



ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT

Program CSR PT PJB UP Cirata

Tim Peneliti :

- 1. HARDIANA WIDYASTUTI, S.HUT., M.M.***
- 2. FARIDA RATNA DEWI, S.E., M.M., M.E.AWP***
- 3. ZAHRA RIADHYNA PUTRI***
- 4. AZIZ BACHTIAR CENDEKIAWAN***

**KERJASAMA DEPARTEMEN MANAJEMEN
DAN PT PJB UP CIRATA**

2023

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT PJB UP Cirata menunjukkan komitmennya terhadap masyarakat sekitar dan lingkungan melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Pada tahun 2021, PT PJB UP Cirata, sebuah bagian dari PT PJB UP Cirata, meluncurkan program CSR yang lebih menekankan pada penguatan, peningkatan kapasitas, pengembangan infrastruktur, amal, dan peristiwa luar biasa. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan analisis tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT PJB UP Cirata tahun 2021.

Hasil survei menunjukkan bahwa masyarakat sangat puas dengan pelaksanaan program CSR PT PJB UP Cirata, yang mencakup program keseluruhan, manajemen program, dan pelayanan dan penyaluran; indeks IKM sebesar 92,53%, meningkat dari 91,31% pada tahun 2020.

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.....	5
2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	6
2.2. Kualitas Pelayanan	6
2.3. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	7
3. METODE PENELITIAN.....	9
3.1. Waktu Dan Tempat.....	9
3.2. Metode Pengumpulan Data	9
3.3. Teknik Analisis dan Pengolahan Data.....	10
3.3.1. Matrik IPA (Importance-Performance Analysis)	10
3.3.2. Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM).....	12
4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	13
4.1. Gambaran program CSR PT PJB UP Cirata	13
4.2. Karakteristik Responden PT PJB UP Cirata	13
4.3. Hasil IPA – IKM PT PJB UP CIRATA	17
5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	31
5.1. KESIMPULAN	31
5.2. REKOMENDASI.....	31
DAFTAR PUSTAKA	32

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 Cirata).....	13
Gambar 4 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin (PT PJB UP Cirata).....	14
Gambar 5 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan utama (PT PJB UP Cirata).....	14
Gambar 6 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan (PT PJB UP Cirata) ..	15
Gambar 7 Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan (PT PJB UP Cirata)..	15
Gambar 8 Karakteristik responden berdasarkan jumlah pengeluaran (PT PJB UP Cirata)	16
Gambar 9 Karakteristik responden berdasarkan jumlah anggota keluarga (PT PJB UP Cirata)	16
Gambar 10 Karakteristik responden berdasarkan jenis program yang diterima (PT PJB UP Cirata)	17
Gambar 11 Diagram IKM untuk aspek Program Keseluruhan (PT PJB UP Cirata).....	19
Gambar 12 Diagram IKM untuk aspek Manajemen Program (PT PJB UP Cirata)	23
Gambar 13 Diagram IKM untuk aspek Pelayanan dan Penyaluran (PT PJB UP Cirata) ...	27

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tingkat Kepentingan dan Kinerja Aspek Program Keseluruhan PT PJB UP Cirata Tahun 2021	18
Tabel 2 Tingkat Kepentingan dan Kinerja Aspek Manajemen Program PT PJB UP Cirata Tahun 2021	22
Tabel 3 Tingkat Kepentingan dan Kinerja aspek Pelayanan dan Penyaluran PT PJB UP Cirata Tahun 2021	26
Tabel 4 Pedoman kriteria nilai IKM.....	29

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sesuai dengan kewajiban perusahaan kepada stakeholder, maka perusahaan memprioritaskan penerapan aspek 3P, terutama yang kegiatannya berdampak pada lingkungan, seperti pengolahan sumber daya alam. Dalam upaya menjamin komitmen dan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, PT PJB UP Cirata melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). PT PJB UP Cirata melakukan program CSR setiap tahun dengan fokus pada pelaksanaan program CSR dalam bentuk pemberdayaan, pengembangan kapasitas, infrastruktur dan lokasi. Pada tahun 2021, di masa pandemi COVID-19, program CSR tetap berjalan seperti biasa, hanya dengan pendekatan dan pendekatan program yang berbeda dari sebelum pandemi. Beberapa program di awal pandemi lebih fokus pada sisi kemanusiaan, yakni bantuan sosial masyarakat yang beris Covid 19 dan bantuan infrastruktur kesehatan, seperti penerapan protokol kesehatan, pada tahun 2021 PT PJB UP Cirata lebih menekankan pada bentuk *empowerment, capacity building, infrastruktur, charity* serta kejadian luar biasa.

Untuk memahami pelaksanaan program CSR PT PJB UP Cirata, maka perlu dilakukan evaluasi terhadap program yang dilaksanakan. Kecukupan dan ketepatan pelaksanaan program terhadap harapan kelompok penerima program CSR PT PJB akan menentukan program CSR tersebut. Evaluasi internal dan eksternal memudahkan pemantauan kinerja program CSR di tahun berikutnya. Kepuasan masyarakat terhadap program CSR dapat ditentukan dengan mengukur indeks masyarakat (IKM).

1.2. Tujuan

Tujuan kegiatan ini adalah menganalisis tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT PJB UP Cirata tahun 2021.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Corporate Social Responsibility*

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam publikasinya “*Making Good Business Sense*” mendefinisikan CSR sebagai bentuk komitmen perusahaan untuk terus bertindak secara etis, bekerja secara legal dan meningkatkan kualitas hidup karyawan, serta meningkatkan komunitas lokal. dan masyarakat pada umumnya (Wibisono, 2007). Dalam pelaksanaan kegiatan CSR, terdapat teori yang mendukung hal tersebut yaitu teori triple bottom line yang dikemukakan John Elkington pada tahun 1997 dalam bukunya *Cannibal with a Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*. Konsep *triple bottom line* dikembangkan dengan menggunakan istilah kesejahteraan ekonomi, kualitas lingkungan dan keadilan sosial. Elkington mengemukakan bahwa jika suatu perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan usahanya, perusahaan harus memperhatikan 3P. Selain keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan berpartisipasi dalam mencapai kesejahteraan masyarakat (*people*) dan berkontribusi dalam perlindungan lingkungan (*planet*) (Wibisono, 2007). Setelah itu, ketiga ide ini menjadi dasar bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial (CSR) adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga, dan komunitas lokal. Tanggung jawab sosial juga mencakup kemitraan antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas setempat (Marnelly, 2012).

2.2. Kualitas Pelayanan

Dalam bidang jasa, kualitas pelayanan sangat penting. Kualitas layanan akan memiliki efek langsung pada kepuasan pengguna dan tingkat pembelian kembali layanan yang ditawarkan. Kualitas layanan menurut Wirtz & Lovelock (2021) adalah evaluasi kognitif jangka panjang yang dilakukan pelanggan terhadap layanan perusahaan. Pada gilirannya, menurut Rangkuti (2003) kualitas layanan didefinisikan sebagai penyediaan layanan yang melampaui kepentingan pelanggan.

Kualitas pelayanan secara umum dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, disertai dengan kecepatan komunikasi untuk membuatnya seimbang dengan harapan pelanggan. Dalam hal ini, pelayanan didefinisikan

sebagai pelayanan atau pelayanan yang diberikan oleh pemilik jasa, seperti kemudahan, kecepatan, hubungan, kompetensi, dan keramahan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang sebenarnya mereka terima atau terima dengan pelayanan yang sebenarnya mereka harapkan atau tuntutan dengan karakteristik pelayanan perusahaan.

Menerapkan kualitas sebagai ciri khas penampilan atau kinerja produk merupakan bagian penting dari strategi perusahaan untuk mencapai keunggulan yang berkelanjutan, baik sebagai pemimpin industri maupun sebagai strategi untuk pertumbuhan berkelanjutan. Menurut Gronroos dalam (Tjiptono & Chandra, 2016) *total service quality* terdiri dari 3 komponen utama yaitu *Technical Quality*, *Fungsional Quality*, dan *Corporate Image*.

2.3. Customer Satisfaction Index (CSI)

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin satis artinya cukup baik, memadai dan facio artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu (Tjiptono, 1997). Menurut kamus psikologi, satisfaction adalah perasaan enak subyektif setelah suatu tujuan dicapai baik tujuan itu fisik ataupun psikologis. Menurut Zeithaml dan Bitner (2005) dalam Ho & Sugiharto, 2020 definisi dari kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan.

