



IPB University
— Bogor Indonesia —

ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT

PROGRAM CSR PT PJB UBJOM PULANG PISAU

Tim Peneliti:

- Dr. Wita Juwita Ermawati S.T.P.,M.M.
- Nisa zahra S.T.P., M.Si.
- Rachmad Zulkifli

Kerja Sama Departemen
Manajemen dan PT PJB
Tahun 2023

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kapasitas untuk pertumbuhan dan kemampuan beradaptasi sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan operasinya dan unggul dalam lingkungan yang kompetitif. Umur panjang bisnis perusahaan tidak hanya bergantung pada kemajuan keuangan, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari usahanya. Penggabungan tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan fokus pada *Triple Bottom Line*, yang mencakup tiga aspek *Profit, People, dan Planet*. Sebagai perusahaan energi nasional, PT PJB UBJOM Pulang Pisau tetap berkomitmen untuk secara aktif berkontribusi pada perbaikan masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai bagian dari kewajiban sosial dan lingkungan sekitarnya. Dedikasi yang tak tergoyahkan ini ditunjukkan melalui pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Tujuan dari kajian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana masyarakat menyatakan kepuasan terhadap pelaksanaan program CSR oleh PT PJB UBJOM Pulang Pisau pada tahun 2021. Hasil survei menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat terhadap program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau, yang meliputi program keseluruhan, manajemen program, serta pelayanan dan distribusi, sangat tinggi dengan Indeks IKM sebesar 94,69%. Angka ini menunjukkan peningkatan dibandingkan dengan nilai tahun sebelumnya sebesar 94,41%. Inisiatif CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau menunjukkan dampak yang cukup besar (84,82%), dengan pengaruh terbesar diamati pada aspek ekonomi (88,89%), lingkungan (86,11%), kesejahteraan (83,33%), dan sosial (80,95%).

Strategi atau rekomendasi potensial yang dapat diterapkan meliputi: 1) menyelaraskan inisiatif dengan adat istiadat dan peraturan setempat; 2) meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pelayanan personel; dan 3) meningkatkan kejelasan prosedur pelayanan dan distribusi program bantuan.

DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	0
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 UBJOM Pulang Pisau	14
4.2. Karakteristik Responden Penerima Program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau..	14
4.3. Hasil Analisis IPA dan IKM PT PJB UNJOM Pulang Pisau.....	16
5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	29
5.1. Kesimpulan.....	29
5.2. Rekomendasi	29
DAFTAR PUSTAKA	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	10
Gambar 2 <i>Matriks Importance Performance Analysis</i>	11
Gambar 3 Karakteristik responden berdasarkan usia (PT PJB UBJOM Pulang Pisau).....	15
Gambar 4 Karakteristik responden berdasarkan tingkat Pendidikan (PT PJB UBJOM Pulang Pisau).....	16
Gambar 5 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan (PT PJB UBJOM Pulang Pisau).....	16
Gambar 6 Karakteristik responden berdasarkan jenis program CSR yang diterima tahun 2021 (PT PJB UBJOM Pulang Pisau).....	17
Gambar 7 Diagram IKM untuk aspek Program Keseluruhan (PT PJB UBJOM Pulang Pisau)	18
Gambar 8 Diagram IKM untuk aspek Manajemen Program (PT PJB UBJOM Pulang Pisau)	23
Gambar 9 Diagram IKM untuk aspek Pelayanan dan Penyaluran (PT PJB UBJOM Pulang Pisau).....	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Nilai atribut IKM manajemen program PT PJB UBJOM Pulang Pisau.....	21
Tabel 2 Nilai atribut IKM aspek Pelayanan dan Penyaluran PT PJB UBJOM Pulang Pisau	27

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan kepada para stakeholders, terutama masyarakat di sekitar area operasional perusahaan. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) no 40 Tahun 2007, di mana disebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program CSR tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar, tetapi juga membantu perusahaan dalam membangun citra dan reputasi positif di hadapan publik, serta menciptakan hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, implementasi program CSR merupakan langkah yang penting bagi perusahaan dalam memastikan keberlanjutan operasional dan mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Definisi ini menekankan bahwa pelaksanaan CSR perusahaan diarahkan untuk ekonomi berkelanjutan, bukan hanya sekedar bantuan yang wajib diberikan oleh perusahaan (Setiawan et al., 2021). PT PJB sebagai sebuah BUMN yang bergerak di bidang pengolahan sumber daya alam menjadi energi listrik juga melaksanakan program CSR terutama melalui 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.

Dalam konteks efektivitas pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*, evaluasi merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa program tersebut memberikan dampak yang diharapkan. Evaluasi dapat dilakukan melalui analisis terhadap indeks kepuasan masyarakat (IKM) untuk menilai sejauh mana program CSR memenuhi harapan dan kebutuhan kelompok penerima manfaat. Selain itu, kesesuaian dan ketepatan pelaksanaan program dengan harapan dari kelompok penerima program CSR dari PT PJB juga menjadi faktor kunci dalam menentukan keberlanjutan program CSR tersebut. Evaluasi dari sisi internal dan eksternal juga diperlukan untuk memastikan bahwa program CSR tidak hanya memberikan manfaat bagi penerima manfaat secara langsung, tetapi juga memberikan dampak positif secara lebih luas. Dari sisi internal, evaluasi dapat dilakukan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya dalam pelaksanaan program CSR. Sementara dari sisi eksternal, evaluasi dapat dilakukan untuk menilai

dampak program CSR terhadap lingkungan, ekonomi, kesejahteraan, dan aspek sosial di sekitar wilayah operasional perusahaan. Penilaian dampak pengembangan kelompok terhadap aspek lingkungan, ekonomi, kesejahteraan, dan sosial juga merupakan bagian integral dari evaluasi program CSR. Dampak pengembangan kelompok bisnis masyarakat dapat diukur melalui indikator-indikator seperti peningkatan pendapatan, peningkatan akses terhadap sumber daya, peningkatan kesejahteraan, serta kontribusi terhadap pelestarian lingkungan.

Dengan melakukan evaluasi yang komprehensif terhadap program CSR, PT PJB dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai efektivitas program yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi ini dapat menjadi dasar untuk perbaikan dan pengembangan program CSR di tahun-tahun berikutnya, sehingga program tersebut dapat memberikan dampak yang lebih signifikan bagi pengembangan kelompok bisnis masyarakat dan masyarakat secara keseluruhan.

1.2. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau dan menganalisis dampak program CSR PT PJB terhadap dimensi ekonomi, lingkungan, sosial dan kesejahteraan pada kelompok penerima program CSR PT PJB UP Brantas

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Corporate Social Responsibility*

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam publikasi berjudul 'Making Good Business Sense' mendefinisikan CSR sebagai bentuk komitmen perusahaan untuk terus bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarga mereka serta peningkatan masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya (Wibisono, 2007). Dalam melaksanakan kegiatan CSR, ada teori yang mendasarinya, yaitu teori *Triple Bottom Line* yang diajukan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya 'Cannibal with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business'. Konsep *Triple Bottom Line* dikembangkan dengan istilah *economic prosperity*, *environment quality*, dan *social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan keberadaannya, maka perusahaan harus memperhatikan 3P. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Wibisono, 2007). Lebih lanjut, menurut WBCSD, CSR juga melibatkan komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis dalam semua aspek bisnisnya, termasuk dalam hubungannya dengan karyawan, konsumen, mitra bisnis, dan masyarakat luas. Ini berarti bahwa perusahaan harus menjalankan bisnisnya dengan mematuhi hukum yang berlaku dan menghindari praktik yang merugikan orang lain. Selain itu, perusahaan juga harus memastikan bahwa kegiatan usahanya memberikan manfaat bagi karyawan dan keluarganya, serta berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat setempat dan masyarakat pada umumnya.

