



IPB University
— Bogor Indonesia —

INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT

**PROGRAM CSR PT PJB UP
MUARA TAWAR**

Tim Peneliti :

- 1. Dr. Wita Juwita Ermawati, S.T.P., M.M.**
- 2. Nisa Zahra, S.T.P., M.Si.**
- 3. Awang Asmoro**

**Kerjasama Departemen Manajemen
dan PT PJB UP Muara Tawar**

2023



RINGKASAN EKSEKUTIF

PT PJB UP Muara Tawar, salah satu perusahaan energi terbesar di negara ini, berkomitmen untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya dengan terus membantu pembangunan masyarakat dan lingkungan sekitar. Program Corporate Social Responsibility (CSR), terutama melalui pembentukan kelompok usaha masyarakat di ring 1, menunjukkan komitmen kuat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT PJB Muara Tawar pada tahun 2021. Hasil survei menunjukkan bahwa indeks kepuasan masyarakat (IKM) untuk program CSR PT PJB Muara Tawar pada tahun 2021 sangat tinggi, mencapai 95,36%, jauh di atas nilai 96,48% tahun sebelumnya.

Strategi atau saran yang dapat diterapkan diantaranya; (1) Sosialisasi dan komunikasi yang kuat sehingga masyarakat ingin terlibat secara aktif dalam program CSR dan merasakan adanya program serta kejelasan alur pelayanan dan penyaluran program (misalnya, menggunakan Instagram, WhatsApp, dan membuat sistem *online* terutama selama pandemi), (2) Sistem yang terintegrasi sehingga petugas layanan pelanggan dapat segera menerima dan menyelesaikan keluhan.

DAFTAR ISI

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	9
Gambar 2 Matriks <i>Importance Performance Analysis</i>	10
Gambar 3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia (PT PJB UP Muara Tawar)	15
Gambar 4 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin (PT PJB UP Muara Tawar)	15
Gambar 5 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	16
Gambar 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden.....	16
Gambar 7 Pemetaan IKM untuk aspek Program Keseluruhan (PT PJB UP Muara Tawar) ...	19
Gambar 8 Pemetaan IKM untuk aspek Manajemen Program (PT PJB UP Muara Tawar)	25
Gambar 9 Pemetaan IKM untuk aspek Pelayanan dan Penyaluran	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Nilai Atribut Aspek Program Keseluruhan CSR PT PJB UP Muara Tawar Tahun 2021.....	17
Tabel 2 Nilai Atribut Aspek Manajemen Program CSR PT PJB UP Muara Tawar tahun 2021	23
Tabel 3 Nilai Atribut Aspek Pelayanan dan Penyaluran CSR PT PJB UP Muara Tawar Tahun 2021.....	28
Tabel 4 Pedoman Kriteria Nilai IKM.....	33

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

CSR adalah sebuah program yang memungkinkan perusahaan untuk berpartisipasi dalam masalah sosial dengan memberikan kontribusi dan manfaat yang berharga bagi pengembangan ekonomi dan kesejahteraan sosial dalam kegiatan operasional perusahaan sehari-hari (Kriyantono, 2015). Perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan meningkatkan pertanggungjawaban mereka atas usaha atau kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan lingkungan hidup (Peraturan Menteri Lingkungan Hidup, 2021). Corporate Social Responsibility (CSR) diatur sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para stakeholdernya, terutama masyarakat di sekitar lokasi operasional perusahaan (Undang-Undang Republik Indonesia, 2007)

CSR perusahaan menggunakan prinsip 3P (Profit, People, dan Planet)(Felisia, 2014). Untuk mencapai hal ini, perusahaan harus bekerja sama dengan baik dengan masyarakat dan lingkungan, salah satu caranya adalah melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Sebagai BUMN yang bergerak di bidang pengolahan sumber daya alam menjadi energi listrik, PT PJB melaksanakan program CSR melalui kegiatan pengembangan kelompok bisnis masyarakat di ring I seluruh Unit Pembangkit (UP) dan Unit Bisnis Jasa Operasi dan Pemeliharaan (UBJOM). PT PJB memiliki 15 Area unit yang terdiri dari UP dan UBJOM.

Analisa terhadap Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) harus dilakukan untuk mengevaluasi seberapa efektif program CSR bekerja pada aspek pengembangan kelompok bisnis masyarakat. Diharapkan keberlanjutan program CSR PT PJB UP Muara Tawar ditentukan oleh kesesuaian dan ketepatan pelaksanaan program dari kelompok penerima. Di tahun berikutnya, pelaksanaan program CSR akan lebih mudah dengan evaluasi dari sisi internal dan sisi eksternal.

1.2. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT PJB UP Muara Tawar tahun 2021.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Corporate Social Responsibility*

Dalam publikasi "Making Good Business Sense", World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya sambil meningkatkan komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan (Wibisono, 2007). Dalam pelaksanaan aktivitas CSR terdapat teori yang melandasinya yaitu teori Triple Bottom Line yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 dalam (Felisia, 2014) 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*).

Corporate social responsibility (CSR) menurut *Prince of Wales International Business Forum* dalam Winarto et al., 2020, bahwa pelaksanaannya menyangkut lima pilar yaitu: (i) *Building human capital* yang menyangkut kemampuan perusahaan untuk memiliki dukungan sumber daya manusia yang andal (internal) dan (eksternal) masyarakat. Perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan biasanya melalui *community development*; (ii) *strengthening economies* yaitu memberdayakan ekonomi komunitas, (iii) *assessing social cohesion* di mana perusahaan harus menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak menimbulkan konflik, (iv) *encouraging good governance* di mana perusahaan dijalankan dalam tata kelola yang baik, dan (v) *protecting the environment* di mana perusahaan harus menjaga kelestarian lingkungan.

2.2. **Kualitas Pelayanan**

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting. Kualitas layanan akan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen dan minat pembelian ulang dari jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan layanan suatu perusahaan (Wirtz & Lovelock, 2021). Kualitas layanan didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang akan

melebihi tingkat kepentingan pelanggan (Rangkuti, 2003).

Kualitas pelayanan sendiri pada dasarnya terdiri dari upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cepat dan tepat sehingga memenuhi harapan pelanggan. Dalam hal ini, pelayanan didefinisikan sebagai jasa atau layanan yang diberikan oleh pemilik jasa, yang mencakup kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramah tamahan, yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat mereka dalam memberikan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Perbandingan antara persepsi pelanggan tentang layanan yang sebenarnya mereka terima atau peroleh dan layanan yang sebenarnya mereka harapkan atau inginkan dengan fitur layanan suatu perusahaan dapat digunakan untuk menentukan kualitas layanan suatu perusahaan.

Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Kualitas total suatu jasa terdiri atas 3 komponen utama menurut Gronroos dalam (Tjiptono & Chandra, 2016), diuraikan sebagai berikut:

- a) *Technical quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Hasil dari layanan ini mencakup fasilitas fisik, peralatan, dan peralatan (teknologi), dan memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat, terpercaya, dan memuaskan.
- b) *Funcional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas penyampaian suatu jasa. Ini lebih banyak berkaitan dengan proses penyampaian atau bagaimana pelayanan diberikan kepada pelanggan, seperti memberikan informasi yang jelas, kemudahan dalam berkomunikasi, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.
- c) *Corporate Image*, sesuatu yang berkaitan dengan reputasi produsen yang menyediakan jasa, seperti sopan santun dan sifat dapat dipercaya karyawan atau tenaga medis, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan, serta penampilan karyawannya.

Menurut Rangkuti, 2003 ada lima dimensi mutu jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam konsep ServQual. Ke-5 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) di mana karyawan

harus memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen. 5. *Tangible* (Kasat mata) seperti 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 & 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 persepsi atau kesan mereka tentang kinerja atau hasil produk dengan harapan mereka. Konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja produk atau jasa tidak memenuhi harapan mereka. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan merasa puas, dan jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas (Kotler & Armstrong, 2008).