Kotler & Keller (2016) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Apabila penampilan produk yang diharapkan oleh konsumen tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, maka dapat dipastikan konsumen akan merasa tidak puas dan apabila penampilan produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen, maka kepuasan atau kesenangan akan dirasakan konsumen.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut (Rangkuti, 2003). 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 & Armstrong, 2008).

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (1997), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, diantaranya yaitu:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer oriented*) akan memberikan kesempatan yang sebesar-besarnya bagi konsumen untuk menyampaikan pendapat, saran dan keluhan konsumen. Media yang bisa digunakan antara lain adalah kotak saran dan guest comment.

b. Survei Kepuasan Konsumen

Penelitian mengenai kepuasan konsumen banyak dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Keuntungan dari menggunakan metode survei adalah perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan memperhatikan konsumennya.

c. *Ghost Shopping*

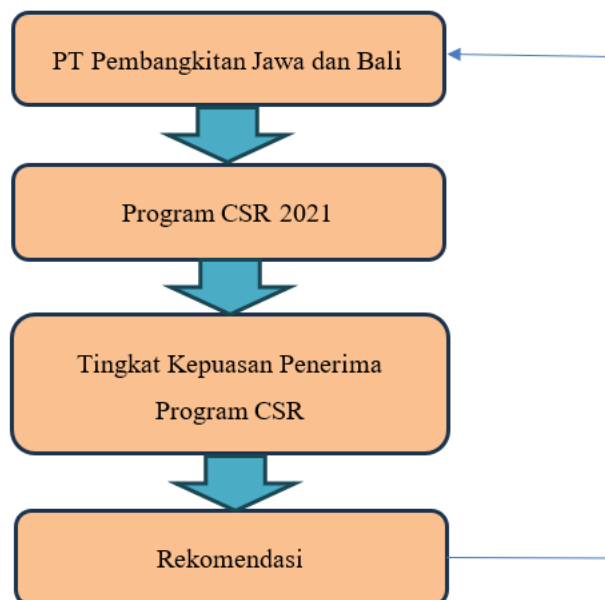
Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai konsumen di perusahaan pesaing.

d. Analisa Konsumen yang Hilang

Metode ini dilaksanakan dengan cara perusahaan menghubungi para konsumennya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan perusahaan menanyakan penyebab konsumen berhenti membeli atau beralih pemasok.

3. METODE PENELITIAN

PT PJB UP Cirata diharapkan selalu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat penerima program CSR 2021 dan menciptakan program CSR yang berkelanjutan sehingga memiliki dampak ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan bagi masyarakat sekitar. Hal ini dapat dipastikan dengan adanya survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) penerima program CSR PT PJB UP Cirata pada tahun 2021, dampaknya terhadap keberlanjutan program CSR CSV. Adapun kerangka pemikiran dapat dilihat pada **Error! Reference source not found..**



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

3.1. Waktu Dan Tempat

Kajian ini dilaksanakan pada bulan September – Oktober 2022. Pengukuran dilaksanakan kepada PT PJB UP Cirata, Purwakarta.

3.2. Metode Pengumpulan Data

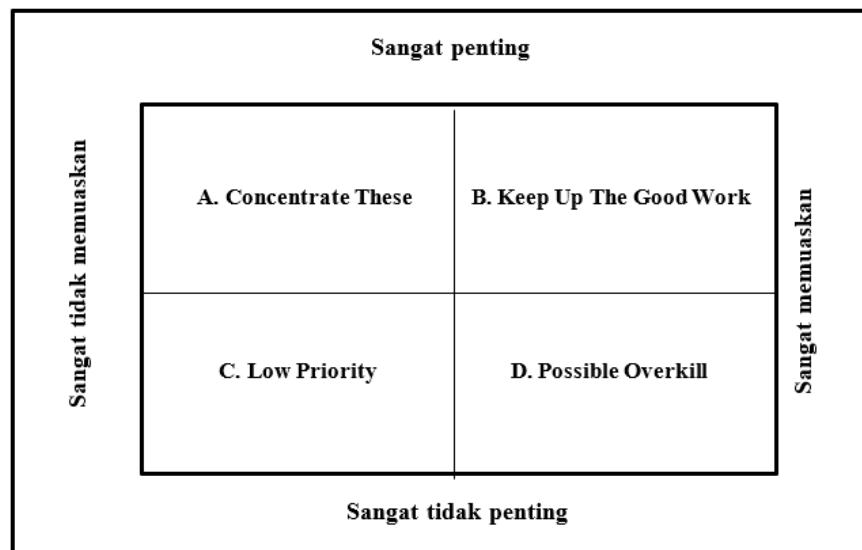
Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dimana populasinya adalah seluruh masyarakat dan kelompok penerima manfaat Program CSR PT PJB UP Cirata tahun 2021. Sampel dalam survei ini adalah masyarakat/konsumen yang mengetahui program CSR

CSR PT PJB UP Cirata pada tahun 2021. Pengambilan data dilakukan melalui data primer dan data sekunder. Pendataan utama IKM dilakukan menggunakan *Google Form* dan wawancara mendalam kepada penerima program sebanyak 39 orang. Data sekunder melalui jurnal nasional dan internasional, internet, buku atau data dari PT PJB UP Cirata.

3.3. Teknik Analisis dan Pengolahan Data

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

Analisis kepentingan-kinerja dapat digunakan untuk mengklasifikasikan elemen yang berbeda dari set layanan dan mengidentifikasi tindakan yang diperlukan. Dalam metode ini perlu dilakukan pengukuran tingkat kepatuhan untuk mengetahui seberapa puas masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR perusahaan dan sejauh mana PT PJB memahami apa yang dilakukan oleh 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 pada 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 merupakan wilayah yang termasuk faktor-faktor yang dianggap penting oleh masyarakat penerima program CSR, namun pada kenyataannya faktor-faktor tersebut

tidak sesuai dengan harapan masyarakat penerima program CSR (kepuasan yang diterima masih rendah). Variabel yang masuk ke dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

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

Ini merupakan wilayah yang termasuk faktor-faktor yang dianggap penting oleh masyarakat penerima program CSR dan faktor-faktor yang dianggap masyarakat penerima program CSR konsisten dengan apa yang mereka rasakan, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel yang masuk dalam kuadran ini harus dipertahankan.

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

Ini adalah bidang yang termasuk faktor-faktor yang dianggap kecil oleh masyarakat penerima program CSR, dan ternyata pencapaiannya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel pada kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang diterima oleh masyarakat penerima program CSR sangat kecil.

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

Ini adalah area yang mencakup faktor-faktor yang dianggap tidak penting dan dilebih-lebihkan oleh penerima program CSR. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi sehingga perusahaan dapat menekan biaya. Penggunaan metode analisis kepentingan dan kinerja adalah untuk mengukur kepuasan penerima program CSR yang masuk dalam kuadran peta matriks kepentingan dan efektivitas. Dalam metode ini perlu dilakukan pengukuran tingkat kepatuhan untuk mengetahui sejauh mana masyarakat penerima program CSR PT PJB merasa puas terhadap kerja program CSR PT PJB dan sejauh mana PT PJB memahami apa yang konsumen, penerima dari program CSR tersebut.

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

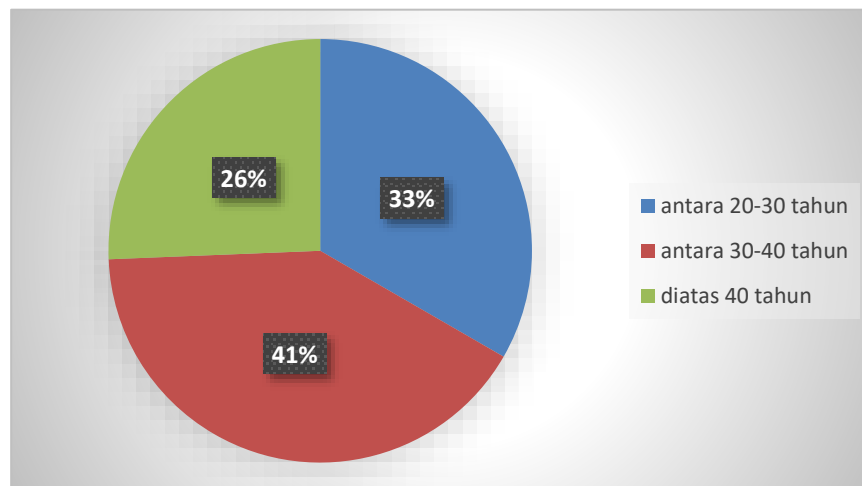
4.1. Gambaran program CSR PT PJB UP Cirata

Komitmen dan tanggungjawab terhadap masyarakat sekitar dan lingkungan dilakukan oleh pihak PT PJB UP Cirata dengan mengembangkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pada tahun 2021, PT PJB UP Cirata lebih menekankan pada tipologi program CSR dalam bentuk *empowerment, infrastructure, capacity building, charity* serta kejadian luar biasa.