Corporate social responsibility (CSR) menurut Prince of wales International Business Forum bahwa pelaksanaannya menyangkut lima pilar yaitu: i) *Building human* 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* dimana perusahaan harus menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak menimbulkan konflik; iv) *encouraging good governance* dimana perusahaan dijalankan dalam tata kelola yang baik; dan v) *protecting the environment* dimana perusahaan harus menjaga kelestarian lingkungan.

2.2. Kualitas Pelayanan

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting. Tingkat kualitas layanan berdampak langsung pada kepuasan konsumen dan kecenderungan mereka untuk terlibat dalam bisnis berulang dengan layanan yang ditawarkan. Kualitas pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan layanan suatu perusahaan (Wirtz & Lovelock, 2021). Sedangkan pendapat lain menatakan, kualitas layanan didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan (Rangkuti, 2003).

Pada dasarnya dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan sendiri merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha-usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen.

Dalam konteks ini, layanan digambarkan sebagai fasilitasi atau penyediaan bantuan yang diberikan oleh penyedia layanan, yang mencakup aspek-aspek seperti efisiensi, ketepatan waktu, hubungan interpersonal, kemahiran, dan keramahan, yang semuanya ditujukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengukuran kualitas layanan dapat dipastikan dengan menyelaraskan persepsi konsumen tentang layanan aktual yang diterima atau diperoleh dengan layanan yang diinginkan atau diantisipasi, dalam kaitannya dengan atribut layanan yang ditunjukkan oleh perusahaan tertentu.

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, 2016)), diuraikan sebagai berikut:

- a. *Technical quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Pelayanan yang berhubungan dengan outcome pelayanan yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakannya (teknologi), memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat, terpercaya, dan memuaskan.
- b. *Funcional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa. Merupakan sesuatu yang lebih banyak berhubungan dengan proses penyampaian atau bagaimana pelayanan diberikan kepada pelanggan. Yaitu meliputi penyampain informasi yang jelas, kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pengguna.

c. *Corporate Image*, yaitu sesuatu yang berhubungan dengan reputasi dari produsen yang menyediakan jasa. Yaitu meliputi sopan santun dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan atau tenaga medis, bebas dari bahaya atau resiko atau keraguraguan serta penampilan pegawainya.

Terdapat lima dimensi mutu jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam konsep ServQual. Ke-5 dimensi mutu tersebut adalah: 1) *Reliability* (Keandalan) Kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan; 2) *Responsiveness* (Cepat tanggap) Kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen; 3) *Assurance* (Jaminan) Pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri; 4) *Empathy* (Empati) Karyawan harus memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen; 5) *Tangible* (Kasad mata) Penampilan fisik, peralatan, personil, dan alat-alat komunikasi (Rangkuti, 2003).

2.3. Customer Satisfaction Index (CSI)

Etimologi istilah “kepuasan” berasal dari akar Latinnya, di mana “satis” menunjukkan sesuatu yang baik dan memadai, dan “facio” menandakan tindakan melakukan atau membuat. Intinya, kepuasan dapat dipahami sebagai upaya untuk mencapai atau memenuhi tujuan tertentu (Tjiptono, 2016). Menurut leksikon psikologis, kepuasan mengacu pada sensasi subyektif kesejahteraan yang dialami setelah pencapaian tujuan, terlepas dari apakah tujuan itu bersifat fisik atau psikologis (Budiardjo, 2007). Seperti yang dikemukakan bahwa kepuasan dapat didefinisikan sebagai reaksi atau respons konsumen atas realisasi kebutuhan yang dipenuhi (Zeithaml et al., 1990).

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respons emosional yang dialami oleh konsumen ketika membandingkan harapan mereka terhadap suatu produk dengan penampilan sebenarnya, menghasilkan kesenangan atau kekecewaan (Kotler & Keller, 2016). Ketika penampilan produk gagal memenuhi harapan konsumen, ketidakpuasan kemungkinan akan terjadi. Sebaliknya, jika penampilan produk selaras dengan atau melebihi harapan konsumen, kepuasan atau kesenangan cenderung dialami. Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan ditentukan oleh perbedaan antara harapan konsumen dan kinerja produk yang dirasakan mereka (Rangkuti, 2003). Kepuasan adalah keadaan emosional seseorang yang muncul setelah mengevaluasi kinerja atau hasil suatu produk dan membandingkannya dengan harapan awal mereka. Jika kinerja suatu produk atau layanan kurang dari harapan konsumen, ketidakpuasan kemungkinan akan dialami. Sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan, kepuasan cenderung dirasakan, dan jika melampaui harapan, tingkat kepuasan

yang tinggi akan dialami oleh konsumen (Kotler & Armstrong, 2008).

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen (Kotler & Armstrong, 2010), 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, 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*

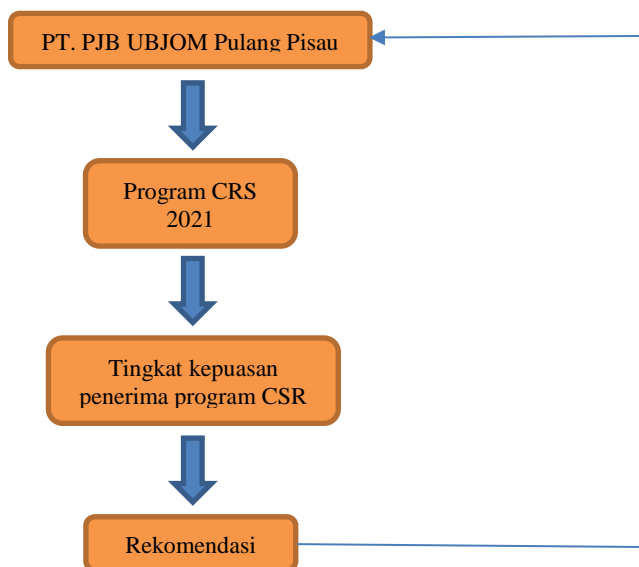
Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai konsumen di perusahaan pesaing

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 UBJOM Pulang Pisau diharapkan akan selalu memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat yang menerima program CSR tahun 2021 dan menetapkan program CSR yang berkelanjutan sehingga mempunyai dampak baik segi ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan bagi masyarakat sekitar. Hal ini bisa diidentifikasi melalui survey indeks kepuasan masyarakat penerima program CSR tahun 2021 serta dampak keberlanjutan program CSR dan CSV dari program.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

3.1. Waktu Dan Tempat

Kajian ini dilaksanakan pada bulan September – November 2022. Pengukuran dilaksanakan kepada PT PJB UBJOM Pulang Pisau, Kabupaten Pulang Pisau Provinsi Kalimantan Tengah.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dimana populasinya adalah seluruh masyarakat dan kelompok penerima program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau tahun 2021. Sampel dalam penelitian ini merupakan masyarakat/konsumen yang menerima program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau tahun 2021.