3. METODE PENELITIAN

Diharapkan PT PJB terus memberikan layanan terbaik kepada orang-orang yang mendaftar dalam program CSR 2021 dan menetapkan program CSR yang berkelanjutan untuk berdampak pada kesejahteraan ekonomi, sosial, dan lingkungan masyarakat sekitar. Hal ini bisa diidentifikasi melalui survey indeks kepuasan masyarakat penerima program CSR tahun 2021. Adapun kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

3.1. Waktu Dan Tempat

Kajian ini dilaksanakan pada bulan Juli – September 2022. Pengukuran dilaksanakan pada PT PJB UP Muara Tawar, Kecamatan Tarumajaya, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* di mana populasinya adalah seluruh masyarakat dan kelompok penerima program CSR PT PJB UP Muara Tawar tahun 2021. Sampel dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang mengetahui dan menerima program CSR PT PJB tahun 2021 UP Muara Tawar. Data sekunder didapatkan dari jurnal nasional dan internasional, internet, buku atau data-data pada PT PJB.

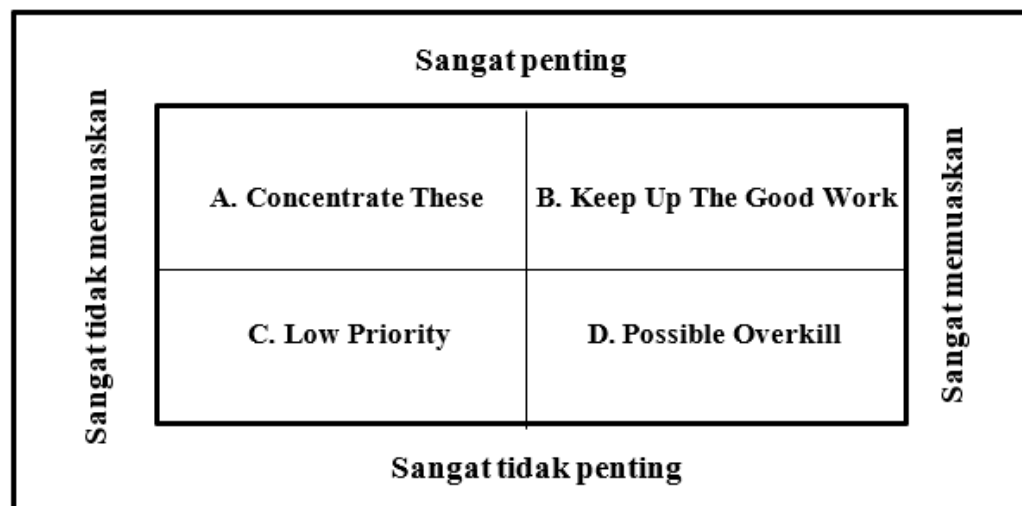
3.3. Teknik Analisis dan Pengolahan Data

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

Analisis arti penting-kinerja (*importance-performance analysis*) dapat digunakan untuk meranking berbagai elemen dari kumpulan jasa dan menentukan tindakan yang diperlukan.

Metode ini memerlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk menentukan seberapa puas masyarakat terhadap kinerja pelaksanaan program tanggung jawab sosial korporat (CSR) perusahaan dan seberapa besar PT PJB memahami kebutuhan masyarakat penerima program CSR.

Pada *Importance-Performance Analysis*, 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*

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 kenyatannya 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 PJB merasa puas terhadap kinerja program CSR PT PJB, dan seberapa besar pihak PT PJB 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:

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

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 PJB UP Muara Tawar

PT PJB UP (Unit Pembangkit) Muara Tawar adalah salah satu perusahaan energi nasional di bawah PT PJB yang berlokasi di Desa Segara Jaya, Kecamatan Taruma Jaya, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Unit Pembangkit di PT PJB UP Muara Tawar ini adalah pembangkit listrik tenaga gas dan uap (PLTGU) dengan kapasitas terpasang 2050 MW. Seperti unit PJB lainnya, PT PJB UP Muara Tawar memiliki komitmen yang kuat untuk turut berkontribusi bagi pembangunan masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai bagian dari bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan. Konsep CSR PT PJB UP Muara Tawar berpedoman kepada empat pilar utama yakni pemberdayaan ekonomi masyarakat, pendidikan, kesehatan, dan lingkungan.

Di wilayah kantor pusat maupun unit, penyusunan program CSR dimulai dengan pemetaan potensi masyarakat wilayah sasaran atau usulan masyarakat untuk mengidentifikasi potensi dan kebutuhan masyarakat. Hasil pemetaan dikoordinasikan dan dibahas dengan pemerintah dan masyarakat setempat agar program yang dibuat tidak berbenturan dengan program pemerintah dan benar-benar memenuhi kebutuhan masyarakat setempat. Program juga telah dirancang, ditetapkan, disosialisasikan, dan dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat secara aktif dengan mekanisme *bottom up* dan bekerja sama dengan *stakeholder* lain. Dengan demikian program CSR diharapkan menghasilkan *output* yang ditetapkan, yakni tepat sasaran dan tepat guna (Laporan CSR PT PJB UP Muara Tawar Tahun 2021).

Berkaitan dengan kondisi pandemi covid 19 yang menerpa Indonesia sejak awal tahun 2020 hingga saat ini, di mana pandemi covid 19 yang sudah tertangani dengan baik, kini program-program CSR PT PJB UP Muara Tawar kembali fokus ke dalam empat pilar utamanya. Program-program CSR PT PJB UP Muara Tawar unggulan yang digulirkan pada 2021 diimplementasikan dalam bentuk *empowerment*, *capacity building*, *infrastructure* dan *charity* yang dikelompokkan dalam empat bidang, yaitu (1) Pendidikan; (2) Kesehatan; (3) Ekonomi dan sosial keagamaan; dan (4) Lingkungan.

Beberapa lokasi dan sasaran penerima manfaat program CSR PT PJB Muara Tawar tahun 2021 di antaranya adalah Kecamatan Tarumajaya, Desa Pantaimakmur, Kelurahan Bahagia, Desa Segarajaya, Desa Hurip Jaya, dan kabupaten Bekasi dengan sasaran penerima manfaat adalah warga dan atau kelompok warga yang dibentuk dan berada di sekitar ring I dan ring

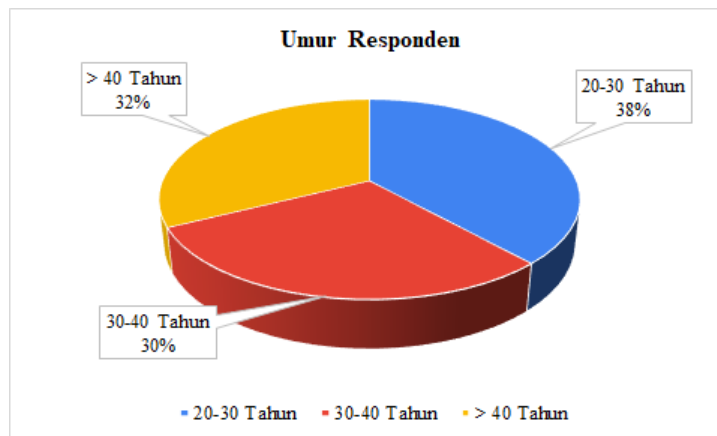
II PT PJB UP Muara Tawar. Untuk program-program CSR yang digulirkan beberapa di antaranya merupakan program yang telah ada dan telah dijalankan sebelumnya dan kemudian dilanjutkan dikarenakan berdampak sangat baik bagi masyarakat. Program-program tersebut adalah (1) Pemberdayaan Ekonomi (Program Pembinaan Kampung Seni Betawi, Budidaya Ikan untuk Pengembangan Kampung si Mandra, Pemberdayaan Masyarakat Pesisir, Difabel Berdaya); (2) Lingkungan (Pengembangan Ekowisata mangrove Tarumajaya, pengembangan Ekowisata Kampung Bahari Sembilangan); (3) Kesehatan (Pola Hidup Bersih dan Sehat dan Pengembangan Kampung Siaga Bencana); (4) Pendidikan (Peduli Pendidikan); (5) Pembangunan Infrastruktur dan *charity* (bantuan bencana alam, *sponsorship*, peringatan hari keagamaan, dan hari nasional dan *stakeholder engagement*), dan beberapa program CSR yang masih terkait dengan penanganan pandemi covid 19 melalui upaya tanggap darurat pencegahan penyebaran pandemi covid 19.

4.2. Karakteristik Responden Penerima Program CSR PT PJB UP Muara Tawar

Survei ini melibatkan responden yang berasal dari kelompok masyarakat yang mendapatkan manfaat dari program CSR PT PJB UP Muara Tawar. Survei dilakukan secara online dan menggunakan formulir Google Form yang diisi langsung oleh setiap responden.