4.2. Karakteristik Responden PT PJB UP Cirata

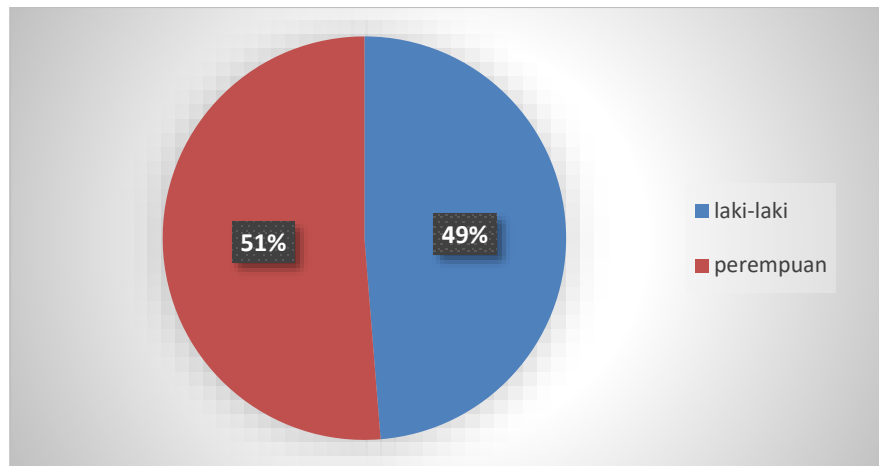
Pada tahun 2021 PT PJB UP Cirata memiliki program CSR yang disampaikan kepada masyarakat sekitar kawasan PLTA. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat, baik individu maupun kelompok yang telah menerima program CSR dari PT PJB UP Cirata pada tahun 2021.

Karakteristik responden berdasarkan usia terlihat bahwa jumlah responden paling besar penerima program CSR PT PJB UP Cirata tahun 2021 mayoritas adalah usia 30-40 tahun (41%), kemudian usia 20-30 tahun (33%) dan di atas 40 tahun (26%).



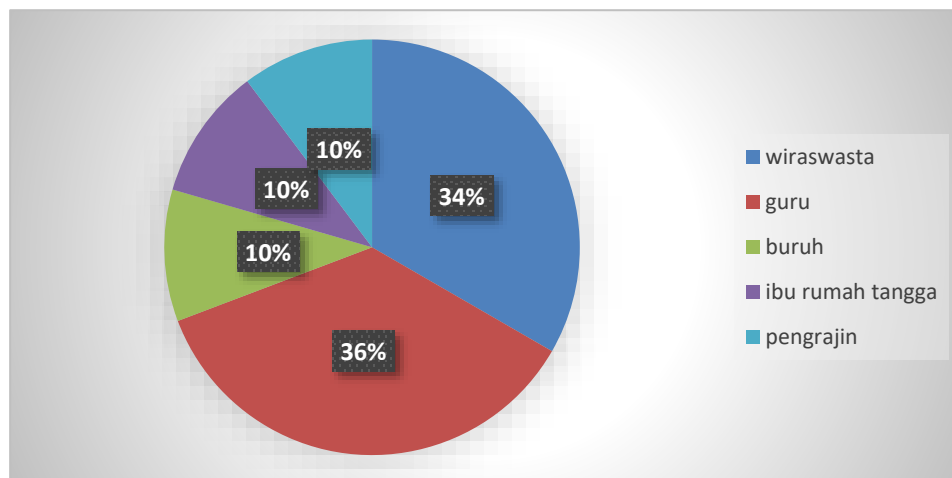
Gambar 3 Karakteristik responden berdasarkan usia (PT PJB UP Cirata)

Karakteristik responden penerima program CSR PT PJB UP Cirata tahun 2021 berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan (51%) dan laki-laki (49%).



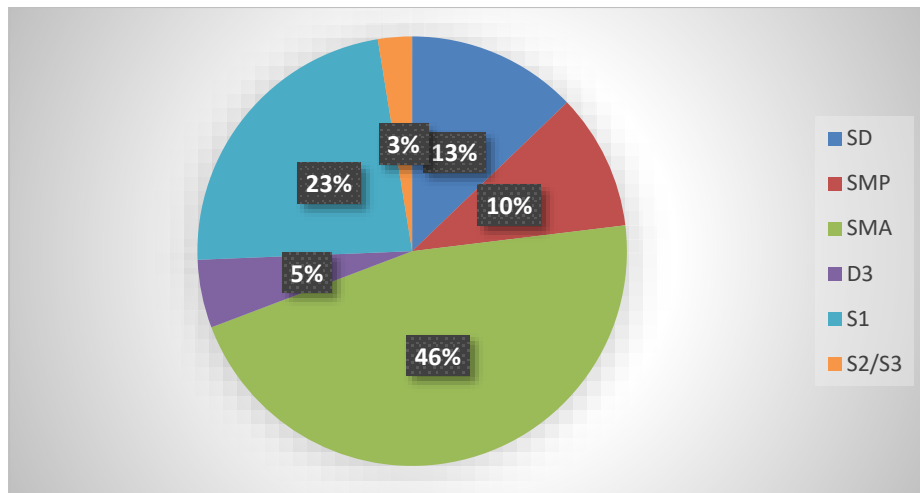
Gambar 4 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin (PT PJB UP Cirata)

Program CSR PT PJB UP Cirata tetap bertujuan meningkatkan kesejahteraan dengan mengembangkan potensi sumberdaya dan kompetensi yang ada pada kelompok atau masyarakat yang mempunyai karakteristik pekerjaan yang berbeda-beda. Adapun penerima program CSR PT PJB UP Cirata pada tahun 2021 mayoritas bekerja sebagai guru (36%) dan wiraswasta (34%). Sementara itu yang lainnya bekerja sebagai buruh (10%), ibu rumah tangga (10%), dan pengrajin (10%).



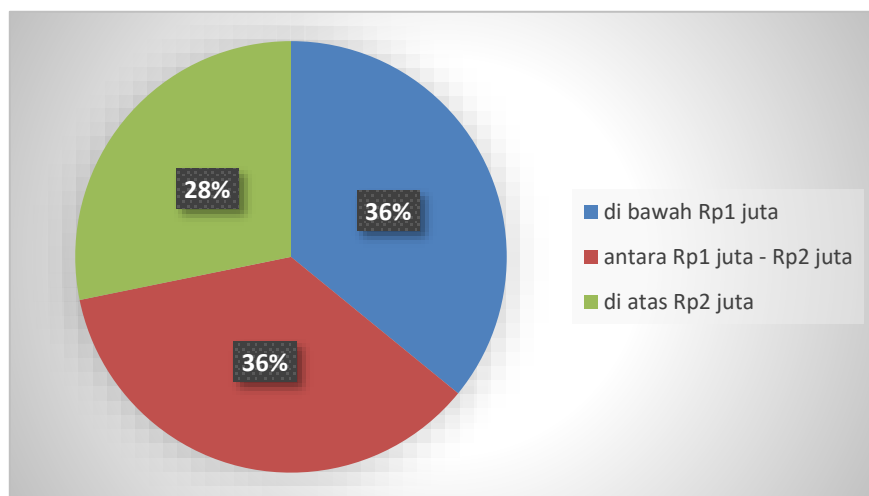
Gambar 5 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan utama (PT PJB UP Cirata)

Berdasarkan tingkat pendidikannya, responden penerima program CSR PT PJB UP Cirata pada tahun 2021 mempunyai latar belakang pendidikan dari SD sampai Pascasarjana. Latar belakang Pendidikan masyarakat penerima program CSR PT PJB UP Cirata yang setaraf SD (13%), SMP (10%), SMA (46%), D3 (5%), S1 (23%), dan S2/S3 (3%).