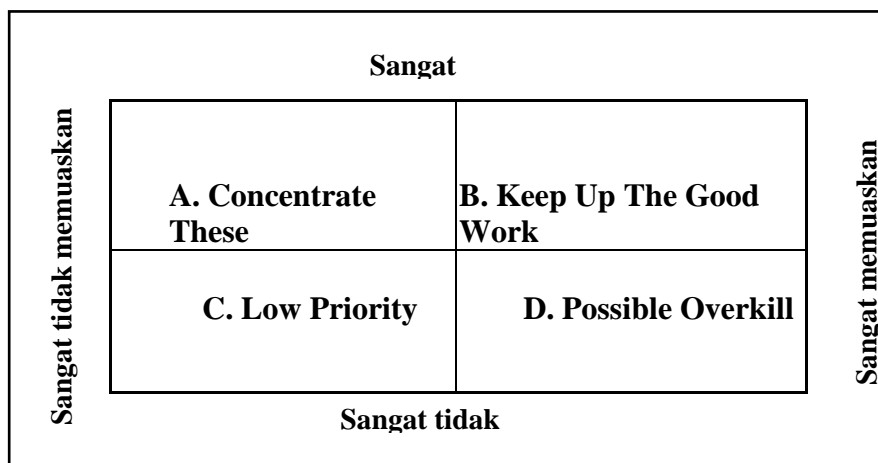
Pengambilan data meliputi data primer dan data sekunder. Pengambilan data primer dilakukan melalui pengisian kuesioner dan *indepth interview* kepada masyarakat dan kelompok penerima program. Data sekunder melalui jurnal nasional dan internasional, internet, buku atau data-data pada PT PJB UBJOM Pulang Pisau.

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 merangking berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi tindakan yang diperlukan. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar masyarakat merasa puas terhadap kinerja pelaksanaan program CSR perusahaan, dan seberapa besar PT PJB memahami apa yang diinginkan 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 pada **Error! Reference source not found.**



Gambar 2 Matriks *Importance Performance Analysis*

Sumber: (Tjiptono, 2016)

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

1. Kuadran A (*Concentrate These*)

Wilayah ini mencakup unsur-unsur yang dianggap penting oleh penerima manfaat masyarakat dari inisiatif CSR, namun pada kenyataannya elemen-elemen ini gagal selaras dengan harapan masyarakat (menghasilkan tingkat kepuasan yang terus-menerus rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

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

Wilayah ini 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*)

Wilayah ini 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*)

Wilayah ini 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 petaposisi *importance – performance* yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empatkuadran 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 UBJOM Pulang Pisau

PT PJB UBJOM Pulang Pisau terletak di Jalan Tingang Menteng, Desa Mintin, Kecamatan Kahayan Hilir, Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah. Perusahaan ini beroperasi dengan dua unit pembangkit yang saat ini beroperasi secara komersial, menghasilkan total 2x60 megawatt (MW) listrik.

Sejalan dengan komitmen yang kuat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan kepatuhan terhadap tata kelola perusahaan yang baik, PT PJB UBJOM Pulang Pisau telah melaksanakan program CSR bagi masyarakat setempat. Program ini terutama berfokus pada daerah-daerah yang terkena dampak kegiatan operasional perusahaan, khususnya yang berada di dalam Ring I. Dalam lingkup ini, tiga desa dianggap sebagai bagian dari Ring I untuk PT PJB UBJOM Pulang Pisau: Desa Mintin, Desa Buntoi, dan Desa Mantaren II. Tujuan utama dari program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau adalah untuk berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Selain itu, perusahaan berdedikasi untuk meningkatkan ekonomi lokal dalam wilayah operasionalnya.

Pada tahun 2021 program/kegiatan CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau dikelompokkan ke dalam pemberdayaan (*empowerment*), *charity*, dan peningkatan kapasitas (*capacity building*). PT PJB UBJOM Pulang Pisau melaksanakan 33 kegiatan CSR yang meliputi 23 kegiatan *charity*, 9 program pemberdayaan dan 1 kegiatan *capacity building*. Program pemberdayaan yang dilakukan tahun 2021 yaitu 1) Pelatihan pembuatan furniture untuk karang taruna; 2) Pemberdayaan panen ikan; 3) Budidaya hidroponik desa Buntoi; 4) Pembuatan masker; 5) Perbaikan GH Hidroponik Desa Mintin; 6) Kerajinan rotan; 7) Bantuan las; 8) Budidaya maggot; dan 9) Bantuan perlengkapan alat menjahit.

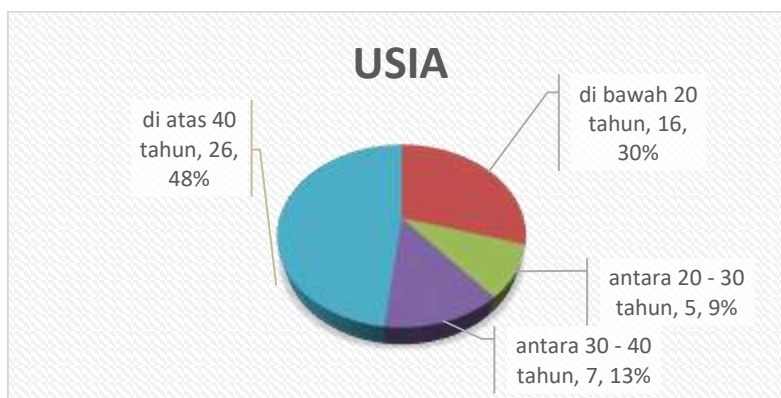
4.2. Karakteristik Responden

Pada tahun 2021, PT PJB UBJOM Pulang Pisau melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bertujuan untuk memberi manfaat bagi masyarakat setempat yang berada di sekitar unit tersebut. Peserta penelitian ini terdiri dari individu dari masyarakat umum maupun yang berafiliasi dengan kelompok-kelompok penerima program CSR yang dilaksanakan oleh PT PJB UBJOM Pulang Pisau pada tahun 2021. Program ini secara khusus ditargetkan di Kabupaten Pulang Pisau di Kalimantan Tengah. Survei yang dilakukan untuk mengukur pendapat peserta dilakukan secara langsung, di dalam bangunan kelompok pembangunan CSR yang berafiliasi dengan PT PJB UBJOM Pulang Pisau di

kabupaten tersebut.

Setelah menganalisis informasi yang dikumpulkan, disimpulkan bahwa sejumlah program diterima dengan baik, terbukti dengan keterlibatan berbagai komunitas dan kelompok, dengan total 54 peserta. Responden tersebut mengevaluasi signifikansi dan tingkat pelaksanaan masing-masing komponen kepuasan terkait program CSR yang dilaksanakan oleh PT PJB UBJOM Pulang Pisau selama tahun 2021. Untuk mengetahui karakteristik responden secara lebih detil, berikut uraian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, pendapatan dan program CSR yang diterima. Total data yang didapatkan dari hasil kuesioner, sebanyak 65% responden berjenis kelamin laki-laki, dan 35% berjenis kelamin perempuan.