Semua responden diminta untuk memberikan penilaian tentang tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk setiap aspek kepuasan program CSR tahun 2021 PT PJB UP Muara Tawar. Mereka juga diminta untuk memberikan informasi tentang pengaruh atau dampak yang mereka rasakan sebagai hasil dari program CSR ini. Data demografi responden diuraikan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan jenis kelamin.

Total data yang didapatkan dari hasil kuesioner yang diisi adalah sebanyak 34 responden. Dilihat dari karakteristik usia responden sebagian besar responden yang terlibat dalam survei ini merupakan responden dengan rentang usia yang produktif, di mana sebanyak 38% di antaranya berada pada usia 20-30 tahun, sebanyak 32% berada pada usia di atas 40 tahun dan sebanyak 30% berada pada usia antara 30-40 tahun. Gambar di bawah ini menunjukkan karakteristik responden dilihat dari rentang usia responden.



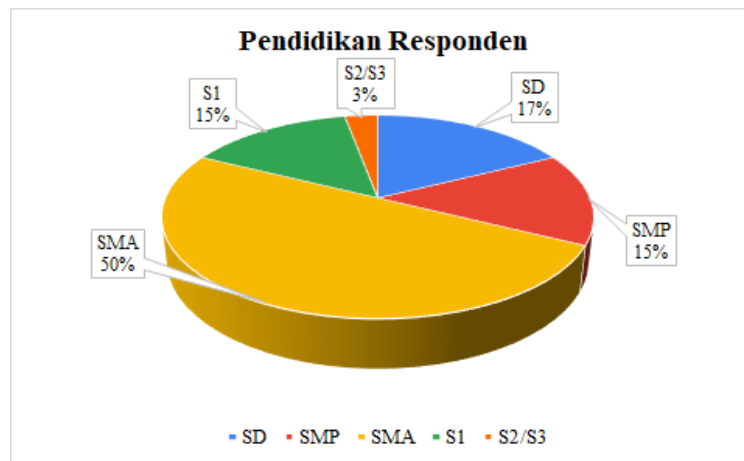
Gambar 3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia (PT PJB UP Muara Tawar)

Dilihat dari karakteristik jenis kelamin responden, dari total 34 responden yang terpilih, sebanyak 71% di antaranya berjenis kelamin laki-laki dan 28% berjenis kelamin perempuan. Gambar di bawah adalah karakteristik responden dilihat dari jenis kelaminnya.



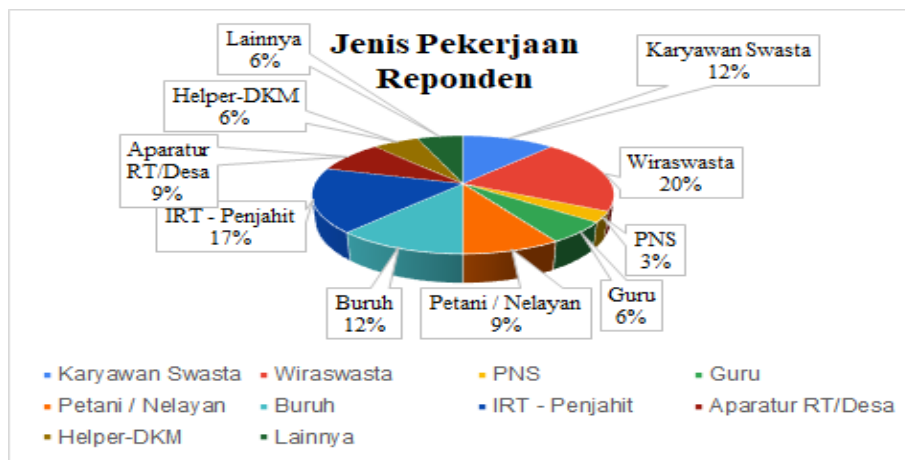
Gambar 4 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin (PT PJB UP Muara Tawar)

Dari segi karakteristik pendidikan responden, sebagian besar responden berpendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas/SMA atau sederajat (50%), Sekolah Dasar/SD (17%), Sarjana/S1 (15%), Sekolah Menengah Pertama/SMP (15%), dan S2/S3 (3%). Gambar di bawah adalah karakteristik responden dilihat dari pendidikannya terakhirnya.



Gambar 5 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dari segi jenis pekerjaan responden, dari 34 responden sebanyak 20 % responden bekerja sebagai wiraswasta, 17% bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) sekaligus penjahit, 12% bekerja sebagai karyawan swasta, 12% bekerja sebagai buruh, 9% bekerja sebagai Aparatur RT/Desa, 9% bekerja sebagai petani/nelayan, 6% bekerja sebagai guru, 6% bekerja sebagai helper/DKM Masjid, 3% bekerja sebagai PNS, dan 6% pekerjaan lainnya. Gambar di bawah adalah karakteristik responden dilihat dari jenis pekerjaannya.



Gambar 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden

Dari sisi karakteristik pendapatan responden, rentang pendapatan responden berada pada kisaran di bawah 1 juta rupiah sampai dengan 4,5 juta rupiah per bulan, dengan sebagian besar pendapatan responden (56%) berada di rentang 2 – 3 juta rupiah per bulan, dan 20% responden memiliki pendapatan di rentang 1 – 2 juta rupiah per bulan. Untuk jenis penerima manfaat, dari 34 reponden penerima manfaat program CSR, semua program kegiatan yang dilaksanakan pada tahun 2021 telah terwakili oleh responden yang telah mengisi kuesioner. Beberapa responden di antaranya ada yang belum pernah mendapatkan program CSR PT PJB UP Muara Tawar sebelumnya, sementara sebagian lagi pernah mendapatkan program CSR di tahun-tahun sebelumnya.

4.3. Hasil Analisis IPA dan IKM PT XXX

Hasil *Importance-Performance Analysis (IPA)*

Untuk mengetahui kepuasan masyarakat atas program CSR PT PJB UP Muara Tawar tahun 2021 maka dilakukan analisis perbandingan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan terhadap kinerja untuk setiap komponen/atribut. Selain tingkat kepuasan masyarakat penerima program, melalui analisis ini dapat diketahui pula komponen/atribut mana saja yang masyarakat anggap penting.

Analisis dibagi menjadi tiga kelompok yaitu analisis mengenai (1) Program CSR Secara Keseluruhan, (2) Manajemen Program, dan (3) Pelayanan dan Penyaluran. Untuk masing-masing kelompok tersebut, komponen kepuasan dibagi menjadi 4 kategori, yaitu Kategori Usaha (U), Efektivitas (E), Efisiensi (EF), dan Kualitas (K). Hasil analisisnya adalah sebagai berikut.

1. ASPEK PROGRAM KESELURUHAN PT PJB UP MUARA TAWAR

Terdapat 23 atribut komponen kepuasan pada Aspek Program Keseluruhan PT PJB UP Muara Tawar. Berdasarkan hasil pengolahan data dari pengisian kuisisioner diperoleh tiga nilai atribut, antara lain tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan tingkat kesesuaian aspek Program Keseluruhan CSR PT PJB UP Muara Tawar. Untuk aspek Program Keseluruhan CSR PT PJB UP Muara Tawar, penilaian perbandingan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan atas kinerja dapat dilihat pada Tabel 1 dan Gambar 7.

