunyai tingkat kesesuaian yang sama dengan aspek program keseluruhan yaitu sebesar 100%. Hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut pada aspek manajemen program sudah sangat baik sehingga memberikan nilai yang sesuai dengan harapan masyarakat. Walaupun ada beberapa atribut yang memiliki tingkat kesesuaian di bawah 100% dan yang paling rendah adalah 97% yaitu pelaksana program CSR melayani dengan ramah dan sopan. Hal ini perlu menjadi perhatian tim CSR. Pihak CSR PT XXX harus melakukan peningkatan kinerja untuk memenuhi harapan masyarakat terhadap manajemen program CSR.

Tabel 3 Nilai atribut aspek Manajemen Program CSR PT XXX

No	Atribut	Keterangan	Tingkat		Tingkat Kesesuaian (%)
			Kinerja	Kepentingan	
1	B11	Pelaksana program CSR memberikan informasi yang jelas (tujuan kegiatan, waktu, tempat, dan sumber daya) program	3,93	3,93	100%
2	B12	Keterbukaan informasi mengenai prosedur pelayanan program bantuan CSR	3,70	3,70	100%
3	B13	Pelaksana program CSR melayani dengan ramah dan sopan	3,93	4,00	102%
4	B14	Pelaksana program CSR memberikan kepedulian kepada masyarakat	3,93	3,90	99%
5	B15	Kegiatan CSR berjalan lancar dan tepat waktu	3,90	3,97	102%
6	B16	Ketepatan waktu petugas/ pendamping dalam melaksanakan program CSR sesuai waktu yang ditentukan	3,97	3,93	99%
7	B17	Pelaksana kegiatan berperan aktif, berkomitmen dan siap membantu masyarakat dalam kegiatan	3,97	3,97	100%
8	B18	Alat bantu, peraga, dokumen dan sumberdaya lainnya yang disediakan sudah sesuai, optimal dan cukup	3,77	3,70	98%
9	B21	Kemampuan petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR dengan baik	3,73	3,73	100%
10	B22	Kemampuan petugas/pendamping dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti peserta program	3,77	3,77	100%
11	B23	Pengetahuan dan keterampilan petugas/pelaksana/pendamping dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat	3,73	3,77	101%
12	B24	Tujuan kegiatan dapat terukur dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan pelaksana	3,90	3,87	99%
13	B25	Keterlibatan pihak lain (Kementerian, Pemda, PT, LSM, dll) yang terlibat dalam pelaksanaan program CSR	3,90	3,87	99%
14	B31	Kesederhanaan dan kemudahan dalam mengelola dan memenuhi target serta tujuan program CSR	3,93	3,80	97%
15	B32	Manfaat jangka pendek dan jangka panjang dirasakan organisasi dan masyarakat	3,90	3,93	101%
16	B33	Manfaat kegiatan dirasakan maksimal dan terukur dibandingkan sumberdaya yang dikeluarkan	3,97	3,97	100%
17	B41	Organisasi pelaksana kegiatan dimonitor dan dievaluasi secara berkala oleh lembaga independen	3,87	3,80	98%
18	B42	Adanya Pengukuran ketercapaian kinerja pelaksana/pendamping program CSR sesuai dengan tujuan perusahaan	3,83	3,87	101%
19	B43	Adanya Pengukuran tingkat kepuasan masyarakat tentang kinerja pelaksana program CSR	3,80	3,77	99%
20	B44	Adanya umpan balik dari masyarakat terhadap kinerja pelaksana/pendamping program CSR	3,93	3,80	97%
<b>Rata-rata</b>			<b>3,87</b>	<b>3,85</b>	<b>100%</b>

Adapun beberapa ketidaksesuaian yang masih memerlukan peningkatan kinerja, dapat dilihat pada Kuadran A yang dipetakan pada matriks IPA aspek Manajemen Program CSR PT XXX. Matriks IPA tersebut dapat dilihat pada Gambar 8 berikut .



Gambar 8 Pemetaan IKM untuk Aspek Manajemen Program (PT XXX ) 2020

### 1) Kuadran A

Kuadran A ini memuat atribut-atribut manajemen program dalam pelaksanaan program CSR yang dianggap penting oleh masyarakat namun demikian kinerja yang dilaksanakan oleh pihak PT XXX belum sesuai/masih kurang :

**B42** : Adanya Pengukuran ketercapaian kinerja pelaksana/pendamping program CSR sesuai dengan tujuan perusahaan

Pada tahun ini atribut yang diharapkan dapat diperbaiki yaitu hanya satu dibandingkan tahun sebelum. Atribut di atas sudah dilaksanakan, namun mungkin belum secara detail. Untuk itu diperlukan upaya dalam penetapan indikator kinerja pendamping, misalnya melalui penelitian kinerja khusus pendamping program CSR.