Sebaran usia responden penerima program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau tahun 2021 didominasi usia di atas 40 tahun sebanyak 26 orang (48%), di bawah 20 tahun sebanyak 16 orang (30%) yang rata-rata merupakan pelajar, usia di antara antara 30 – 40 tahun sebanyak 7 orang (13%) dan usia di antara 20 – 30 tahun sebanyak 5 orang (9%). Proporsi jumlah responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Gambar 3.

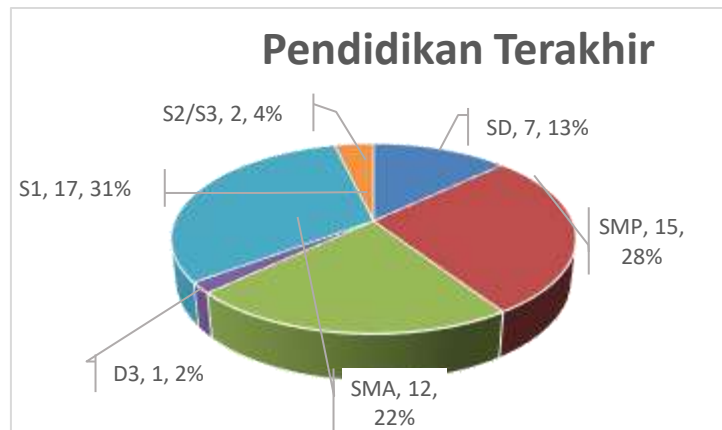


Gambar 3 Karakteristik responden berdasarkan usia (PT PJB UBJOM Pulang Pisau)

Profil pekerjaan masyarakat penerima program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau pada tahun 2021 cukup beragam diantaranya berprofesi sebagai pelajar 28% (15 orang); guru 20% (11 orang); ibu rumah tangga dan petani memiliki masing-masing persentase 17% (9 orang); PNS 9% (5 orang); pedagang 4% (2 orang); serta wiraswasta, pensiunan dan buruh bangunan memiliki masing-masing persentase 2% (1 orang). Hal ini menunjukkan bahwa program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau memberikan manfaat bagi berbagai kalangan masyarakat. Ini selaras dengan tujuan program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau yang berfokus pada peningkatan kesejahteraan dengan mengembangkan potensi sumberdaya dan kompetensi yang ada pada kelompok atau masyarakat sekitar.

Berdasarkan tingkat pendidikannya, responden penerima program CSR PT PJB UBJOM

Pulang Pisau pada tahun 2021, mayoritas mempunyai latar belakang pendidikan terakhir lulusan S1 sebanyak 17 orang (31%), SMP 15 orang (28%), SMA 12 orang (22%), SD 7 orang (13%), S2/S3 2 orang (4%) dan lulusan D3 1 orang (2%). Latar belakang pendidikan responden berkaitan dengan persepsi atau cara pandang mereka dalam melakukan penilaian setiap variabel yang diukur pada survey IKM. Proporsi jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Karakteristik responden berdasarkan tingkat Pendidikan (PT PJB UBJOM Pulang Pisau)

Bila dilihat dari tingkat pendapatan per bulan, mayoritas penerima program CSR tahun 2021 PT PJB UBJOM Pulang Pisau memiliki pendapatan di atas Rp 2 juta per bulan (33%) atau sebanyak 18 orang, selanjutnya responden dengan tingkat pendapatan antara Rp. 1 juta - Rp. 2 juta sebanyak 13 orang (24%), di bawah Rp 1 juta per bulan sebanyak 6 orang (11%), di atas Rp. 4 juta sebanyak 2 orang (4%), serta yang belum memiliki pendapatan per bulan sebanyak 15 orang (28%) karena masih berstatus pelajar dan belum bekerja. Keberadaan program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau sangat diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.



Gambar 5 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan (PT PJB UBJOM Pulang Pisau)

Survey IKM tahun ini di PT PJB UBJOM Pulang Pisau didominasi oleh penerima program pelatihan K3 dan pelatihan mesin bubut (28%), program budidaya tanaman hidroponik (20%), program bantuan sembako (18%), program budidaya magot (17%), program PJB mengajar (11%) dan program bantuan perayaan Idul Adha (6%). Selengkapnya proporsi jenis program CSR yang diterima tahun 2021 dapat dilihat pada Gambar 6.



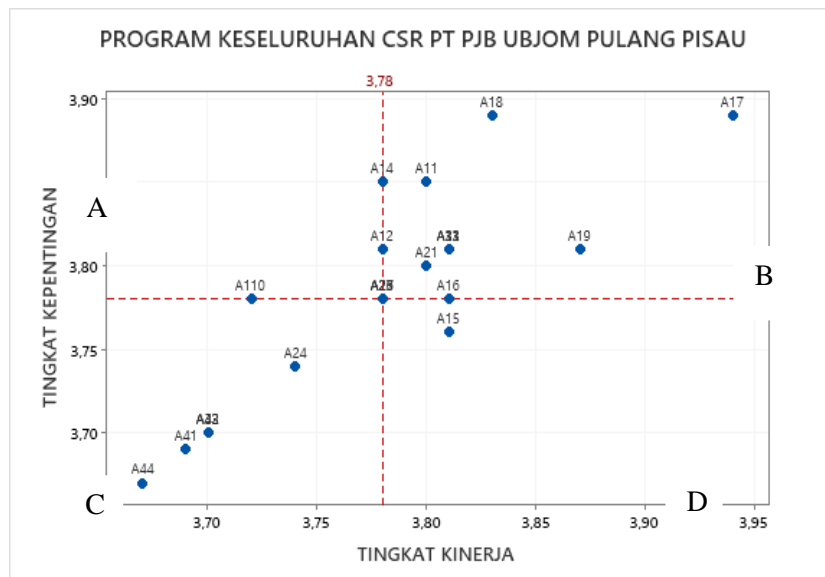
Gambar 6 Karakteristik responden berdasarkan jenis program CSR yang diterima tahun 2021 (PT PJB UBJOM Pulang Pisau)

4.3. Hasil Analisis IPA-IKM PT PJB UNBOM PULANG PISANG

1. ASPEK PROGRAM KESELURUHAN PT PJB UBJOM PULANG PISAU

Evaluasi komparatif dilakukan pada tingkat kepentingan dan kinerja dalam kaitannya dengan Program Keseluruhan PT PJB UBJOM Pulang Pisau. Dalam evaluasi ini, ada 23 atribut yang berkaitan dengan komponen kepuasan. Penyelesaian kuesioner menghasilkan data yang mencakup tiga nilai atribut yaitu tingkat kepentingan, tingkat kinerja, dan tingkat kesesuaian dengan aspek Program CSR Keseluruhan PT PJB UBJOM Pulang Pisau. Atribut ini kemudian dipetakan pada Diagram Tingkat Kinerja Minat dari program CSR, menghasilkan empat kuadran: Kuadran A, Kuadran B, Kuadran C, dan Kuadran D.