Tabel 1 Nilai Atribut Aspek Program Keseluruhan CSR PT PJB UP Muara Tawar Tahun 2021

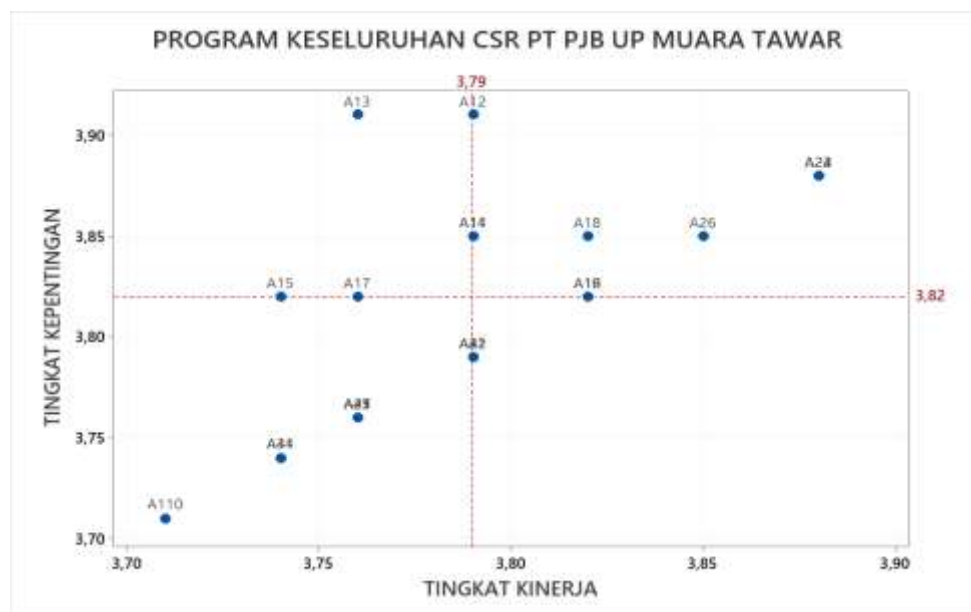
Nomor	Atribut	Keterangan	Tingkat		Kesesuaian
			Keperluan	Kinerja	
1	A11	Program CSR yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat	3,85	3,79	98,47%
2	A12	Program CSR yang dilakukan sesuai dengan budaya/ kebiasaan dan aturan daerah setempat	3,91	3,79	96,99%
3	A13	Program CSR yang dilakukan aman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan	3,91	3,76	96,24%
4	A14	Program CSR tidak mengenakan biaya kepada peserta program bantuan CSR	3,85	3,79	98,47%
5	A15	Kecepatan waktu pengajuan program CSR sampai realisasi program	3,82	3,74	97,69%
6	A16	Kesesuaian jadwal pendampingan dengan	3,82	3,82	100,00%

Nomor	Atribut	Keterangan	Tingkat		Kesesuaian
			Keperluan	Kinerja	
		pelaksanaan program bantuan CSR			
7	A17	Waktu pelaksanaan program CSR sesuai dengan yang direncanakan	3,82	3,76	98,46%
8	A18	Program CSR dapat dilanjutkan secara terus menerus	3,85	3,82	99,24%
9	A19	Setelah pelaksanaan program CSR selalu dilakukan evaluasi	3,82	3,82	100,00%
10	A110	Sumberdaya material pada CSR dialokasikan secara merata dan proporsional untuk setiap wilayah	3,71	3,71	100,00%
11	A21	Program CSR yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat	3,79	3,79	100,00%
12	A22	Program CSR yang dilakukan dapat berdampak/membantu kemajuan masyarakat	3,88	3,88	100,00%
13	A23	Bantuan yang diberikan sesuai dengan potensi lingkungan yang ada	3,88	3,88	100,00%
14	A24	Penanggung jawab/pelaksana program CSR menjalankan tugasnya dengan baik	3,88	3,88	100,00%
15	A25	Partisipasi atau keterlibatan masyarakat setempat dalam pelaksanaan program CSR	3,76	3,76	100,00%
16	A26	Keberlanjutan program bantuan CSR dilaksanakan sampai masyarakat berhasil (sejahtera)	3,85	3,85	100,00%
17	A27	Masyarakat paham dan merasakan manfaat dari program CSR yang dilakukan	3,76	3,76	100,00%
18	A31	Manfaat yang dirasakan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan upaya yang dilakukan	3,74	3,74	100,00%
19	A32	Nilai output yang dihasilkan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan	3,79	3,79	100,00%
20	A41	Pelaksanaan program dievaluasi oleh lembaga/pihak luar	3,76	3,76	100,00%
21	A42	Dilaksanakan pengukuran ketercapaian sasaran dan tujuan program	3,79	3,79	100,00%
22	A43	Dilaksanakan pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang pelaksanaan program CSR	3,76	3,76	100,00%

Nomor	Atribut	Keterangan	Tingkat		Kesesuaian
			Keperntingan	Kinerja	
23	A44	Dilakukan studi banding kegiatan ke tempat lain	3,74	3,74	100,00%
			3,82	3,79	99,36%

Dilihat dari tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk setiap atributnya, untuk indikator Program Keseluruhan CSR PT PJB UP Muara Tawar, secara rata-rata tingkat kesesuaiannya adalah 99,36% (Tabel 3). Artinya secara rata-rata untuk program keseluruhan, kinerja program CSR selama tahun 2021 yang dirasakan oleh masyarakat sekitar adalah hampir sama dengan tingkat kepentingannya.

Nilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja aspek Program Keseluruhan PT PJB selanjutnya dipetakan ke dalam Matriks Pemetaan IKM untuk Aspek Program Keseluruhan (Gambar 7). Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap atribut-atribut pengukuran dari aspek program CSR mayoritas berada pada kuadran B dan C, yaitu masing-masing tujuh dan sembilan atribut. Sementara itu terdapat empat atribut yang terletak pada kuadran A, dan tiga atribut terletak pada border kuadran D.



Gambar 7 Pemetaan IKM untuk aspek Program Keseluruhan (PT PJB UP Muara Tawar)

Atribut yang berada pada kuadran A adalah atribut yang dinilai memiliki tingkat kepentingan tinggi namun tingkat kepuasan atas kinerjanya rendah. Secara umum atribut-atribut yang berada di kuadran A inilah atribut yang harus diperhatikan, karena penilaian masyarakat menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kepuasan atas kinerja pada atribut yang berada pada kuadran tersebut. Demikian halnya juga dengan atribut-atribut di kuadran D, masyarakat menilai bahwa atribut atribut

tersebut tidak menjadi prioritas (tingkat kepentingan rendah) tapi tingkat kepuasannya atas kinerjanya tinggi.

1) Kuadran A (*Concentrate These*)

Kuadran ini adalah kuadran yang merupakan prioritas utama, di mana atribut-atribut pada kuadran A ini harus mendapatkan prioritas untuk ditingkatkan kinerja/kepuasannya. Kuadran A ini memuat atribut-atribut untuk aspek Manajemen Program dalam pelaksanaan program CSR yang dianggap penting oleh masyarakat, namun demikian kinerja yang dilaksanakan oleh pihak PT PJB UP Muara Tawar belum sesuai/masih rendah. Terdapat empat atribut yang masuk dalam kuadran ini, yaitu:

- a) A11 - Program CSR yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat
 - b) A12 - Program CSR yang dilakukan sesuai dengan budaya/ kebiasaan dan aturan daerah setempat
 - c) A14 - Program CSR tidak mengenakan biaya kepada peserta program bantuan CSR
 - d) A13 - Program CSR yang dilakukan aman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan
- Artinya atribut-atribut tersebut dinilai tinggi tingkat kepentingannya, namun tingkat kepuasan atas kinerjanya dirasakan tidak sebagus atribut lainnya, sehingga fokus utama perbaikan adalah di empat atribut ini dengan harapan tingkat kepuasannya akan meningkat. Salah satu atribut yang terletak pada kuadran ini adalah A13, di mana masyarakat menilai tingkat keamanan program CSR bagi masyarakat sekitar dan lingkungan adalah hal yang sangat penting, namun dalam implementasinya, atribut keamanan ini dinilai masyarakat masih berkinerja lebih rendah dari apa yang diharapkan. Tiga atribut lainnya pada kuadran A, yaitu atribut A11, A12, A14 terletak di perbatasan dengan kuadran B. Sebenarnya masyarakat sudah cukup puas dengan ketiga atribut ini (kesesuaian program dengan kebutuhan dan budaya masyarakat setempat dan biaya yang dikenakan pada peserta), namun PT PJB UP Muara Tawar dipandang perlu menerapkan langkah-langkah guna lebih memastikan agar ketiga atribut ini dapat bergeser dan terletak di Kuadran B.