### 2) Kuadran B

Atribut-atribut manajemen program yang dianggap penting oleh masyarakat , dan kinerja perusahaan telah sesuai dengan harapan masyarakat penerima program pada tahun 2020, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi terdapat pada kuadran B. Atribut-atribut pada kuadran B ini sebaiknya tetap dipertahankan karena semua atribut ini menjadikan program CSR oleh PT XXX menjadi unggul dimata masyarakat penerima program.

**B11** : Pelaksana program CSR memberikan informasi yang jelas (tujuan kegiatan, waktu, tempat, dan sumber daya) program

**B14** : Pelaksana program CSR memberikan kepedulian kepada masyarakat

**B15** : Kegiatan CSR berjalan lancar dan tepat waktu

- B16** : Ketepatan waktu petugas/ pendamping dalam melaksanakan program CSR sesuai waktu yang ditentukan
- B17** : Pelaksana kegiatan berperan aktif, berkomitmen dan siap membantu masyarakat dalam kegiatan
- B24** : Tujuan kegiatan dapat terukur dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan pelaksana
- B25** : Keterlibatan pihak lain (Kementerian, Pemda, PT, LSM, dll) yang terlibat dalam pelaksanaan program CSR
- B32** : Manfaat jangka pendek dan jangka panjang dirasakan organisasi dan masyarakat
- B33** : Manfaat kegiatan dirasakan maksimal dan terukur dibandingkan sumberdaya yang dikeluarkan

Terdapat 9 atribut pada manajemen program di kuadran B. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengembangan dalam manajemen program yang telah sesuai dengan harapan penerima program. Hal ini patut dipertahankan dan ditingkatkan sesuai dengan pengembangan program dan kebutuhan masyarakat.

### 3) Kuadran C

Kuadran C memetakan atribut manajemen program yang kurang penting oleh responden, akan tetapi pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa (biasa) untuk responden. Atribut-atribut yang berada pada kuadran C tersebut adalah:

- B12** : Keterbukaan informasi mengenai prosedur pelayanan program bantuan CSR
- B18** : Alat bantu, peraga, dokumen dan sumberdaya lainnya yang disediakan sudah sesuai, optimal dan cukup
- B21** : Kemampuan petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR dengan baik
- B22** : Kemampuan petugas/pendamping dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti peserta program
- B41** : Organisasi pelaksana kegiatan dimonitor dan dievaluasi secara berkala oleh lembaga independen
- B43** : Adanya Pengukuran tingkat kepuasan masyarakat tentang kinerja pelaksana program CSR

Seperti halnya atribut pada program keseluruhan, enam atribut pada manajemen program di atas dapat terus dilaksanakan dengan pertimbangan yang lebih matang. Hal ini dikarenakan masyarakat belum merasakan manfaat dari pelaksanaan atribut pada manajemen program yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Pelaksanaan atribut ini lebih disesuaikan dengan anggaran yang telah disediakan untuk pelaksanaan program CSR.

### 4) Kuadran D

Atribut pada kuadran D ini dinilai responden kurang penting, namun dalam pelaksanaannya dinilai berlebihan (kinerjanya dinilai tinggi/memuaskan). Adapun atribut manajemen program yang berada pada kuadran D ini adalah :

- B41** : Adanya Pengukuran ketercapaian kinerja pelaksana/pendamping program CSR sesuai dengan tujuan perusahaan
- B44** : Adanya umpan balik dari masyarakat terhadap kinerja pelaksana/pendamping program CSR

Atribut yang berada dalam kuadran ini disarankan untuk dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya dan lebih memfokuskan diri untuk berkinerja baik (memuaskan) pada kuadran A.