Berdasarkan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk setiap atributnya atau komponen kepuasan untuk indikator Program Keseluruhan CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau, secara rata-rata tingkat kesesuaiannya mencapai 100%. Hal ini berarti secara rata-rata untuk Program Keseluruhan, kinerja program CSR selama tahun 2020 yang dirasakan oleh masyarakat sekitar sudah sangat sesuai dengan tingkat kepentingannya. Adapun pemetaan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja program keseluruhan pada setiap kuadran dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7 Diagram IKM untuk aspek Program Keseluruhan (PT PJB UBJOM Pulang Pisau)

1) Kuadran A (*concentrate these*)

Kuadran A merupakan kuadran yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. 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 UBJOM Pulang Pisau belum sesuai dengan ekspektasi masyarakat penerima program. Atribut tersebut adalah :

- a. A12 : Program CSR yang dilakukan sesuai dengan budaya/ kebiasaan dan aturan daerah setempat
- b. A14 : Program CSR tidak mengenakan biaya kepada peserta program bantuan CSR

Atribut pada kuadran A ini menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut pada pelaksanaannya sudah dilakukan sesuai dengan perencanaan program, namun demikian dirasakan oleh masyarakat belum sesuai dengan harapannya. Sehingga diperlukan perbaikan kinerja pada atribut-atribut kuadran A salah satunya seperti pemberian program CSR yang disesuaikan dengan budaya atau kebiasaan dan aturan daerah setempat.

2) Kuadran B (*keep up the goodwork*)

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. Tingkat kinerja atribut-atribut tersebut harus dijaga dan

dipertahankan, untuk menjadikan program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau lebih bermanfaat di masyarakat. 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. A17 : Waktu pelaksanaan program CSR sesuai dengan yang direncanakan
- d. A18 : Program CSR dapat dilanjutkan secara terus menerus
- e. A19 : Setelah pelaksanaan program CSR selalu dilakukan evaluasi
- f. A21 : Program CSR yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat
- g. A22 : Program CSR yang dilakukan dapat berdampak/membantu kemajuan masyarakat
- h. A31 : Manfaat yang dirasakan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan upaya yang dilakukan

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

3) Kuadran B (*keep up the goodwork*)

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. Tingkat kinerja atribut-atribut tersebut harus dijaga dan dipertahankan, untuk menjadikan program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau lebih bermanfaat di masyarakat. 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. A17 : Waktu pelaksanaan program CSR sesuai dengan yang direncanakan
- d. A18 : Program CSR dapat dilanjutkan secara terus menerus
- e. A19 : Setelah pelaksanaan program CSR selalu dilakukan evaluasi
- f. A21 : Program CSR yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat
- g. A22 : Program CSR yang dilakukan dapat berdampak/membantu kemajuan masyarakat
- h. A31 : Manfaat yang dirasakan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan upaya yang dilakukan

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

4) Kuadran C (*low priority*)

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

- a. A110 : Sumberdaya material pada CSR dialokasikan secara merata dan proporsional untuk setiap wilayah
- b. A23 : Bantuan yang diberikan sesuai dengan potensi lingkungan yang ada
- c. A24 : Penanggung jawab/pelaksana program CSR menjalankan tugasnya dengan baik
- d. A25 : Partisipasi atau keterlibatan masyarakat setempat dalam pelaksanaan program CSR
- e. A26 : Keberlanjutan program bantuan CSR dilaksanakan sampai masyarakat berhasil (sejahtera)
- f. A27 : Masyarakat paham dan merasakan manfaat dari program CSR yang dilakukan
- g. A32 : Nilai output yang dihasilkan dari program CSR lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan
- h. A41 : Pelaksanaan program dievaluasi oleh lembaga/pihak luar
- i. A42 : Dilaksanakan pengukuran ketercapaian sasaran dan tujuan program
- j. A43 : Dilaksanakan pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang pelaksanaan program CSR
- k. A44 : Dilakukan studi banding kegiatan ke tempat lain

Atribut-atribut di atas dapat terus dilaksanakan ataupun dikembangkan, walaupun bukan prioritas dalam perbaikannya karena masyarakat menilai tidak terlalu penting. Masyarakat penerima program CSR masih belum merasakan dampak yang berarti dari atribut-atribut tersebut karena kinerjanya masih rendah.

5) Kuadran D

Kuadran D memuat atribut-atribut program keseluruhan yang dianggap kurang penting dalam pelaksanaan program CSR, dan bahkan masyarakat merasakan kinerja atribut

tersebut berlebihan. Atribut pada kuadran ini tingkat kinerjanya lebih tinggi dibandingkan dengan kepentingannya. Oleh sebab atribut-atribut ini tidak lagi menjadi fokus utama sehingga sebaiknya pengelola program memfokuskan pada atribut yang berada pada kuadran A dan B. Pada aspek program keseluruhan ini, atribut yang teridentifikasi berada di kuadran D adalah sebagai berikut:

- a. A15 : Kecepatan waktu pengajuan program CSR sampai realisasi program
- b. A16 : Kesesuaian jadwal pendampingan dengan pelaksanaan program bantuan CSR

Atribut-atribut yang berada pada kuadran D ini dapat dihilangkan ataupun dikurangi kinerjanya sesuai dengan kebutuhan masyarakat penerima program dan sumberdaya yang dimiliki PT PJB.

2. ASPEK MANAJEMEN PROGRAM PT PJB UBJOM PULANG PISAU

Dalam aspek Manajemen Program, evaluasi berkaitan dengan tingkat keselarasan antara manajemen program yang dilakukan oleh manajemen (manajer program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau) dan kepentingan atau persepsi masyarakat yang mendapat manfaat dari program tersebut. Tingkat tingkat kinerja dan tingkat signifikansi dalam karakteristik Manajemen Program digambarkan secara grafis dalam Diagram Tingkat Minat-Kinerja. Nilai-nilai setiap atribut Manajemen Program dapat dilihat pada 2.

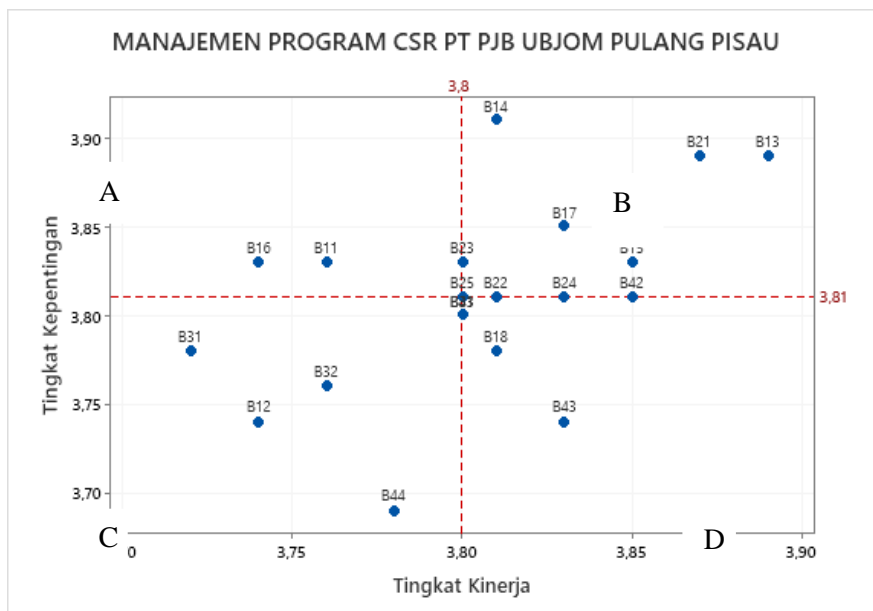
Tabel 1 Nilai atribut IKM manajemen program PT PJB UBJOM Pulang Pisau