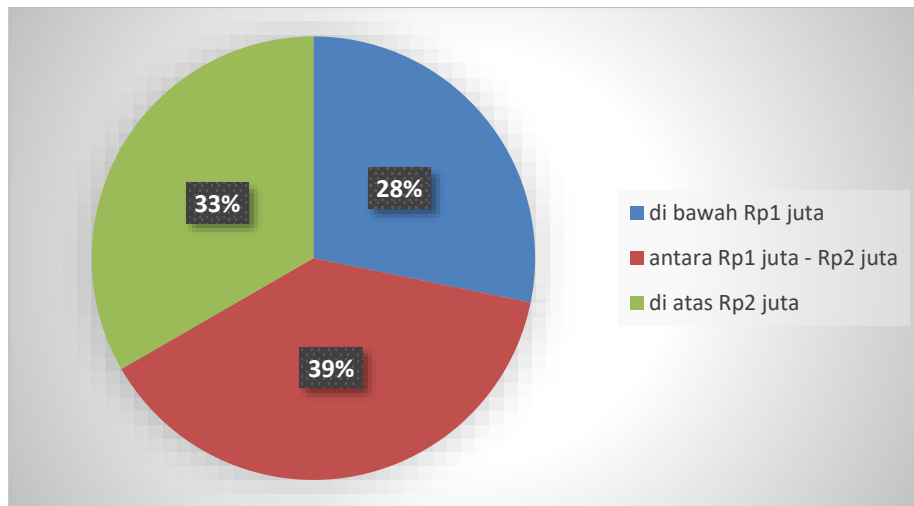
Gambar 6 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan (PT PJB UP Cirata)

Masyarakat penerima program CSR mempunyai tingkat pendapatan yang sangat bervariasi. Pemetaan karakteristik responden berdasarkan pendapatan, dimana pendapatan terbesar masyarakat berkisar di antara Rp1 juta – Rp2 juta (36%), di bawah Rp1 juta (36%), dan diatas Rp2 juta (28%).



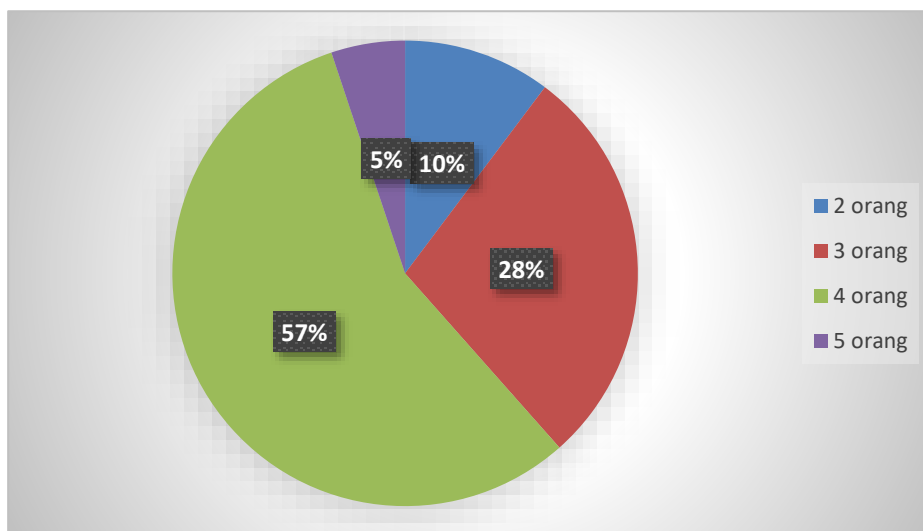
Gambar 7 Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan (PT PJB UP Cirata)

Jumlah pengeluaran masyarakat penerima program CSR PT PJB UP Cirata pada tahun 2021 mayoritas berada diantara Rp1 juta – Rp2 juta (39%). Kemudian di atas Rp2 juta (33%) dan dibawah Rp1 juta (28%).



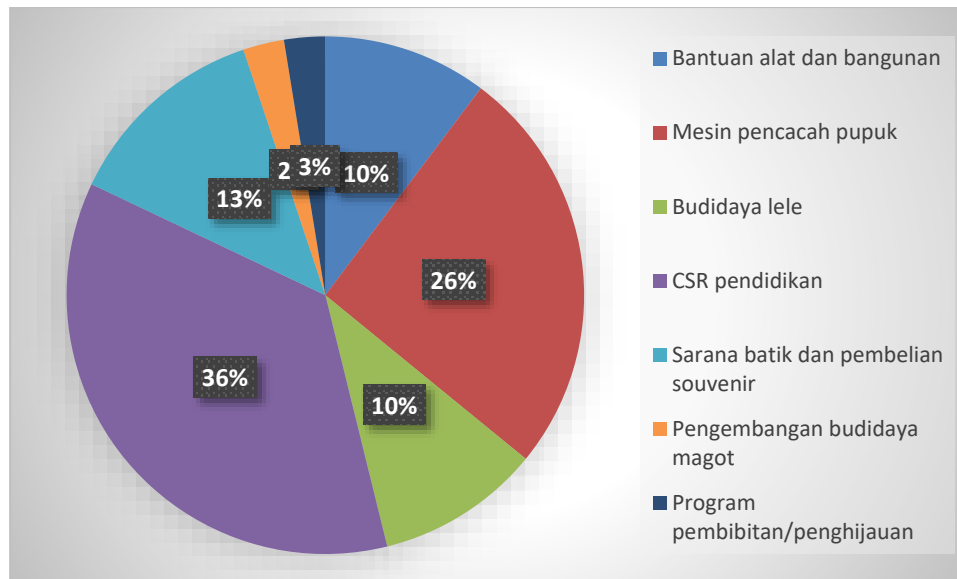
Gambar 8 Karakteristik responden berdasarkan jumlah pengeluaran (PT PJB UP Cirata)

Jumlah anggota keluarga responden penerima program CSR PT PJB UP Cirata pada tahun 2021 didominasi oleh 4 orang (57%). Kemudian diikuti sebanyak 3 orang (28%), 2 orang (10%), dan 5 orang (5%).



Gambar 9 Karakteristik responden berdasarkan jumlah anggota keluarga (PT PJB UP Cirata)

Jenis program yang paling banyak diterima oleh penerima program CSR PT PJB UP Cirata pada tahun 2021 adalah CSR Pendidikan (36%). Kemudian masyarakat juga menerima program lain seperti Mesin Pencacah Pupuk (26%), Sarana Batik dan Pembelian Souvenirs (13%), Budidaya Lele (10%), Bantuan Alat dan Bangunan (10%), Program Pembibitan/ Penghijauan (3%), dan Pengembangan Budidaya Magor (2%).



Gambar 10 Karakteristik responden berdasarkan jenis program yang diterima (PT PJB UP Cirata)

4.3. Hasil IPA – IKM PT PJB UP CIRATA

4.3.1. Hasil Analisis *Importance-Performance Analysis* (IPA)

Dalam mengukur tingkat kepuasan terhadap pelayanan program CSR PT PJB UP Cirata tahun 2021 digunakan metode *Importance and Performance Analysis* (IPA). Hasil pengukuran tersebut kemudian ditampilkan dalam kuadran pada matriks kinerja dan kepentingan. Pengukuran tingkat kepentingan ini dilakukan untuk mengetahui seberapa puas masyarakat terhadap kinerja PT PJB UP Cirata dalam program CSR 2021 dan seberapa baik PT PJB UP Cirata memahami apa yang diinginkan masyarakat dari program CSR yang dilaksanakan pada tahun 2021. Penilaian kinerja pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan oleh PT PJB UP Cirata tahun 2021 dilakukan melalui 3 kriteria, yaitu berdasarkan program keseluruhan, manajemen program serta pelayanan dan penyaluran. Adapun hasil perhitungan menggunakan analisis IPA adalah sebagai berikut :