### **3. ASPEK PELAYANAN DAN PENYALURAN PT XXX**

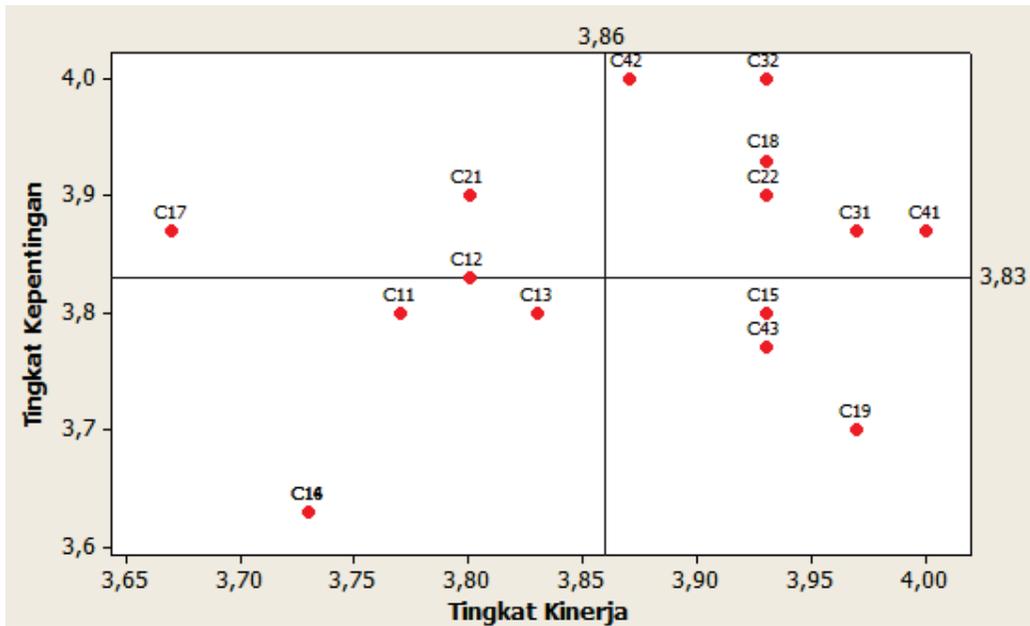
Aspek pelayanan dan penyaluran program CSR oleh PT XXX kepada masyarakat merupakan kriteria selanjutnya. Besarnya tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pada atribut-atribut pelayanan dan penyaluran ini dapat dipetakan dalam Diagram Tingkat Kepentingan-Kinerja program CSR PT XXX. Nilai atribut penyaluran dan pelayanan program CSR PT XXX dapat dilihat pada Tabel 4 Nilai Atribut IPA Penyaluran dan Pelayanan program CSR PT XXX 2020 sebagai berikut :

Tabel 4 Nilai Atribut IPA Penyaluran dan Pelayanan program CSR PT XXX 2020

No	Atribut	Keterangan	Tingkat		Tingkat Kesesuaian (%)
			Kinerja	Kepentingan	
1	C11	Kemampuan bagian CSR PT PJB memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat	3,77	3,80	101%
2	C12	Bagian CSR PT PJB cepat tanggap dalam memberikan pelayanan	3,80	3,83	101%
3	C13	Bagian CSR PT PJB bersedia menangani keluhan pelanggan hingga tuntas.	3,83	3,80	99%
4	C14	Pihak lain yang terlibat bersedia menangani keluhan pelanggan hingga tuntas	3,73	3,63	97%
5	C15	Kesamaan perlakuan dalam mendapatkan pelayanan program bantuan CSR PJB	3,93	3,80	97%
6	C16	Kelengkapan fasilitas pendukung pelaksanaan program CSR PT PJB	3,73	3,63	97%
7	C17	Kemudahan mencapai kantor UP PT PJB & Kantor layanan terkait	3,67	3,87	105%
8	C18	Kenyamanan lingkungan tempat kegiatan pendampingan program bantuan CSR PJB	3,93	3,93	100%
9	C19	Keamanan lingkungan tempat pelaksanaan pendampingan program bantuan CSR PJB	3,97	3,70	93%
10	C21	Kejelasan alur dalam prosedur pelayanan dan penyaluran program bantuan CSR PJB	3,80	3,90	103%
11	C22	Ketepatan solusi yang diberikan kepada masyarakat terkait permasalahan yang terjadi pada program CSR yang berlangsung (pelayanan /penyaluran)	3,93	3,90	99%
12	C31	Kesesuaian antara tujuan program CSR dengan pelaksanaannya (pelayanan/penyaluran)	3,97	3,87	97%
13	C32	Kesesuaian cara dan jadwal pelayanan dan penyaluran program CSR yang direncanakan dengan pelaksanaannya	3,93	4,00	102%
14	C41	PT PJB telah memiliki program monitoring dalam pelaksanaan program CSR nya (oleh pihak internal maupun eksternal)	4,00	3,87	97%
15	C42	Personil (pihak internal/ eksternal) yang memantau pelaksanaan program mempunyai kompetensi yang sesuai	3,87	4,00	103%
16	C43	Bantuan yang disalurkan dalam program CSR telah disesuaikan dengan standar yang dibutuhkan	3,93	3,77	96%
Rata-rata			<b>3,86</b>	<b>3,83</b>	99%

Berdasarkan Tabel 4 Nilai Atribut IPA Penyaluran dan Pelayanan program CSR PT XXX 2020 maka dapat dilihat bahwa tingkat rata-rata kesesuaian adalah 99%. Hal ini menunjukkan bahwa atribut pada aspek pelayanan dan penyaluran pelaksanaan program CSR masih belum semuanya dapat memenuhi harapan masyarakat penerima program CSR tersebut.