No	Kode	Keterangan	Tingkat		Tingkat Kesesuaian
			Keperntingan	Kinerja	
1	B11	Pelaksana program CSR memberikan informasi yang jelas (tujuan kegiatan, waktu, tempat, dan sumber daya) program	3,83	3,76	98%
2	B12	Keterbukaan informasi mengenai prosedur pelayanan program bantuan CSR	3,74	3,74	100%
3	B13	Pelaksana program CSR melayani dengan ramah dan sopan	3,89	3,89	100%
4	B14	Pelaksana program CSR memberikan kepedulian kepada masyarakat	3,91	3,81	98%
5	B15	Kegiatan CSR berjalan lancar dan tepat waktu	3,83	3,85	100%
6	B16	Ketepatan waktu petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR sesuai waktu yang ditentukan	3,83	3,74	98%

No	Kode	Keterangan	Tingkat		Tingkat Kesesuaian
			Keperentingan	Kinerja	
7	B17	Pelaksana kegiatan berperan aktif, berkomitmen dan siap membantu masyarakat dalam kegiatan	3,85	3,83	100%
8	B18	Alat bantu, peraga, dokumen dan sumberdaya lainnya yang disediakan sudah sesuai, optimal dan cukup	3,78	3,81	101%
9	B21	Kemampuan petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR dengan baik	3,89	3,87	100%
10	B22	Kemampuan petugas/pendamping dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti peserta program	3,81	3,81	100%
11	B23	Pengetahuan dan keterampilan petugas/pelaksana/pendamping dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat	3,83	3,80	99%
12	B24	Tujuan kegiatan dapat terukur dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan pelaksana	3,81	3,83	100%
13	B25	Keterlibatan pihak lain (Kementerian, Pemda, PT, LSM, dll) dalam pelaksanaan program CSR	3,81	3,80	100%
14	B31	Kesederhanaan dan kemudahan dalam mengelola dan memenuhi target serta tujuan program CSR	3,78	3,72	99%
15	B32	Manfaat jangka pendek dan jangka panjang dirasakan organisasi dan masyarakat	3,76	3,76	100%
16	B33	Manfaat kegiatan dirasakan maksimal dan terukur dibandingkan sumberdaya yang dikeluarkan	3,80	3,80	100%
17	B41	Organisasi pelaksana kegiatan dimonitor dan dievaluasi secara berkala oleh pihak luar	3,80	3,80	100%
18	B42	Adanya pengukuran ketercapaian kinerja pelaksana/pendamping program CSR sesuai dengan tujuan perusahaan	3,81	3,85	101%
19	B43	Adanya pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang kinerja pelaksana program CSR	3,74	3,83	102%
20	B44	Adanya umpan balik dari masyarakat terhadap kinerja	3,69	3,78	103%

No	Kode	Keterangan	Tingkat		Tingkat Kesesuaian
			Keperntingan	Kinerja	
		pelaksana/pendamping program CSR			
Rata-Rata			3,81	3,80	100%

Berdasarkan tabel di atas, tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk setiap atribut aspek Manajemen Program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau tahun 2021, secara rata-rata adalah 100%. Pencapaian ini mengindikasikan bahwa tingkat kinerja program CSR sudah sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan masyarakat penerima program. Hasil pemetaan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja manajemen program PT PJB UBJOM Pulang Pisau pada setiap kuadran IPA dapat dilihat pada **Error! Reference source not found.**



Gambar 8 Diagram IKM untuk aspek Manajemen Program (PT PJB UBJOM Pulang Pisau)

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 UBJOM Pulang Pisau belum sesuai atau masih kurang. Kuadran ini adalah kuadran yang merupakan prioritas utama, di mana atribut-atribut pada kuadran ini harus mendapatkan prioritas untuk ditingkatkan kinerja atau kepuasannya. Atribut tersebut adalah :

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

- b. B16 : Ketepatan waktu petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR sesuai waktu yang ditentukan
- c. B23 : Pengetahuan dan keterampilan petugas/pelaksana/pendamping dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat
- d. B25 : Keterlibatan pihak lain (Kementerian, Pemda, PT, LSM, dll) dalam pelaksanaan program CSR

Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja atribut pada kuadran A diantaranya adalah petugas pelaksana harus dapat memberikan informasi yang jelas terkait program; pelaksanaan program sesuai waktu yang ditentukan; perlu adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan petugas dalam memberikan pelayanan pada masyarakat; serta perlu melibatkan pihak lain dalam melaksanakan atau mendukung program CSR yang dilaksanakan.

2) Kuadran B

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. Sehingga, tingkat kinerja atribut-atribut tersebut harus dijaga dan dipertahankan, untuk menjadikan program CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau lebih bermanfaat di masyarakat. Atribut yang termasuk kedalam kuadran B pada program CSR sebagai berikut:

- a. B13 : Pelaksana program CSR melayani dengan ramah dan sopan
- b. B14 : Pelaksana program CSR memberikan kepedulian kepada masyarakat
- c. B15 : Kegiatan CSR berjalan lancar dan tepat waktu
- d. B17 : Pelaksana kegiatan berperan aktif, berkomitmen dan siap membantu masyarakat dalam kegiatan
- e. B21 : Kemampuan petugas/pendamping dalam melaksanakan program CSR dengan baik
- f. B22 : Kemampuan petugas/pendamping dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti peserta program
- g. B24 : Tujuan kegiatan dapat terukur dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan pelaksana
- h. B42 : Adanya pengukuran ketercapaian kinerja pelaksana/pendamping program CSR sesuai dengan tujuan perusahaan

3) Kuadran C

Kuadran C berisi atribut-atribut pada manajemen program yang dianggap kurang penting oleh masyarakat dan pada kenyataannya kinerja pihak PT PJB UBJOM Pulang Pisau dinilai biasa saja. Atribut-atribut yang memiliki prioritas rendah tersebut adalah:

- a. B12 : Keterbukaan informasi mengenai prosedur pelayanan program bantuan CSR
- b. B31 : Kesederhanaan dan kemudahan dalam mengelola dan memenuhi target serta tujuan program CSR
- c. B32 : Manfaat jangka pendek dan jangka panjang dirasakan organisasi dan masyarakat
- d. B33 : Manfaat kegiatan dirasakan maksimal dan terukur dibandingkan sumberdaya yang dikeluarkan
- e. B41 : Organisasi pelaksana kegiatan dimonitor dan dievaluasi secara berkala oleh pihak luar
- f. B44 : Adanya umpan balik dari masyarakat terhadap kinerja pelaksana/ pendamping program CSR

Seperti halnya atribut pada aspek Program Keseluruhan, atribut pada aspek Manajemen Program di kuadran C juga bukan prioritas untuk diperbaiki dan perlu pertimbangan yang lebih matang jika tetap dilaksanakan. Hal ini dikarenakan masyarakat belum merasakan pentingnya atribut-atribut yang berada pada kuadran ini.