2) Kuadran B (*Keep Up The Good Work*)

Kuadran B adalah kuadran yang berisikan atribut-atribut yang prioritasnya tinggi dan hasil kinerjanya sudah bagus sehingga perlu dipertahankan prestasinya. Untuk aspek Program Keseluruhan terdapat 7 atribut yang dinilai sangat penting dan hasilnya ternyata juga sangat memuaskan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a) A16 - Kesesuaian jadwal pendampingan dengan pelaksanaan program bantuan CSR
- b) A19 - Setelah pelaksanaan program CSR selalu dilakukan evaluasi

- c) A18 - Program CSR dapat dilanjutkan secara terus menerus
- d) A22 - Program CSR yang dilakukan dapat berdampak/membantu kemajuan masyarakat
- e) A23 - Bantuan yang diberikan sesuai dengan potensi lingkungan yang ada
- f) A24 - Penanggung jawab/pelaksana program CSR menjalankan tugasnya dengan baik
- g) A26 - Keberlanjutan program bantuan CSR dilaksanakan sampai masyarakat berhasil (sejahtera)

Masyarakat menilai bahwa keberlanjutan program CSR menjadi hal yang sangat penting (A18) dan sejauh ini yang dirasakan masyarakat sudah sangat baik dan memuaskan. Sebagian program utama telah secara kontinyu dilakukan walaupun sempat terjeda situasi pandemi selama lebih dari satu tahun. Selain itu, masyarakat juga merasa puas atas hasil kinerja atribut bantuan yang diberikan berdampak/membantu kemajuan masyarakat (A22) serta sesuai dengan potensi lingkungan yang ada (A23). Masyarakat juga menilai bahwa penanggung jawab/pelaksana program CSR telah melakukan tugasnya dengan baik dan memuaskan (A24), tak jarang pelaksana program CSR turut terjun dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan. Masyarakat juga berharap agar pelaksanaan program CSR terus berlanjut di tahun-tahun mendatang (A26). Hal ini selain dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat juga menjadikan area sekitar PT PJB UP Muara Tawar menjadi lebih baik dari sisi keamanan, kesejahteraan dan interaksi antar masyarakatnya.

3) Kuadran C (*Low Priority*)

Atribut-atribut pada aspek Program Keseluruhan pada kuadran ini dianggap kurang penting oleh masyarakat, dan pada kenyataannya penilaian masyarakat terhadap kinerja pengelola CSR PT PJB UP Muara Tawar untuk atribut-atribut tersebut juga tidak terlalu tinggi, serta serta manfaat yang diterima dan dirasakan oleh responden relatif kecil. Atribut pada aspek Program Keseluruhan di kuadran C ini bukan prioritas untuk dilaksanakan dan perlu pertimbangan yang lebih jika akan dilaksanakan. Adapun atribut tersebut adalah sebagai berikut:

- a) A15 - Kecepatan waktu pengajuan program CSR sampai realisasi program
- b) A17 - Waktu pelaksanaan program CSR sesuai dengan yang direncanakan
- c) A110 - Sumberdaya material pada CSR dialokasikan secara merata dan proporsional untuk setiap wilayah
- d) A25 - Partisipasi atau keterlibatan masyarakat setempat dalam pelaksanaan program CSR

- e) A27 - Masyarakat paham dan merasakan manfaat dari program CSR yang dilakukan
- f) A31 - Manfaat yang dirasakan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan upaya yang dilakukan
- g) A41 - Pelaksanaan program dievaluasi oleh lembaga/pihak luar
- h) A43 - Dilaksanakan pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang pelaksanaan program CSR
- i) A44 - Dilakukan studi banding kegiatan ke tempat lain

Atribut-atribut di atas dinilai lebih rendah tingkat kepentingannya (tidak prioritas), dan tingkat kepuasan atas kinerjanya juga dirasakan biasa-biasa saja (lebih rendah) dibandingkan kinerja atribut lainnya.

Di antara 9 atribut yang terletak pada Kuadran C, terdapat 2 atribut yang terletak pada perbatasan Kuadran A, yaitu A15 (kecepatan waktu pengajuan program CSR sampai realisasi program) dan A17 (Waktu pelaksanaan program sesuai dengan yang direncanakan). Kedua atribut ini dinilai sedikit lebih penting dibandingkan dengan atribut lain pada kuadran C, sehingga dua atribut tersebut perlu mendapat perhatian dari PT PJB agar tidak beralih ke Kuadran A, di mana masyarakat menilai kedua hal tersebut adalah penting namun memiliki kinerja yang kurang memuaskan.

4) Kuadran D (*Possible Overkill*)

Kuadran D adalah kuadran yang tingkat kepuasan atas kinerjanya dinilai lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kepentingannya. Oleh sebab itu, atribut-atribut dalam kuadran ini tidak lagi menjadi fokus utama dan disarankan untuk dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya dan lebih memfokuskan diri untuk berkinerja baik (memuaskan) pada variabel yang memiliki tingkat kepentingan tinggi. Pada aspek Program Keseluruhan, atribut yang teridentifikasi berada di kuadran D adalah sebagai berikut:

- a) A21 - Program CSR yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat
- b) A32 - Nilai output yang dihasilkan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan
- c) A42 - Dilaksanakan pengukuran ketercapaian sasaran dan tujuan program

Ada tiga atribut yang dapat dikatakan berlebihan karena tingkat kepentingan atribut yang ada pada kuadran ini lebih rendah dibanding atribut lainnya namun tingkat kepuasan terhadap kinerjanya tinggi. Penilaian masyarakat terhadap atribut-atribut seperti program CSR yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat (A21), nilai output yang dihasilkan lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan (A32) dan

pelaksanaan pengukuran ketercapaian sasaran dan tujuan program (A42) memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan tingkat kepentingannya. Namun demikian bukan berarti ketiga atribut ini dapat diabaikan, hanya saja perusahaan tidak perlu mengeluarkan sumberdaya berlebihan untuk ketiga atribut ini.

2. ASPEK MANAJEMEN PROGRAM PT PJB UP MUARA TAWAR

Pada aspek Manajemen Program yang diukur adalah kesesuaian pengelolaan program yang dilakukan oleh manajemen dengan kepentingan/persepsi masyarakat penerima program. Pada aspek ini, terdapat 20 atribut komponen kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data dari pengisian kuesioner diperoleh tiga nilai, yaitu nilai untuk tingkat kepentingan, tingkat kinerja, dan tingkat kesesuaian aspek Manajemen Program CSR PT PJB UP Muara Tawar yang disajikan pada Tabel 2 dan Gambar 8.

Tabel 2 Nilai Atribut Aspek Manajemen Program CSR PT PJB UP Muara Tawar tahun 2021

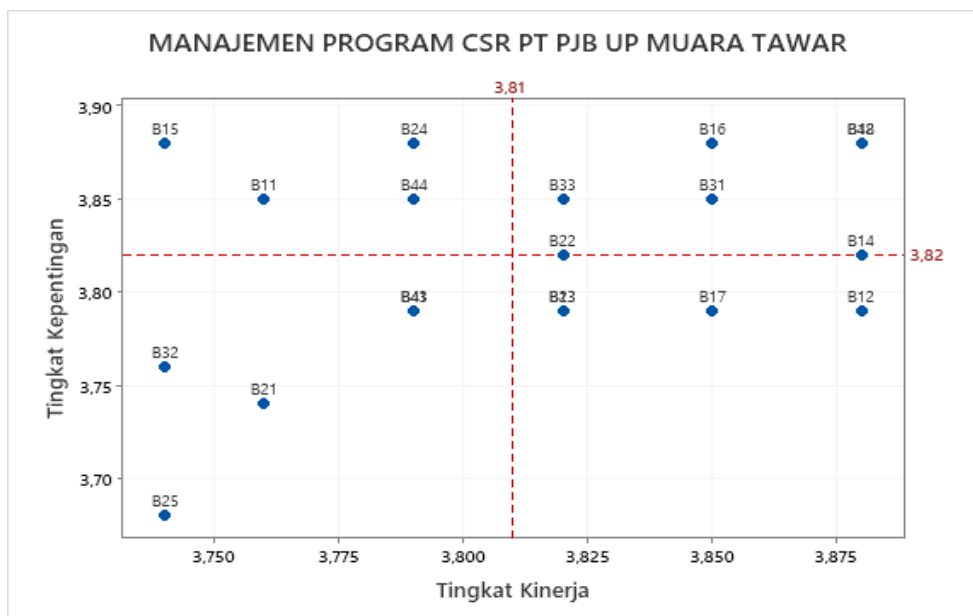
Nomor	Atribut	Keterangan	Tingkat		Kesesuaian
			Kepentingan	Kinerja	
1	B11	Pelaksana program CSR memberikan informasi yang jelas (tujuan kegiatan, waktu, tempat, dan sumber daya) program	3,85	3,76	97,71%
2	B12	Keterbukaan informasi mengenai prosedur pelayanan program bantuan CSR	3,79	3,88	102,33%
3	B13	Pelaksana program CSR melayani dengan ramah dan sopan	3,79	3,82	100,78%
4	B14	Pelaksana program CSR memberikan kepedulian kepada masyarakat	3,82	3,88	101,54%
5	B15	Kegiatan CSR berjalan lancar dan tepat waktu	3,88	3,74	96,21%
6	B16	Ketepatan waktu petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR sesuai waktu yang ditentukan	3,88	3,85	99,24%
7	B17	Pelaksana kegiatan berperan aktif, berkomitmen dan siap membantu masyarakat dalam kegiatan	3,79	3,85	101,55%
8	B18	Alat bantu, peraga, dokumen dan sumberdaya lainnya yang disediakan sudah sesuai, optimal dan cukup	3,88	3,88	100,00%
9	B21	Kemampuan petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR dengan baik	3,74	3,76	100,79%