Beberapa atribut yang belum memberikan kepuasan masyarakat, dan yang perlu diperhatikan dalam peningkatan kinerjanya dapat dilihat pada pemetaan matriks IPA. Adapun atribut tersebut dipetakan dalam kaudran A matriks IPA aspek program pelayanan dan penyaluran program CSR .



Gambar 9 Pemetaan IKM untuk Aspek Pelayanan dan Penyaluran (PT XXX) 2020

### 1) Kuadran A

Pemetaan atribut pada kuadran A merupakan atribut yang dianggap penting oleh masyarakat, namun kinerja yang diterima belum sesuai dengan harapan masyarakat. Untuk pelayanan dan penyaluran program CSR PT XXX ini, atribut yang masih memerlukan peningkatan kinerja adalah sebagai berikut :

- C12** : Bagian CSR PT XXX cepat tanggap dalam memberikan pelayanan
- C17** : Kemudahan mencapai kantor UP PT XXX & Kantor layanan terkait
- C21** : Kejelasan alur dalam prosedur pelayanan dan penyaluran program bantuan CSR PT XXX

Atribut yang berada di Kuadran A dari aspek pelayanan dan penyaluran masih sama dengan tahun sebelumnya., yaitu mengarah kepada kurang cepat tanggapnya tim CSR. Selain itu atribut lainnya yang perlu mendapat perhatian adalah kemudahan dalam mencapai kantor PT XXX serta prosedur pelayanan dan penyaluran program.

Hal yang bisa dilakukan adalah membuat system yang terintegrasi sehingga informasi keluhan cepat dapat diterima oleh petugas CSR dan segera dapat di atasi keluhannya. Juga melakukan sosialisasi mengenai kejelasan alur pelayanan dan penyaluran program (bisa memakai Instagram, Whatsapp dan membuat system online terutama di masa pandemi).

## 2) Kuadran B

Atribut aspek pelayanan dan penyaluran yang masuk dalam kuadran B ini, merupakan atribut dengan kinerja yang telah sesuai dengan harapan konsumen. Atribut yang masuk dalam kuadran B adalah sebagai berikut:

- C18** : Kenyamanan lingkungan tempat kegiatan pendampingan program bantuan CSR PT XXX
- C22** : Ketepatan solusi yang diberikan kepada masyarakat terkait permasalahan yang terjadi pada program CSR yang berlangsung (pelayanan /penyaluran)
- C31** : Kesesuaian antara tujuan program CSR dengan pelaksanaannya (pelayanan/penyaluran)
- C41** : PT XXX telah memiliki program monitoring dalam pelaksanaan program CSR nya (oleh pihak internal maupun eksternal)
- C42** : Personil (pihak internal/ eksternal) yang memantau pelaksanaan program mempunyai kompetensi yang sesuai

Atribut pada aspek pelayan dan penyaluran program CSR pada kuadran B tetap masih memerlukan perhatian dari pihak PT XXX , walaupun sudah mendapat nilai sesuai dengan harapan masyarakat. Hal ini untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja program CSR secara berkelanjutan.

## 3) Kuadran C

Atribut pada kuadran C lebih menekankan pada atribut yang dianggap kurang penting oleh responden, dan pada kenyataannya kinerjanya juga biasa. Atribut-atribut yang memiliki prioritas rendah tersebut adalah:

- C11** : Kemampuan bagian CSR PT XXX memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat
- C13** : Bagian CSR PT XXX bersedia menangani keluhan pelanggan hingga tuntas.
- C14** : Pihak lain yang terlibat bersedia menangani keluhan pelanggan hingga tuntas
- C16** : Kelengkapan fasilitas pendukung pelaksanaan program CSR PT XXX

Atribut pada kuadran C ini harus tetap dijaga dan tetap diinformasikan kepada masyarakat mengenai hal-hal secara teknis agar dapat membantu masyarakat terkait program CSR.