4) Kuadran D (*possible overskill*)

Kuadran D memuat atribut-atribut Manajemen Program yang dianggap kurang penting dalam pelaksanaan program CSR, namun masyarakat merasakan kinerja atribut tersebut berlebihan. Atribut pada kuadran ini tingkat kinerjanya lebih tinggi dibandingkan dengan kepentingannya. Pada aspek Manajemen Program ini, atribut yang teridentifikasi berada di kuadran D adalah sebagai berikut:

- a. B18 : Alat bantu, peraga, dokumen dan sumberdaya lainnya yang disediakan sudah sesuai, optimal dan cukup
- b. B43 : Adanya pengukuran tingkat kepuasan dan ketidakpuasan masyarakat tentang kinerja pelaksana program CSR

1. ASPEK PELAYANAN DAN PENYALURAN PT PJB UBJOM PULANG PISAU

Kriteria ketiga dalam menilai indeks kepuasan masyarakat adalah kriteria terhadap aspek atribut Pelayanan dan Penyaluran Program CSR oleh PT PJB UP Muara Karang kepada masyarakat. Evaluasi terhadap Pelayanan dan Penyaluran pada program CSR mencakup

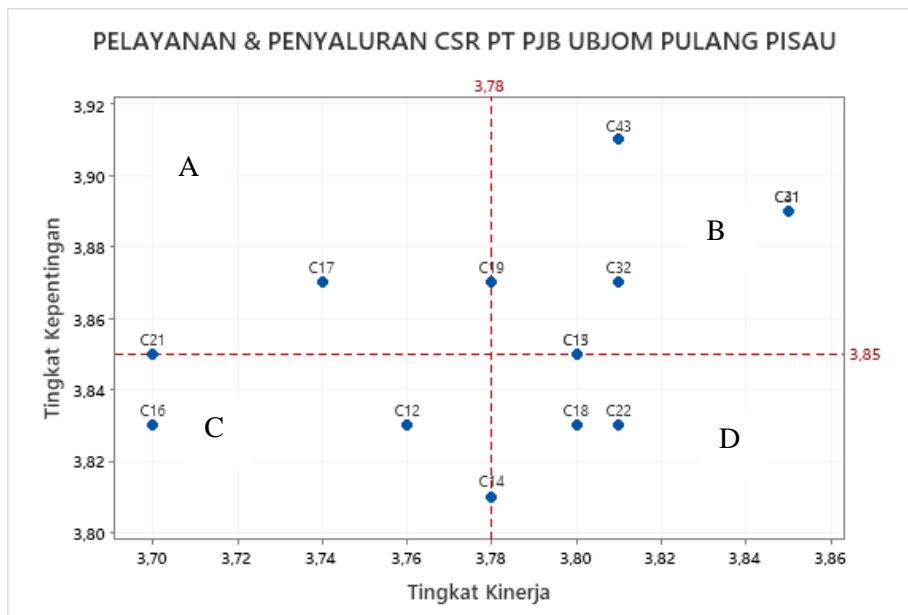
kejelasan metode pelayanan CDO pada masyarakat dan proses implementasi program CSR yang dilakukan. Pada aspek ini, terdapat 16 atribut komponen kepuasan. Berdasarkan hasil pengolahan data dari pengisian kuesioner (Tabel 3), diperoleh tiga nilai atribut, antara lain tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan tingkat kesesuaian aspek Pelayanan dan Penyaluran CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau.

Tabel 2 Nilai atribut IKM aspek Pelayanan dan Penyaluran PT PJB UBJOM Pulang Pisau

No	Kode	Keterangan	Tingkat		Tingkat Kesesuaian
			Keperentingan	Kinerja	
1	C11	Kemampuan bagian CSR PT PJB memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat	3,83	3,72	97%
2	C12	Bagian CSR PT PJB cepat tanggap dalam memberikan pelayanan	3,83	3,76	98%
3	C13	Bagian CSR PT PJB bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas.	3,85	3,80	99%
4	C14	Pihak lain yang terlibat bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas	3,81	3,78	99%
5	C15	Kesamaan perlakuan dalam mendapatkan pelayanan program bantuan CSR PT PJB	3,85	3,80	99%
6	C16	Kelengkapan fasilitas pendukung pelaksanaan program CSR PT PJB	3,83	3,70	97%
7	C17	Kemudahan mencapai kantor UP PT PJB & Kantor layanan terkait	3,87	3,74	97%
8	C18	Kenyamanan lingkungan tempat kegiatan pendampingan program bantuan CSR PT PJB	3,83	3,80	99%
9	C19	Keamanan lingkungan tempat pelaksanaan pendampingan program bantuan CSR PT PJB	3,87	3,78	98%
10	C21	Kejelasan alur dalam prosedur pelayanan dan penyaluran program bantuan CSR PT PJB	3,85	3,70	96%
11	C22	Ketepatan penyelesaian masalah yang diberikan kepada masyarakat terkait penyaluran dan pelayanan yang terjadi	3,83	3,81	100%
12	C31	Kesesuaian antara tujuan program CSR dengan pelaksanaannya dalam hal pelayanan/penyaluran	3,89	3,85	99%
13	C32	Kesesuaian cara, jadwal pelayanan dan penyaluran program CSR yang direncanakan dengan pelaksanaannya	3,87	3,81	99%
14	C41	PT PJB telah memiliki program	3,89	3,85	99%

No	Kode	Keterangan	Tingkat		Tingkat Kesesuaian
			Kepentingan	Kinerja	
		monitoring dalam pelayanan dan penyaluran program CSR			
15	C42	Personil yang memantau pelayanan dan penyaluran program mempunyai kemampuan yang sesuai	3,83	3,72	97%
16	C43	Bantuan yang disalurkan dalam program CSR telah disesuaikan dengan standar yang dibutuhkan	3,91	3,81	98%
Rata-rata			3,85	3,78	98%

Evaluasi Layanan dan Distribusi merupakan aspek ketiga yang harus dinilai. Berdasarkan hasil ditetapkan bahwa, rata-rata, ada korelasi 98% antara tingkat kinerja dan tingkat signifikansi untuk setiap atribut. Akibatnya, tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh program CSR PJB UBJOM Pulang Knieu dalam kaitannya dengan aspek Layanan dan Distribusi dinilai memadai sesuai dengan tingkat kepentingannya. Namun demikian, peningkatan dalam kinerja atribut tertentu diperlukan untuk mencapai tingkat kesesuaian tertinggi. Adapun diagram Tingkat Kepentingan-Kinerja terhadap pelayanan penyaluran CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9 Diagram IKM untuk aspek Pelayanan dan Penyaluran (PT PJB UBJOM Pulang Pisau)

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 UBJOM Pulang Pisau belum sesuai atau masih kurang. Kuadran ini adalah kuadran yang merupakan prioritas utama, di mana atribut-atribut pada kuadran ini harus mendapatkan prioritas untuk ditingkatkan kinerja atau kepuasannya. Atribut tersebut adalah :

- a. C17 : Kemudahan mencapai kantor UP PT PJB & Kantor layanan terkait
- b. C19 : Keamanan lingkungan tempat pelaksanaan pendampingan program bantuan CSR PT PJB
- c. C21 : Kejelasan alur dalam prosedur pelayanan dan penyaluran program bantuan CSR PT PJB

Selama ini penyaluran dan pelayanan yang dilakukan oleh pihak PT PJB UBJOM Pulang Pisau sudah dilakukan dengan maksimal. Namun demikian, ketidaksesuaian atribut C17, C19 dan C21 pada kuadran A, bukan merupakan hal yang menjadi kendala besar, namun jika atribut-atribut tersebut tidak diperbaiki, maka akan menurunkan tingkat kepercayaan dari masyarakat terhadap program CSR PT PJB PJB UBJOM Pulang Pisau.