Nomor	Atribut	Keterangan	Tingkat		Kesesuaian
			Keperentingan	Kinerja	
10	B22	Kemampuan petugas/pendamping dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti peserta program	3,82	3,82	100,00%
11	B23	Pengetahuan dan keterampilan petugas/pelaksana/pendamping dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat	3,79	3,82	100,78%
12	B24	Tujuan kegiatan dapat terukur dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan pelaksana	3,88	3,79	97,73%
13	B25	Keterlibatan pihak lain (Kementerian, Pemda, PT, LSM, dan lain-lain) dalam pelaksanaan program CSR	3,68	3,74	101,60%
14	B31	Kesederhanaan dan kemudahan dalam mengelola dan memenuhi target serta tujuan program CSR	3,85	3,85	100,00%
15	B32	Manfaat jangka pendek dan jangka panjang dirasakan organisasi dan masyarakat	3,76	3,74	99,22%
16	B33	Manfaat kegiatan dirasakan maksimal dan terukur dibandingkan sumberdaya yang dikeluarkan	3,85	3,82	99,24%
17	B41	Organisasi pelaksana kegiatan dimonitor dan dievaluasi secara berkala oleh pihak luar	3,79	3,79	100,00%
18	B42	Adanya pengukuran ketercapaian kinerja pelaksana/pendamping program CSR sesuai dengan tujuan perusahaan	3,88	3,88	100,00%
19	B43	Adanya pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang kinerja pelaksana program CSR	3,79	3,79	100,00%
20	B44	Adanya umpan balik dari masyarakat terhadap kinerja pelaksana/pendamping program CSR	3,85	3,79	98,47%
			3,82	3,81	99,85%

Jika dilihat dari tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk setiap atributnya, untuk indikator Manajemen Program CSR tahun 2021 PT PJB UP Muara Tawar, secara rata-rata adalah 99,85% (Tabel 2). Artinya secara rata-rata untuk manajemen program, kinerja program CSR selama tahun 2021 yang dirasakan oleh masyarakat sekitar

adalah hampir sama dengan tingkat kepentingannya.

Hasil pemetaan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja digambarkan melalui Gambar 8. Tingkat kepuasan masyarakat atas kinerja dari aspek Manajemen Program lebih banyak berada pada kuadran B yang terdiri dari tujuh atribut, sedangkan kuadran A dan C terdapat empat atribut, sedangkan kuadran D hanya terdapat lima atribut.



Gambar 8 Pemetaan IKM untuk aspek Manajemen Program (PT PJB UP Muara Tawar)

1) Kuadran A (*Concentrate These*)

Kuadran A adalah kuadran yang merupakan prioritas utama, yaitu atribut-atribut pada kuadran tersebut mendapatkan prioritas untuk ditingkatkan kepuasan atas kinerjanya. Terdapat empat atribut yang masuk dalam kelompok ini, yaitu:

- a) B11 - Pelaksana program CSR memberikan informasi yang jelas (tujuan kegiatan, waktu, tempat, dan sumber daya) program
- b) B15 - Kegiatan CSR berjalan lancar dan tepat waktu
- c) B24 - Tujuan kegiatan dapat terukur dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan pelaksana
- d) B44 - Adanya umpan balik dari masyarakat terhadap kinerja pelaksana/pendamping program CSR

Dalam hal aspek Manajemen Program, masyarakat menilai bahwa pelaksana program CSR memberikan informasi yang jelas serta kelancaran dan ketepatan waktu pelaksanaan CSR adalah hal yang sangat penting. Namun demikian masyarakat mengharapkan agar hal tersebut dapat ditingkatkan kinerjanya. Atribut lain yang dianggap penting oleh masyarakat dan diharapkan dapat lebih ditingkatkan kinerjanya adalah tujuan kegiatan yang dapat terukur dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan pelaksana serta adanya umpan balik

dari masyarakat terhadap kinerja pelaksana/pendamping program CSR.

2) Kuadran B (*Keep Up The Good Work*)

Kuadran B adalah kuadran yang perlu dipertahankan prestasinya. Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini dianggap penting dan memiliki tingkat kepuasan relatif tinggi karena responden telah merasakan atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan yang dirasakan. Dengan demikian, tingkat kinerja atribut-atribut tersebut harus dijaga dan dipertahankan, untuk menjadikan program CSR PT PJB UP Muara Tawar lebih bermanfaat di masyarakat. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran B adalah:

- a) B14 - Pelaksana program CSR memberikan kepedulian kepada masyarakat
- b) B22 - Kemampuan petugas/pendamping dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti peserta program
- c) B16 - Ketepatan waktu petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR sesuai waktu yang ditentukan
- d) B18 - Alat bantu, peraga, dokumen dan sumberdaya lainnya yang disediakan sudah sesuai, optimal dan cukup
- e) B31 - Kesederhanaan dan kemudahan dalam mengelola dan memenuhi target serta tujuan program CSR
- f) B33 - Manfaat kegiatan dirasakan maksimal dan terukur dibandingkan sumberdaya yang dikeluarkan
- g) B42 - Adanya pengukuran ketercapaian kinerja pelaksana/pendamping program CSR sesuai dengan tujuan perusahaan

Ketujuh atribut ini dinilai penting oleh masyarakat dan dalam pelaksanaannya selama tahun 2021 sudah memenuhi harapan masyarakat. Pelaksana program CSR dinilai telah tepat waktu dalam melaksanakan program CSR (B16), serta alat bantu, peraga dan dokumen dinilai sudah sesuai harapan dan optimal dilaksanakan (B18).

Masyarakat juga sudah merasa puas terhadap pengelolaan dan pemenuhan target serta tujuan program. Manfaat kegiatan dapat dirasakan dengan maksimal oleh masyarakat dan dinilai telah terukur dibandingkan sumberdaya yang dikeluarkan. Masyarakat menganggap penting adanya pengukuran ketercapaian kinerja pelaksana/pendamping, dan nyatanya atribut ini sudah berkinerja dengan baik.

Terdapat dua atribut yang terletak pada perbatasan dengan kuadran D, yaitu atribut B14 dan B22. Walaupun masyarakat menilai kedua atribut ini agak penting, namun masyarakat menilai bahwa Pelaksana program CSR telah memberikan kepedulian kepada masyarakat dengan sangat baik dan memiliki kemampuan yang baik pula dalam menyampaikan

informasi dengan jelas dan mudah dimengerti masyarakat.

3) Kuadran C (*Low Priority*)

Kuadran C adalah kuadran yang mendapatkan prioritas rendah, karena responden menganggap relatif kurang penting dibandingkan dengan rata-ratanya, dan pada kenyataannya kinerjanya lebih rendah dibandingkan rata-ratanya, serta manfaat yang diterima dan dirasakan oleh responden pun relatif rendah. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran C adalah:

- a) B21 - Kemampuan petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR dengan baik
- b) B25 - Keterlibatan pihak lain (Kementerian, Pemda, PT, LSM, dan lain-lain) dalam pelaksanaan program CSR
- c) B32 - Manfaat jangka pendek dan jangka panjang dirasakan organisasi dan masyarakat
- d) B41 - Organisasi pelaksana kegiatan dimonitor dan dievaluasi secara berkala oleh pihak luar
- e) B43 - Adanya pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang kinerja pelaksana program CSR

Berdasarkan hasil kuesioner, masyarakat menganggap bahwa kemampuan petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR dengan baik (B21) dan keterlibatan pihak lain, dalam hal ini kementerian, pemda, PT, LSM, dan lain-lain merupakan atribut yang tidak terlalu penting (B25), dan dalam pelaksanaannya pun kinerjanya tidak terlalu baik. Serupa dengan hasil survey tahun sebelumnya, terdapat beberapa harapan mengenai keterlibatan pihak lain tersebut, namun dalam pelaksanaannya, seringkali pihak lain tersebut belum terlibat. Demikian juga monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan oleh pihak luar (B41) dinilai oleh masyarakat tidak menjadi atribut yang menjadi prioritas dibandingkan atribut lainnya.

4) Kuadran D (*Possible Overkill*)

Kuadran D adalah kuadran yang dianggap berlebihan karena tingkat kepuasan atas kinerjanya dinilai lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kepentingannya berdasarkan penilaian masyarakat. Atribut dalam kuadran ini tidak perlu menjadi perhatian utama sehingga perusahaan dapat menghemat biaya dan lebih memfokuskan diri untuk berkinerja baik (memuaskan) pada atribut yang memiliki tingkat kepentingan lebih tinggi. Dari hasil analisis terhadap kuesioner yang diisi oleh masyarakat, terdapat 3 atribut yang termasuk ke dalam kuadran D, yaitu:

- a) B12 - Keterbukaan informasi mengenai prosedur pelayanan program bantuan CSR
- b) B13 - Pelaksana program CSR melayani dengan ramah dan sopan
- c) B17 - Pelaksana kegiatan berperan aktif, berkomitmen dan siap membantu masyarakat dalam kegiatan
- d) B23 - Pengetahuan dan keterampilan petugas/pelaksana/pendamping dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat

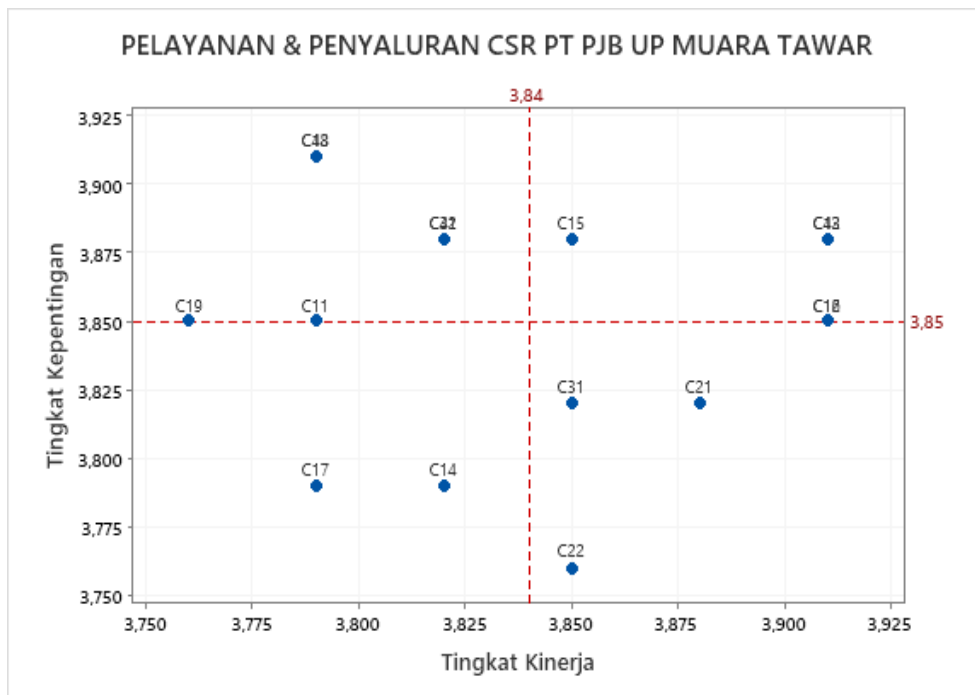
3. ASPEK PELAYANAN DAN PENYALURAN PT PJB UP MUARA TAWAR

Penilaian indeks kepuasan masyarakat adalah terhadap atribut-atribut Pelayanan dan Penyaluran program CSR oleh PT PJB UP Muara Tawar kepada masyarakat merupakan aspek yang ketiga dilakukan analisisnya. Perbandingan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan atas kinerja yang dinilai dari indikator Pelayanan dan Penyaluran program CSR PT PJB UP Muara Tawar dapat dilihat pada Tabel 3. Besarnya tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pada atribut-atribut Pelayanan dan Penyaluran ini dapat dipetakan dalam Diagram Tingkat Kepentingan-Kinerja (Gambar 9) terhadap pelayanan penyaluran CSR PT PJB UP Muara Tawar.

Tabel 3 Nilai Atribut Aspek Pelayanan dan Penyaluran CSR PT PJB UP Muara Tawar Tahun 2021

Nomor	Atribut	Keterangan	Tingkat		Kesesuaian
			Kepentingan	Kinerja	
1	C11	Kemampuan bagian CSR PT PJB memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat	3,85	3,79	98,47%
2	C12	Bagian CSR PT PJB cepat tanggap dalam memberikan pelayanan	3,85	3,91	101,53%
3	C13	Bagian CSR PT PJB bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas.	3,88	3,91	100,76%
4	C14	Pihak lain yang terlibat bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas	3,79	3,82	100,78%
5	C15	Kesamaan perlakuan dalam mendapatkan pelayanan program bantuan CSR PT PJB	3,88	3,85	99,24%
6	C16	Kelengkapan fasilitas pendukung pelaksanaan program CSR PT PJB	3,85	3,91	101,53%
7	C17	Kemudahan mencapai kantor UP PT PJB & Kantor layanan terkait	3,79	3,79	100,00%

Nomor	Atribut	Keterangan	Tingkat		Kesesuaian
			Kepentingan	Kinerja	
8	C18	Kenyamanan lingkungan tempat kegiatan pendampingan program bantuan CSR PT PJB	3,91	3,79	96,99%
9	C19	Keamanan lingkungan tempat pelaksanaan pendampingan program bantuan CSR PT PJB	3,85	3,76	97,71%
10	C21	Kejelasan alur dalam prosedur pelayanan dan penyaluran program bantuan CSR PT PJB	3,82	3,88	101,54%
11	C22	Ketepatan penyelesaian masalah yang diberikan kepada masyarakat terkait penyaluran dan pelayanan yang terjadi	3,76	3,85	102,34%
12	C31	Kesesuaian antara tujuan program CSR dengan pelaksanaannya dalam hal pelayanan/penyaluran	3,82	3,85	100,77%
13	C32	Kesesuaian cara, jadwal pelayanan dan penyaluran program CSR yang direncanakan dengan pelaksanaannya	3,88	3,82	98,48%
14	C41	PT PJB telah memiliki program monitoring dalam pelayanan dan penyaluran program CSR	3,88	3,82	98,48%
15	C42	Personil yang memantau pelayanan dan penyaluran program mempunyai kemampuan yang sesuai	3,88	3,91	100,76%
16	C43	Bantuan yang disalurkan dalam program CSR telah disesuaikan dengan standar yang dibutuhkan	3,91	3,79	96,99%
			3,85	3,84	99,76%



Gambar 9 Pemetaan IKM untuk aspek Pelayanan dan Penyaluran

Untuk indikator Pelayanan dan Penyaluran, tingkat kepuasan dari atribut-atribut yang dinilai baik oleh masyarakat lebih banyak berada pada kuadran B (lima atribut). Untuk atribut lainnya, yang berada pada kuadran A, dan kuadran C masing-masing terdapat empat atribut, sedangkan untuk kuadran D terdapat tiga atribut.

Dengan sebagian besar atribut berada pada kuadran B, artinya secara umum tingkat kepentingan dan tingkat kinerja semua program CSR yang dilihat dari indikator Pelayanan dan Penyaluran, Program CSR yang dilakukan PJB khususnya Muara Tawar dinilai penting dalam mempengaruhi kepuasan dan kinerjanya dinilai sudah sesuai harapan masyarakat.