## 4) Kuadran D

Atribut pada kuadran D ini dinilai responden kurang penting, namun dalam pelaksanaannya dinilai berlebihan (kinerjanya dinilai tinggi/memuaskan). Atribut dalam kuadran ini disarankan untuk dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya dan lebih memfokuskan diri untuk berkinerja baik (memuaskan) pada variabel yang memiliki tingkat kepentingan tinggi. Berdasarkan hasil analisa terhadap kuisisioner yang diisi oleh para responden, terdapat beberapa atribut pada kuadran D ini, yaitu

- C15** : Kesamaan perlakuan dalam mendapatkan pelayanan program bantuan CSR PT XXX

- C19** : Keamanan lingkungan tempat pelaksanaan pendampingan program bantuan CSR PT XXX
- C43** : Bantuan yang disalurkan dalam program CSR telah disesuaikan dengan standar yang dibutuhkan

Atribut-atribut di atas karena kinerjanya melampaui harapan masyarakat, namun demikian harus tetap dijaga karena merupakan kinerja yang baik untuk keberlanjutan pelayanan dan program CSR.

### **Hasil Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) PT XXX**

Berdasarkan hasil perhitungan, maka didapatkan nilai IKM untuk pelaksanaan program CSR PT XXX tahun 2020 sebesar **97.40 %**. Program CSR yang dilaksanakan pada masa pandemi ini sangat tepat dengan kebutuhan masyarakat dan hal ini merupakan peluang yang sangat baik untuk dikembangkan.

Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat penerima program CSR sudah lebih merasakan dampak dari adanya program CSR PT XXX, sehingga masyarakat sangat puas dengan program keseluruhan, manajemen program serta pelayanan dan penyaluran baik dari usaha, efektivitas, efisiensi dan kualitasnya. Hal ini tidak terlepas dari peran tim CSR PT XXX yang telah mengembangkan program-program CSR secara berkelanjutan.

Namun demikian pihak perusahaan harus dapat mengantisipasi jika pandemi Covid 19 sudah membaik dan keadaan berjalan normal kembali, maka beberapa program akan mengalami penurunan. Untuk itu diperlukan strategi antisipasi terutama dalam hal pemasaran sehingga program tersebut tetap berlanjut, sehingga perlu adanya diferensiasi program.

Tabel 5 Pedoman kriteria nilai IKM

No	Rentang	Keterangan
1	$25 \leq \text{IKM} < 43,75$	Sangat tidak memuaskan
2	$43,75 \leq \text{IKM} < 62,5$	Tidak memuaskan
3	$62,5 \leq \text{IKM} < 81,25$	Memuaskan
4	$81,25 \leq \text{IKM} < 100$	Sangat memuaskan

## 5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 5.1. Kesimpulan

Tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT XXX yang meliputi program keseluruhan, manajemen program, serta pelayanan dan penyaluran yang memiliki Index IKM sebesar CSR PT XXX tahun 2020 sebesar **97,40%** yang berarti **sangat memuaskan**. Hal ini terindikasi dengan tidak banyaknya variable yang masuk ke dalam kuadran 1.

### 5.2. Rekomendasi

1. Perlu dilakukan kegiatan sosialisasi dan komunikasi secara intensif sehingga pemahaman masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam program CSR serta merasakan adanya program CSR serta kejelasan alur pelayanan dan penyaluran program (bisa memakai Instagram, Whatapp dan membuat system online terutama di masa pandemi).
2. Membangun sistem yang terintegrasi sehingga informasi keluhan cepat dapat diterima oleh petugas CSR dan segera dapat diatasi keluhannya.
3. Menyusun strategi program untuk mengantisipasi program yang meningkat di masa pandemi, sehingga tetap eksis setelah pandemi mereda.

## DAFTAR PUSTAKA

- International Standard Organization. 2010. ISO 26000: 2010, Guidance on Social Responsibility.)
- Kotler, P dan K L Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Kotler P dan G Armstrong. 2008. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Lovelock C, J Wirtz. 2018. *Essensial Services Marketing*. Pearson Prentice-Hall.
- Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Dan Kehutanan Nomor 1 Tahun 2021 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Rangkuti, F. 2003. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi meningkatkan kepuasan pelanggan plus analisis kasus PLN-JP*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Tjiptono, F. dan C, Gregorius., 2007, *Service Quality & Satisfaction*, Edisi 2, ANDI, Yogyakarta.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. dan Berry, L.L., 1990. *Delivering Quality Service*, New York.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing