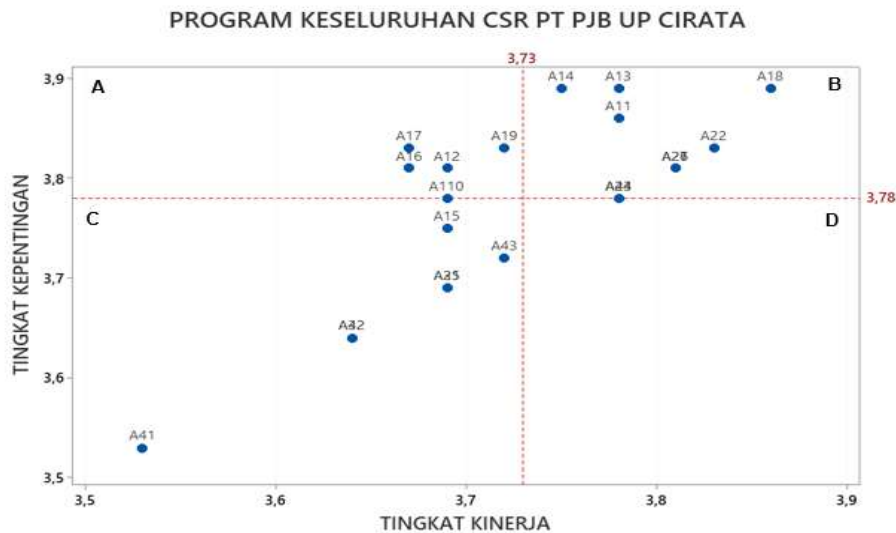
1. Aspek Program Keseluruhan PT PJB UP CIRATA

Pada aspek Program Keseluruhan PT PJB UP Cirata, dilakukan penilaian perbandingan tingkat kepentingan dan kinerja. Berdasarkan hasil pengolahan data dari pengisian kuisioner diperoleh tiga nilai atribut, antara lain tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan tingkat kesesuaian aspek Program Keseluruhan CSR PT PJB UP Cirata. Pemetaan tingkat kepentingan dan kinerja yang dinilai dari aspek Program Keseluruhan CSR PT PJB UP

Cirata dipetakan dalam Diagram Tingkat Kepentingan-Kinerja yang terbagi atas 4 kuadran yaitu Kuadran A, Kuadran B, Kuadran C, serta Kuadran D. Hasil perhitungan *Importance-Performance Analysis* (IPA) program CSR keseluruhan PT PJB UP Cirata dapat dilihat pada 1.

Tabel 1 Tingkat Kepentingan dan Kinerja Aspek Program Keseluruhan PT PJB UP Cirata Tahun 2021.

No	Atribut	Keterangan	Tingkat		Tingkat Kesesuaian (%)
			Kinerja	Kepentingan	
1	A11	Program CSR yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat	3,78	3,86	98%
2	A12	Program CSR yang dilakukan sesuai dengan budaya/ kebiasaan dan aturan daerah setempat	3,69	3,81	97%
3	A13	Program CSR yang dilakukan aman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan	3,78	3,89	97%
4	A14	Program CSR tidak mengenakan biaya kepada peserta program bantuan CSR	3,75	3,89	96%
5	A15	Kecepatan waktu pengajuan program CSR sampai realisasi program	3,69	3,75	99%
6	A16	Kesesuaian jadwal pendampingan dengan pelaksanaan program bantuan CSR	3,67	3,81	96%
7	A17	Waktu pelaksanaan program CSR sesuai dengan yang direncanakan	3,67	3,83	96%
8	A18	Program CSR dapat dilanjutkan secara terus menerus	3,86	3,89	99%
9	A19	Setelah pelaksanaan program CSR selalu dilakukan evaluasi	3,72	3,83	97%
10	A110	Sumberdaya material pada CSR dialokasikan secara merata dan proporsional untuk setiap wilayah	3,69	3,78	98%
11	A21	Program CSR yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat	3,81	3,81	100%
12	A22	Program CSR yang dilakukan dapat berdampak/membantu kemajuan masyarakat	3,83	3,83	100%
13	A23	Bantuan yang diberikan sesuai dengan potensi lingkungan yang ada	3,78	3,78	100%
14	A24	Penanggung jawab/pelaksana program CSR menjalankan tugasnya dengan baik	3,78	3,78	100%
15	A25	Partisipasi atau keterlibatan masyarakat setempat dalam pelaksanaan program CSR	3,69	3,69	100%
16	A26	Keberlanjutan program bantuan CSR dilaksanakan sampai masyarakat berhasil (sejahtera)	3,81	3,81	100%
17	A27	Masyarakat paham dan merasakan manfaat dari program CSR yang dilakukan	3,81	3,81	100%
18	A31	Manfaat yang dirasakan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan upaya yang dilakukan	3,69	3,69	100%
19	A32	Nilai output yang dihasilkan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan	3,64	3,64	100%
20	A41	Pelaksanaan program dievaluasi oleh lembaga/pihak luar	3,53	3,53	100%
21	A42	Dilaksanakan pengukuran ketercapaian sasaran dan tujuan program	3,64	3,64	100%
22	A43	Dilaksanakan pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang pelaksanaan program CSR	3,72	3,72	100%
23	A44	Dilakukan studi banding kegiatan ke tempat lain	3,78	3,78	100%
Rata-rata			3,73	3,78	99%



Gambar 11 Diagram IKM untuk aspek Program Keseluruhan (PT PJB UP Cirata)

1) Kuadran A

Pada kuadran A ini memuat atribut program keseluruhan dalam pelaksanaan program CSR yang dianggap penting oleh masyarakat namun demikian kinerja yang dilaksanakan oleh pihak PT PJB UP Cirata belum sesuai/masih kurang. Atribut tersebut adalah :

- A12** : Program CSR yang dilakukan sesuai dengan budaya/ kebiasaan dan aturan daerah setempat
- A16** : Kesesuaian jadwal pendampingan dengan pelaksanaan program bantuan CSR
- A17** : Waktu pelaksanaan program CSR sesuai dengan yang direncanakan
- A19** : Setelah pelaksanaan program CSR selalu dilakukan evaluasi
- A110** : Sumberdaya material pada CSR dialokasikan secara merata dan proporsional untuk setiap wilayah

Atribut pada kuadran A ini menunjukkan bahwa terdapat 5 atribut yang pada pelaksanaannya sudah dilakukan sesuai dengan perencanaan program, namun demikian dirasakan oleh masyarakat belum sesuai dengan harapannya. Berdasarkan informasi dari masyarakat/kelompok penerima program CSR tahun 2021 menyatakan bahwa kelima atribut di atas sudah sesuai dengan harapan mereka, namun masih ada beberapa kelompok/masyarakat yang menganggap bahwa kelima atribut di atas belum sesuai harapan. Hal ini disebabkan oleh karakter penerima program CSR ini berbeda dan punya kepentingan yang berbeda. Selain itu jika dilihat dari laporan program CSR tahun 2021 yang telah dilakukan, terutama untuk kegiatan *empowerment* masih terdapat kelompok yang sama

dengan tahun sebelumnya namun dengan program yang berbeda. Hal ini bisa memungkinkan adanya perbedaan pada masyarakat yang belum mengembangkan usaha mereka melalui program CSR.

Di lain pihak, bagi perusahaan, pemberian program CSR ini perlu melihat komitmen dari calon penerima program. Perbedaan antara persepsi ini yang membuat ketidaksesuaian antara perusahaan dan penerima program. Demikian halnya dengan ketidaksesuaian, jadwal waktu evaluasi dan meratanya sumberdaya material setiap wilayah. Untuk itu PT PJB UP Cirata perlu melakukan sosialisasi kembali mengenai kriteria penerima program, jadwal baik penerimaan dana dan waktu pendampingan dan evaluasi (SOP). Selain itu tetap dilakukan *social mapping* untuk penerimaan program tahun selanjutnya.