2) Kuadran B (*keep up the good work*)

Atribut-atribut kuadran B pada pelayanan dan penyaluran merupakan atribut yang dianggap penting oleh masyarakat, dan kinerjanya telah sesuai dengan yang diharapkan sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Harapan dari perusahaan adalah program CSR yang dilaksanakan tetap baik dan unggul di mata masyarakat. Untuk itu kinerja atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini sebaiknya tetap dipertahankan.

Adapun atribut-atribut tersebut adalah sebagai berikut :

- a. C31 : Kesesuaian antara tujuan program CSR dengan pelaksanaannya dalam hal pelayanan/penyaluran
- 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

3) Kuadran C (*low priority*)

Atribut-atribut pada kuadran C dalam pelayanan dan penyaluran merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh masyarakat, dan pada kenyataannya pihak PT PJB UBJOM

Pulang Pisau juga belum melakukan kinerjanya dengan maksimal. Sehingga atribut pada kuadran ini termasuk pada kategori prioritas rendah untuk diperhatikan. Beberapa 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
- c. C14 : Pihak lain yang terlibat bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas
- d. C16 : Kelengkapan fasilitas pendukung pelaksanaan program CSR PT PJB
- e. C42 : Personil yang memantau pelayanan dan penyaluran program mempunyai kemampuan yang sesuai

Atribut pada pelayanan dan penyaluran di atas dapat terus dilaksanakan dengan pertimbangan yang lebih matang. Hal ini dikarenakan masyarakat belum merasakan kepentingan dan manfaat yang signifikan dari pelaksanaan atribut tersebut.

4) Kuadran D (*possible overkill*)

Atribut pada kuadran ini dinilai responden kurang penting, namun dalam pelaksanaannya dinilai berkinerja bagus bahkan sangat memuaskan. Atribut-atribut dalam kuadran ini disarankan untuk dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya dan lebih memfokuskan untuk berkinerja baik pada variabel yang memiliki tingkat kepentingan tinggi. Pada pelayanan dan penyaluran program CSR, atribut yang teridentifikasi pada kuadran D sebagai berikut :

- a. C13 : Bagian CSR PT PJB bersedia menangani keluhan masyarakat hingga tuntas
- b. C15 : Kesamaan perlakuan dalam mendapatkan pelayanan program bantuan CSR PT PJB
- c. C18 : Kenyamanan lingkungan tempat kegiatan pendampingan program bantuan CSR PT PJB
- d. C22 : Ketepatan penyelesaian masalah yang diberikan kepada masyarakat terkait penyaluran dan pelayanan yang terjadi

Pada kuadran D atribut-atribut tersebut memiliki kinerja yang melampaui harapan masyarakat, sehingga perusahaan tidak perlu melakukan upaya berlebihan untuk peningkatan kinerja atribut tersebut, namun pelaksanaannya tetap diberikan sesuai kebutuhan masyarakat penerima program.

Hasil Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) PT PJB UBJOM Pulang Pisau

Berdasarkan hasil perhitungan, kami memperoleh nilai IKM untuk pelaksanaan inisiatif CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau pada tahun 2021, sebesar 94,69%. Nilai ini telah menyaksikan peningkatan dibandingkan dengan inisiatif CSR pada tahun 2020 dengan IKM sebesar 94,41%. Secara garis besar, Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) selama dua tahun terakhir masih berada di bawah klasifikasi “**sangat memuaskan**” dalam hal memenuhi kebutuhan masyarakat. Intinya, angka ini menunjukkan bahwa masyarakat sangat puas dengan keseluruhan program, pengelolaan program, pelayanan, dan diseminasi upaya yang efektif dan berkualitas yang dilakukan oleh CSR PT PJB UBJOM Pulang Pisau. 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

1. Tingkat kepuasan masyarakat dengan pelaksanaan inisiatif CSR yang dilakukan oleh PT PJB UBJOM Pulang Pisau pada tahun 2021, yang meliputi program yang komprehensif, manajemen program, dan pelayanan serta distribusi, sangat memuaskan, sebagaimana ditunjukkan oleh Indeks IKM sebesar 94,69%. Angka ini menunjukkan augmentasi dibandingkan dengan nilai IKM sebesar 94,41% yang diamati pada tahun 2020.
2. Beberapa aspek memerlukan peningkatan dalam keseluruhan program, seperti penyediaan program yang dibuat khusus yang selaras dengan adat istiadat, budaya, dan peraturan daerah setempat. Berkenaan dengan manajemen program, personel yang bertanggung jawab untuk pelaksanaan harus mampu memberikan informasi yang jelas yang berkaitan dengan program, mematuhi jadwal yang telah ditentukan, menambah pengetahuan dan keahlian petugas yang terlibat dalam pengabdian masyarakat, dan melibatkan pemangku kepentingan eksternal dalam pelaksanaan atau dukungan inisiatif CSR. Sebaliknya, di bidang distribusi dan pelayanan, ada kebutuhan untuk menjelaskan alur prosedural yang mengatur penyediaan layanan dan distribusi program bantuan CSR PT PJB.

5.2. Rekomendasi

1. Perlunya dilakukan evaluasi terhadap program yang telah dilaksanakan agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat
2. Perlunya peningkatan pengetahuan dan keterampilan petugas CSR agar dapat memberikan pelayanan terbaik.
3. Perlunya kejelasan alur serta prosedur pelayanan dan penyaluran program bantuan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiardjo, P. M. (2007). *Dasar Dasar Ilmu Politik*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Understanding the Marketplace and Consumers. *Principles of Marketing 12e*, 140.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*.
https://books.google.co.id/books?id=ZW2u5LOmbs4C&hl=id&source=gbs_similarbooks
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Rangkuti, F. (2003). *Business plan: teknik membuat perencanaan bisnis dan analisis kasus*.
https://books.google.co.id/books/about/Business_plan.html?id=FPqDaLPUK8QC&redir_esc=y
- Setiawan, B., Suparno, B. A., & Afifi, S. (2021). Corporate social performance: An analysis of corporate social responsibility implementation in the electrical energy industry. *Communications in Humanities and Social Sciences*, 1(2), 76–81.
<https://doi.org/10.21924/chss.1.2.2021.19>
- Tjiptono, F. (2016). *Service , Quality & Satisfaction*. March, 4–5.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR Corporate Social Responsibility*.
http://catalog.danlevlibrary.net//index.php?p=show_detail&id=6297
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services Marketing People, Technology, Strategy, Ninth Edition. In *Services Marketing: People, Technology, Strategy, Ninth Edition* (Issue November 2021). <https://doi.org/10.1142/y0024>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*.
https://books.google.co.id/books/about/Delivering_Quality_Service.html?id=RWPMYP7-sN8C&redir_esc=y