1) Kuadran A (*Concentrate on these*)

Kuadran A adalah kuadran yang merupakan prioritas utama perbaikan. Artinya adalah atribut-atribut pada kuadran tersebut mendapatkan prioritas untuk ditingkatkan kepuasannya, karena masyarakat berpendapat bahwa tingkat kepentingan atribut-atribut tersebut adalah tinggi, namun kinerja yang dirasakan masih lebih rendah dibandingkan atribut lainnya. Atribut tersebut adalah:

- a) C18 - Kenyamanan lingkungan tempat kegiatan pendampingan program bantuan CSR PT PJB
- b) C32 - Kesesuaian cara, jadwal pelayanan dan penyaluran program CSR yang direncanakan dengan pelaksanaannya
- c) C41 - PT PJB telah memiliki program monitoring dalam pelayanan dan penyaluran program CSR

d) C43 - Bantuan yang disalurkan dalam program CSR telah disesuaikan dengan standar yang dibutuhkan

Masyarakat menilai penting kenyamanan lingkungan tempat pendampingan; kesesuaian cara, jadwal pelayanan dan penyaluran program; adanya program monitoring; dan kesesuaian standar dengan bantuan yang disalurkan, - namun keempat hal ini dinilai belum terlaksana secara memuaskan pada tahun 2021.

2) Kuadran B (*Keep Up The Good Work*)

Kuadran B adalah kuadran yang perlu dipertahankan prestasinya karena masyarakat menilai tingkat kepentingan/prioritas dari atribut-atribut pada kuadran tersebut tinggi dan tingkat kepuasan atas kinerja yang dirasakan juga tinggi (kinerja program sudah dinilai sangat baik). Dengan demikian, tingkat kinerja atribut-atribut tersebut harus dijaga dan dipertahankan, untuk menjadikan program CSR PT PJB UP Muara Tawar lebih bermanfaat di masyarakat.

Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran B adalah:

- a) C12 - Bagian CSR PT PJB cepat tanggap dalam memberikan pelayanan
- b) C16 - Kelengkapan fasilitas pendukung pelaksanaan program CSR PT PJB
- c) C13 - Bagian CSR PT PJB bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas.
- d) C15 - Kesamaan perlakuan dalam mendapatkan pelayanan program bantuan CSR PT PJB
- e) C42 - Personil yang memantau pelayanan dan penyaluran program mempunyai kemampuan yang sesuai

Masyarakat menilai bahwa bagian CSR yang cepat tanggap dalam memberikan pelayanan serta bersedia menangani keluhan hingga tuntas; kelengkapan fasilitas pendukung; kesamaan perlakuan dalam mendapatkan pelayanan; serta personil yang memiliki kemampuan sesuai sebagai hal yang sangat penting. Dalam pelaksanaan program di tahun 2021, kelima atribut tersebut dinilai telah berkinerja dengan baik sehingga telah memuaskan masyarakat.

3) Kuadran C (*Low Priority*)

Kuadran C adalah kuadran yang mendapatkan prioritas rendah dari masyarakat (kurang penting), tingkat kepuasan atas kinerjanya juga tidak lebih baik dibandingkan dengan atribut-atribut lainnya. Dengan demikian peningkatan kepuasannya tidak terlalu diprioritaskan karena manfaatnya dirasakan relatif sedikit/rendah dibandingkan atribut lainnya oleh masyarakat. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a) C11 - Kemampuan bagian CSR PT PJB memberikan pelayanan yang baik kepada

masyarakat

- b) C19 - Keamanan lingkungan tempat pelaksanaan pendampingan program bantuan CSR PT PJB
- c) C14 - Pihak lain yang terlibat bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas
- d) C17 - Kemudahan mencapai kantor UP PT PJB & Kantor layanan terkait

4) Kuadran D (*Possible Overkill*)

Kuadran D adalah kuadran yang dapat dikatakan berlebihan karena tingkat kepentingan atribut yang ada pada kuadran ini dinilai oleh masyarakat lebih rendah dibandingkan atribut lainnya, namun ternyata tingkat kepuasan terhadap kinerjanya tinggi. Atribut yang masuk dalam kelompok ini adalah:

- a) C21 - Kejelasan alur dalam prosedur pelayanan dan penyaluran program bantuan CSR PT PJB
- b) C22 - Ketepatan penyelesaian masalah yang diberikan kepada masyarakat terkait penyaluran dan pelayanan yang terjadi
- c) C31 - Kesesuaian antara tujuan program CSR dengan pelaksanaannya dalam hal pelayanan/penyaluran

Hasil Analisis IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat)

Untuk mengetahui nilai indeks kepuasan masyarakat dilakukan berdasarkan hasil pengisian kuesioner mengenai komponen-komponen dalam program CSR yang dinilai dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerjanya maka dilakukan pengolahan data lebih lanjut. Menurut indikator program keseluruhan, manajemen program, dan pelayanan/penyaluran tingkat kepuasan masyarakat, program CSR PT PJB UP Muara Tawar pada tahun 2021 memiliki nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) sebesar 95,36 %. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program CSR PT PJB UP Muara Tawar pada tahun 2021 telah melakukan pekerjaan yang sangat baik dan memberikan kepuasan masyarakat yang tinggi. Jika dibandingkan dengan Indeks Kepuasan Masyarakat tahun sebelumnya, yaitu tahun 2020, nilai IKM tahun 2021 mengalami sedikit penurunan, tetapi tidak signifikan, dibandingkan dengan nilai IKM tahun sebelumnya, yaitu 96,48 persen. Artinya, tingkat kepuasan masyarakat penerima manfaat CSR PT PJB UP Muara Tawar pada tahun 2021 sangat puas, hampir sama dengan tingkat kepuasan masyarakat tahun sebelumnya, meskipun ada sedikit penurunan 1,12%.

Tabel 4 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

Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) PT. PJB UP Muara Tawar sebesar 95,36 % dihasilkan dari pengukuran tingkat kepuasan masyarakat penerima manfaat program CSR PT. PJB UP Muara Tawar, yang mencakup manajemen program, pelayanan dan penyaluran. Nilai IKM ini sedikit berbeda dari nilai IKM tahun sebelumnya yakni sebesar 96,36 %.

5.2. Rekomendasi

1. Untuk memastikan bahwa kemandirian ekonomi masyarakat terus tumbuh dan berkembang, PT PJB UP Muara Tawar harus memastikan bahwa program CSR yang sudah dilaksanakan pada tahun 2021 akan berlanjut. PT PJB UP Muara Tawar harus memberikan prioritas utama pada aspek/atribut di kuadran 1 dan tetap mempertahankan kinerja untuk aspek/atribut di kuadran
2. Di kuadran lain, elemen atau fitur tambahan masih dapat diabaikan, tetapi mereka akan diberi prioritas yang berbeda. PT PJB UP Muara Tawar harus mendorong masyarakat penerima manfaat untuk lebih aktif, kreatif, dan inovatif dalam memanfaatkan program CSR yang diterima agar hasil program yang diperoleh lebih maksimal. PT PJB UP Muara Tawar harus melakukan komunikasi yang aktif dengan masyarakat terkait kendala dan alternatif solusi yang tersedia untuk meminimalkan penurunan potensi manfaat atau ketidakefektifan pelaksanaan program CSR yang mungkin masih terdampak oleh pandemi covid-19.
3. Dalam kaitannya dengan program CSR, PJB UP Muara Tawar harus lebih memahami peluang dan tantangan ekonomi digital dan bonus demografi. Informasi ini harus disesuaikan dengan strategi bisnis perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Felisia, A. L. (2014). *TRIPLE BOTTOM LINE DAN SUSTAINABILITY* (Vol. 18, Issue 1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education, Inc.
<https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>
- Kriyantono, R. (2015). Public Relations and Corporate Social Responsibility in Mandatory Approach Era in Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 320–327.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.041>
- Peraturan Menteri Lingkungan Hidup. (2021). *PERMENLHK No 01 Tahun 2021 tentang PROPER*.
- Rangkuti, F. (2003). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Ke puasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2007). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEROAN TERBATAS*.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep&Aplikasi CSR*. Fascho Publishing.
- Winarto, M. J., Vidyarini, T. N., & Monica, V. (2020). Penggambaran Lima Pilar CSR PT. BRI (Persero) Tbk di Artikel Website Perusahaan. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2). www.unido.org
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services Marketing People, Technology, Strategy, Ninth Edition. In *Services Marketing: People, Technology, Strategy, Ninth Edition*. World Scientific Publishing Co. <https://doi.org/10.1142/y0024>