2) Kuadran B

Kuadran B memuat atribut-atribut program keseluruhan yang dianggap penting oleh masyarakat, dan kinerja perusahaan telah sesuai dengan yang diharapkan sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Atribut-atribut tersebut meliputi:

- a. **A11** : Program CSR yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat
- b. **A13** : Program CSR yang dilakukan aman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan
- c. **A14** : Program CSR tidak mengenakan biaya kepada peserta program bantuan CSR
- d. **A18** : Program CSR dapat dilanjutkan secara terus menerus
- e. **A22** : Program CSR yang dilakukan dapat berdampak/membantu kemajuan masyarakat
- f. **A23** : Bantuan yang diberikan sesuai dengan potensi lingkungan yang ada
- g. **A24** : Penanggung jawab/pelaksana program CSR menjalankan tugasnya dengan baik
- h. **A26** : Keberlanjutan program bantuan CSR dilaksanakan sampai masyarakat berhasil (sejahtera)
- i. **A27** : Masyarakat paham dan merasakan manfaat dari program CSR yang dilakukan
- j. **A44** : Dilakukan studi banding kegiatan ke tempat lain

Atribut-atribut program keseluruhan yang yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua atribut ini menjadikan program CSR oleh PT PJB UP Cirata menjadi unggul di mata masyarakat penerima program.

3) Kuadran C

Kuadran C memuat atribut-atribut program keseluruhan yang dianggap kurang penting oleh masyarakat, dan pada kenyatannya kinerja dari pihak PT PJB UP Cirata terkait atribut tersebut juga biasa saja. Adapun atribut tersebut adalah sebagai berikut :

- a. **A15** : Kecepatan waktu pengajuan program CSR sampai realisasi program
- b. **A25** : Partisipasi atau keterlibatan masyarakat setempat dalam pelaksanaan program CSR
- c. **A31** : Manfaat yang dirasakan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan upaya yang dilakukan
- d. **A32** : Nilai output yang dihasilkan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan
- e. **A41** : Pelaksanaan program dievaluasi oleh lembaga/pihak luar
- f. **A42** : Dilaksanakan pengukuran ketercapaian sasaran dan tujuan program
- g. **A43** : Dilaksanakan pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang pelaksanaan program CSR

Atribut program keseluruhan di atas dapat terus dilaksanakan ataupun dikembangkan, namun demikian memerlukan pertimbangan yang lebih matang. Masyarakat penerima program CSR masih belum merasakan dampak manfaat dari adanya atribut-atribut program keseluruhan tersebut.

4) Kuadran D

Kuadran D memuat atribut-atribut program keseluruhan yang dianggap kurang penting dalam pelaksanaan program CSR, dan bahkan masyarakat merasakan atribut tersebut berlebihan. Atribut yang berada pada kuadran D ini dapat dihilangkan ataupun dikurangi. Namun pada kuadran ini tidak terdapat atribut yang harus dihilangkan. Hal ini menandakan bahwa seluruh program penting dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

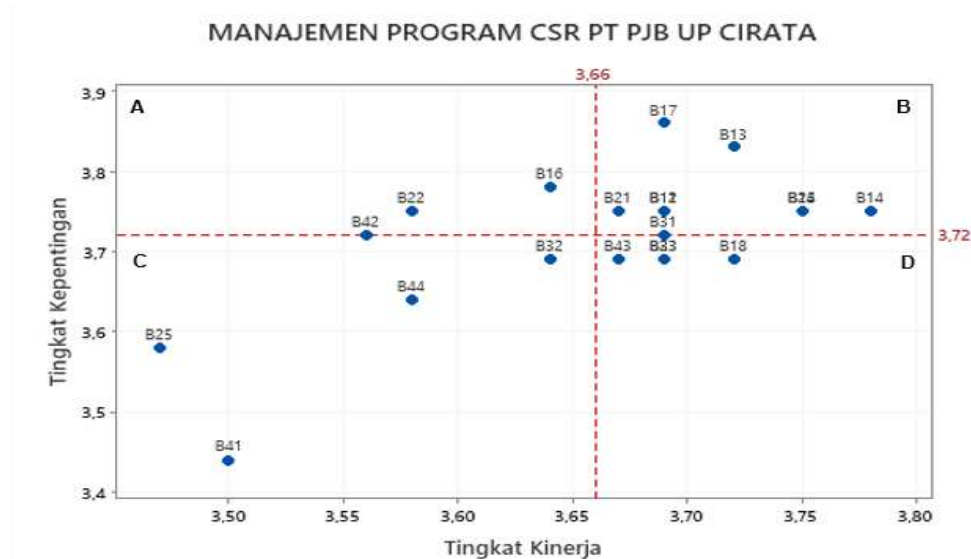
2. ASPEK MANAJEMEN PROGRAM PT PJB UP CIRATA

Besaran tingkat kinerja dan pentingnya atribut manajemen program dipetakan dalam grafik indeks kepuasan masyarakat penerima program CSR PT PJB UP Cirata. Berdasarkan karakteristik program dalam keseluruhan program, dalam manajemen program dilakukan pengukuran antara kepentingan dari masyarakat penerima program terhadap pengelolaan program yang dilakukan oleh pihak manajemen PT PJB UP Cirata pada tahun 2021.

Pemetaan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja manajemen program pada setiap kuadran dapat dilihat pada Tabel 2 dan **Error! Reference source not found.**

Tabel 2 Tingkat Kepentingan dan Kinerja Aspek Manajemen Program PT PJB UP Cirata Tahun 2021

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	3,69	3,75	99%
2	B12	Keterbukaan informasi mengenai prosedur pelayanan program bantuan CSR	3,69	3,75	99%
3	B13	Pelaksana program CSR melayani dengan ramah dan sopan	3,72	3,83	97%
4	B14	Pelaksana program CSR memberikan kepedulian kepada masyarakat	3,78	3,75	101%
5	B15	Kegiatan CSR berjalan lancar dan tepat waktu	3,75	3,75	100%
6	B16	Ketepatan waktu petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR sesuai waktu yang ditentukan	3,64	3,78	96%
7	B17	Pelaksana kegiatan berperan aktif, berkomitmen dan siap membantu masyarakat dalam kegiatan	3,69	3,86	96%
8	B18	Alat bantu, peraga, dokumen dan sumberdaya lainnya yang disediakan sudah sesuai, optimal dan cukup	3,72	3,69	101%
9	B21	Kemampuan petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR dengan baik	3,67	3,75	98%
10	B22	Kemampuan petugas/pendamping dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti peserta program	3,58	3,75	96%
11	B23	Pengetahuan dan keterampilan petugas/pelaksana/pendamping dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat	3,69	3,69	100%
12	B24	Tujuan kegiatan dapat terukur dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan pelaksana	3,75	3,75	100%
13	B25	Keterlibatan pihak lain (Kementerian, Pemda, PT, LSM, dll) dalam pelaksanaan program CSR	3,47	3,58	97%
14	B31	Kesederhanaan dan kemudahan dalam mengelola dan memenuhi target serta tujuan program CSR	3,69	3,72	99%
15	B32	Manfaat jangka pendek dan jangka panjang dirasakan organisasi dan masyarakat	3,64	3,69	98%
16	B33	Manfaat kegiatan dirasakan maksimal dan terukur dibandingkan sumberdaya yang dikeluarkan	3,69	3,69	100%
17	B41	Organisasi pelaksana kegiatan dimonitor dan dievaluasi secara berkala oleh pihak luar	3,50	3,44	102%
18	B42	Adanya pengukuran ketercapaian kinerja pelaksana/pendamping program CSR sesuai dengan tujuan perusahaan	3,56	3,72	96%
19	B43	Adanya pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang kinerja pelaksana program CSR	3,67	3,69	99%
20	B44	Adanya umpan balik dari masyarakat terhadap kinerja pelaksana/pendamping program CSR	3,58	3,64	98%
Rata-rata			3,66	3,72	99%



Gambar 12 Diagram IKM untuk aspek Manajemen Program (PT PJB UP Cirata)

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 PJB UP Cirata belum sesuai. Atribut tersebut adalah :

- B16** : Ketepatan waktu petugas/ pendamping dalam melaksanakan program CSR sesuai waktu yang ditentukan
- B22** : Kemampuan petugas/pendamping dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti peserta program
- B42** : Adanya pengukuran ketercapaian kinerja pelaksana/pendamping program CSR sesuai dengan tujuan perusahaan

Berdasarkan **Error! Reference source not found.**, terlihat bahwa ada 3 atribut yang menggambarkan ketidaksesuaian kepentingan dan kinerja dalam manajemen program. Atribut ketepatan waktu pelaksanaan program CSR masih menjadi atribut yang memerlukan perbaikan seperti pada penilaian tahun sebelumnya. Hal ini dapat disebabkan karena petugas CSR masih dalam tahap adaptasi karena adanya keterkaitan antara Cirata dan BPWC. Dua atribut yang lain kemampuan petugas dan pengukuran ketercapaian kinerja pelaksanaan mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Pada pengukuran IKM tahun 2020, atribut kemampuan petugas sudah berada pada Kuadran B, dimana sudah sesuai dengan harapan penerima program, sedangkan atribut pengukuran ketercapaian kinerja pelaksanaan berada pada kuaran C, dimana atribut tersebut pada tahun 2020 dianggap kurang penting oleh masyarakat namun sekarang merupakan atribut yang penting.

Hal yang perlu dilakukan oleh pihak perusahaan untuk internal dan eksternal. Segi Internal adalah melakukan pembagian *job desk* yang tepat dan koordinasi antara petugas CSR. Selain itu dari segi internal juga perlu dilakukan penilaian kinerja terhadap petugas CSR untuk melihat kesesuaian pemetaan kerja dan kinerja yang telah dilakukan. Segi eksternal, perusahaan perlu melakukan sosialisasi SOP penerimaan, penjadwalan, evaluasi serta monitoring pelaksanaan 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 2021. Atribut-atribut pada kuadran B ini sebaiknya tetap dipertahankan karena semua atribut ini menjadikan program CSR oleh PT PJB UP Cirata menjadi unggul dimata masyarakat penerima program. Adapun atribut-atribut tersebut adalah sebagai berikut :

- a. **B11** : Pelaksana program CSR memberikan informasi yang jelas (tujuan kegiatan, waktu, tempat, dan sumber daya) program
- b. **B12** : Keterbukaan informasi mengenai prosedur pelayanan program bantuan CSR
- c. **B13** : Pelaksana program CSR melayani dengan ramah dan sopan
- d. **B14** : Pelaksana program CSR memberikan kepedulian kepada masyarakat
- e. **B15** : Kegiatan CSR berjalan lancar dan tepat waktu
- f. **B17** : Pelaksana kegiatan berperan aktif, berkomitmen dan siap membantu masyarakat dalam kegiatan
- g. **B21** : Kemampuan petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR dengan baik
- h. **B24** : Tujuan kegiatan dapat terukur dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan pelaksana
- i. **B31** : Kesederhanaan dan kemudahan dalam mengelola dan memenuhi target serta tujuan program CSR

3) Kuadran C

Atribut-atribut pada manajemen program yang dianggap kurang penting oleh masyarakat, dan pada kenyatannya pihak PT PJB UP Cirata dinilai biasa dari kinerjanya. Adapun atribut tersebut adalah sebagai berikut :

- a. **B25** : Keterlibatan pihak lain (Kementerian, Pemda, PT, LSM, dll) dalam pelaksanaan program CSR
- b. **B32** : Manfaat jangka pendek dan jangka panjang dirasakan organisasi dan masyarakat
- c. **B41** : Organisasi pelaksana kegiatan dimonitor dan dievaluasi secara berkala oleh pihak luar
- d. **B44** : Adanya umpan balik dari masyarakat terhadap kinerja pelaksana/pendamping program CSR

Seperti halnya atribut pada program keseluruhan, empat 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 (PT PJB UP Cirata).

4) Kuadran D

Kuadran D seharusnya memuat atribut-atribut manajemen program yang dianggap kurang penting dalam pelaksanaan program CSR, dan bahkan masyarakat merasakan atribut tersebut berlebihan.

- a. **B18** : Alat bantu, peraga, dokumen dan sumberdaya lainnya yang disediakan sudah sesuai, optimal dan cukup
- b. **B23** : Pengetahuan dan keterampilan petugas/pelaksana/pendamping dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat
- c. **B33** : Manfaat kegiatan dirasakan maksimal dan terukur dibandingkan sumberdaya yang dikeluarkan
- d. **B43** : Adanya pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang kinerja pelaksana program CSR

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.

3. ASPEK PELAYANAN DAN PENYALURAN PT PJB UP Cirata

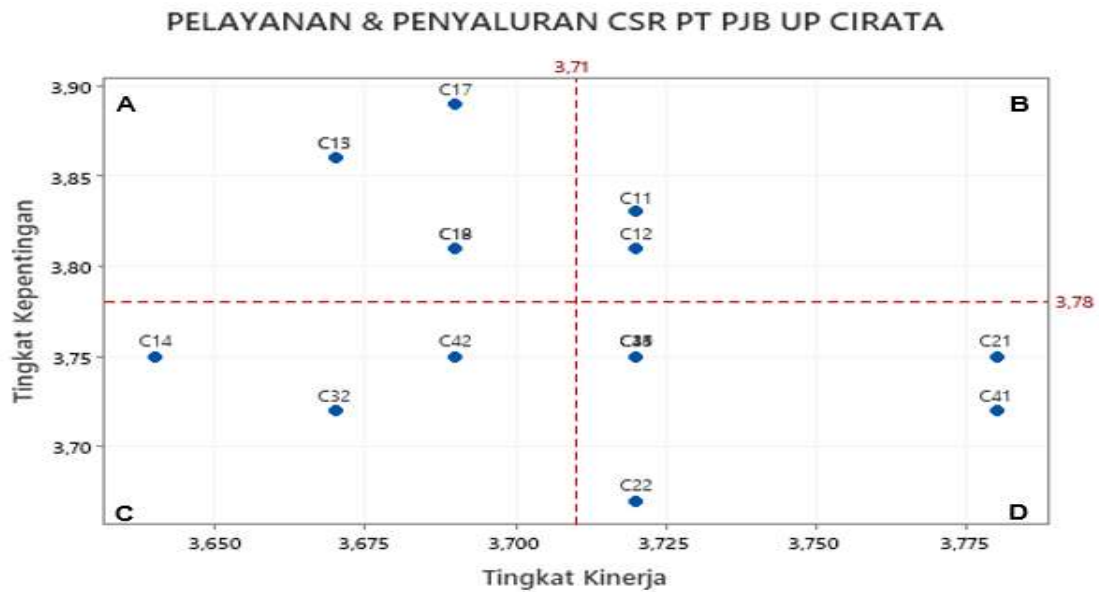
Kriteria ketiga dalam mengevaluasi indeks kepuasan masyarakat terhadap karakteristik pelayanan dan penyaluran program CSR PT PJB UP Cirata kepada masyarakat. Besarnya tingkat kinerja dan pentingnya karakteristik pelayanan dan distribusi tersebut dapat direpresentasikan dalam Grafik Indeks Kepuasan Masyarakat Pengelolaan Program CSR PT

PJB UP Cirata. Atribut penyaluran dan pelayanan program CSR PT PJB UP Cirata dapat dilihat pada **Error! Reference source not found.** dan

Tabel 3.

Tabel 3 Tingkat Kepentingan dan Kinerja aspek Pelayanan dan Penyaluran PT PJB UP Cirata Tahun 2021

No	Atribut	Keterangan	Tingkat		Tingkat Kesesuaian (%)
			Kinerja	Kepentingan	
1	C11	Kemampuan bagian CSR PT PJB memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat	3,72	3,83	97%
2	C12	Bagian CSR PT PJB cepat tanggap dalam memberikan pelayanan	3,72	3,81	98%
3	C13	Bagian CSR PT PJB bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas.	3,67	3,86	95%
4	C14	Pihak lain yang terlibat bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas	3,64	3,75	97%
5	C15	Kesamaan perlakuan dalam mendapatkan pelayanan program bantuan CSR PT PJB	3,67	3,86	95%
6	C16	Kelengkapan fasilitas pendukung pelaksanaan program CSR PT PJB	3,72	3,75	99%
7	C17	Kemudahan mencapai kantor UP PT PJB & Kantor layanan terkait	3,69	3,89	95%
8	C18	Kenyamanan lingkungan tempat kegiatan pendampingan program bantuan CSR PT PJB	3,69	3,81	97%
9	C19	Keamanan lingkungan tempat pelaksanaan pendampingan program bantuan CSR PT PJB	3,69	3,81	97%
10	C21	Kejelasan alur dalam prosedur pelayanan dan penyaluran program bantuan CSR PT PJB	3,78	3,75	101%
11	C22	Ketepatan penyelesaian masalah yang diberikan kepada masyarakat terkait penyaluran dan pelayanan yang terjadi	3,72	3,67	102%
12	C31	Kesesuaian antara tujuan program CSR dengan pelaksanaannya dalam hal pelayanan/penyaluran	3,72	3,75	99%
13	C32	pelaksanaannya	3,67	3,72	99%
14	C41	PT PJB telah memiliki program monitoring dalam pelayanan dan penyaluran program CSR	3,78	3,72	101%
15	C42	Personil yang memantau pelayanan dan penyaluran program mempunyai kemampuan yang sesuai	3,69	3,75	99%
16	C43	Bantuan yang disalurkan dalam program CSR telah disesuaikan dengan standar yang dibutuhkan	3,72	3,75	99%
Rata-rata			3,71	3,78	98%



Gambar 13 Diagram IKM untuk aspek Pelayanan dan Penyaluran (PT PJB UP Cirata)

1) Kuadran A

Pelayanan dan penyaluran program merupakan kegiatan penting bagi keberhasilan suatu program CSR PT PJB UP Cirata. Kuadran A berisi atribut pelayanan dan penyaluran program CSR di masyarakat yang dianggap penting oleh masyarakat, namun pelaksanaan oleh PT PJB UP Cirata belum sesuai. Atribut-atribut tersebut adalah :

- a. **C13** : Bagian CSR PT PJB bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas.
- b. **C17** : Kemudahan mencapai kantor UP PT PJB & Kantor layanan terkait
- c. **C18** : Kenyamanan lingkungan tempat kegiatan pendampingan program bantuan CSR PT PJB

Ketiga atribut di atas lebih berkaitan dengan diagram lingkungan tempat kegiatan dan SOP. Atribut kenyamanan program (C18) masih sama dengan pengukuran kinerja pada tahun 2020. Masyarakat penerima program masih merasa bahwa kenyamanan lingkungan tempat kegiatan masih dirasa belum sesuai dengan harapan masyarakat. Hal ini menjadi perhatian penting, karena 2 tahun berturut-turut masih menjadi atribut yang memerlukan perhatian dan perbaikan. Atribut C17 juga diperlukan perbaikan, terutama memang diketahui bahwa beberapa penerima program berada jauh dari kantor (dampak dari penggabungan antara UP Cirata dan BPWC). Atribut C13, dimana pihak CSR belum dapat menangani keluhan masyarakat hingga tuntas, hal ini dapat terlihat dalam kelompok Enceng Gondok dan Kambing, yang terlihat belum ada perkembangan signifikan, terutama dalam pemasaran,

walaupun jumlah anggota kelompok meningkat, namun keberlanjutan penjualan/ pemasaran perlu diperhatikan. Upaya perbaikan ketiga atribut tersebut dapat dilakukan dengan cara perbaikan prosedur, dimana dimasukkan juga SOP dalam menjembatani kemudahan dalam mencapai kantor dan melibatkan pihak eksternal (Dinas Pertanian, Peternakan, Perguruan Tinggi) untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada penerima program CSR tersebut. Untuk kenyamanan lingkungan perlu dimasukkan dalam rencana program CSR berikutnya, sehingga dapat sesuai dengan harapan penerima program.

2) Kuadran B

Atribut kuadran B dalam pelayanan dan distribusi merupakan atribut yang dianggap penting oleh masyarakat, dan kinerja perusahaan sesuai dengan harapan masyarakat penerima program. Perusahaan berharap program CSR yang dilaksanakan tetap baik dan unggul di mata masyarakat. Oleh karena itu, atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran harus dipertahankan. Adapun atribut-atribut tersebut adalah sebagai berikut :

- a. **C11** : Kemampuan bagian CSR PT PJB memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat
- b. **C12** : Bagian CSR PT PJB cepat tanggap dalam memberikan pelayanan

3) Kuadran C

Atribut pada Kuadran C digunakan dan merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh masyarakat dan kinerja pelayanan dan penyalurannya yang dilakukan PT PJB UP Cirata dianggap biasa saja. Atribut tersebut adalah sebagai berikut:

- a. **C14** : Pihak lain yang terlibat bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas
- b. **C32** : Kesesuaian cara, jadwal pelayanan dan penyaluran program CSR yang direncanakan dengan pelaksanaannya
- c. **C42** : Personil yang memantau pelayanan dan penyaluran program mempunyai kemampuan yang sesuai

Atribut pelayanan dan penyaluran di atas dapat terus diterapkan dengan pertimbangan yang lebih matang, terkecuali pada atribut C14, dimana walaupun keterlibatan pihak lain dianggap biasa, namun peran pihak lain, misalnya Dinas Pertanian, Peternakan, Perguruan Tinggi sangat diperlukan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat/kelompok penerima program.

4) Kuadran D

Kuadran D berisi atribut pelayanan dan penyaluran yang dianggap tidak signifikan dalam pelaksanaan program CSR bahkan masyarakat menganggap kinerja tersebut berlebihan. Pada pelayanan dan penyaluran program CSR ini, atribut yang teridentifikasi sebagai berikut :

- 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
- d. **C41** : PT PJB telah memiliki program monitoring dalam pelayanan dan penyaluran program CSR
- e. **C43** : Bantuan yang disalurkan dalam program CSR telah disesuaikan dengan standar yang dibutuhkan

Atribut-atribut pada kuadran D ini karena kinerjanya melampaui harapan masyarakat, maka dapat dihilangkan, namun demikian sebaiknya tidak dihilangkan dan diberikan sesuai kebutuhan masyarakat dan disesuaikan dengan rencana program dan anggaran.

1.3.2. Hasil Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) PT PJB UP Cirata

Berdasarkan hasil perhitungan, maka didapatkan nilai IKM untuk pelaksanaan program CSR PT PJB UP Cirata tahun 2021, sebesar 92,53%. Nilai tersebut mengalami peningkatan dari pengukuran IKM tahun 2020, yaitu sebesar 91,31%, yang berarti meningkatkan kepuasan masyarakat penerima program sebesar 1,22%. Hal ini menyatakan bahwa masyarakat penerima program CSR sudah sangat puas dengan program keseluruhan, manajemen program serta pelayanan dan penyaluran baik dari usaha, efektivitas, dan kualitasnya.

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

Beberapa strategi yang perlu dilakukan oleh PT PT PJB UP Cirata, terkait dengan program CSR ini adalah :

1. Pembuatan SOP dan penjadwalan penetapan program, penerimaan dana, monitoring dan evaluasi
2. Sosialisasi kembali mengenai kriteria penerima program, SOP dan penjadwalan penetapan program, penerimaan dana, monitoring dan evaluasi
3. Komunikasi dan penyampaian informasi tentang program dapat dilakukan secara *up-to-date* dan lebih tersosialisasikan
4. Melibatkan pihak eksternal (Dinas Pertanian, Peternakan, Perguruan Tinggi) untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada penerima program CSR
5. Pembagian *job desk* yang tepat dan koordinasi antara petugas CSR. Selain itu dari segi internal juga perlu dilakukan penilaian kinerja terhadap petugas CSR untuk melihat kesesuaian pemetaan kerja dan kinerja yang telah dilakukan

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. KESIMPULAN

Tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT PJB UP Cirata tahun 2021 yang meliputi program keseluruhan, manajemen program, serta pelayanan dan penyaluran **sangat puas yaitu dengan Index IKM sebesar 95,53%.**

5.2. REKOMENDASI

1. Pembuatan SOP dan penjadwalan penetapan program, penerimaan dana, monitoring dan evaluasi.
2. Sosialisasi kembali mengenai kriteria penerima program, SOP dan penjadwalan penetapan program, penerimaan dana, monitoring dan evaluasi.
3. Komunikasi dan penyampaian informasi tentang program dapat dilakukan secara *up-to-date* dan lebih tersosialisasikan.
4. Melibatkan pihak eksternal (Dinas Pertanian, Peternakan, Perguruan Tinggi) untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada penerima program CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Ho, P. K., & Sugiharto, S. (2020). *ANALISA PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING CELEBRITY FITNESS CENTER SURABAYA*.
- 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>
- Marnelly, T. R. (2012). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia*.
- Rangkuti, F. (2003). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Ke puasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP*.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran Edisi kedua*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep&Aplikasi CSR*. Fascho Publishing.
- 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>
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. dan Berry, L.L., (1990), *Delivering Quality Service*, New York.