

TINGKAT KEPUASAN KELOMPOK MASYARAKAT ALAM TANI TERHADAP PROGRAM CSR PT KILANG PERTAMINA INTERNASIONAL UNIT DUMAI

Syauqiy Ridlo Robbiy¹, Iwed Mulyani², Mukhammad Fatkhullah³

^{1,2}Departemen Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan, Universitas Gadjah Mada - Yogyakarta

³Departemen Communication, Relation & CSR, PT Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai - Kota Dumai

Corresponding Author: syauqiyridho@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja sosial perusahaan tahun 2022. Unit analisis penelitian ini adalah penerima program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai (KPI RU II Dumai), yaitu Kelompok Masyarakat Alam Tani. Peneliti menggunakan pedoman PERMENPANRB (Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi) dalam menyusun indikator untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat. Tanggapan yang terkumpul kemudian ditabulasikan dan dianalisis dengan menggunakan metode analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap program CSR KPI RU II Dumai pada 12 responden adalah 3,42, atau 85,5 setelah konversi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan masyarakat terhadap Program CSR “Pemberdayaan Masyarakat Petani Lahan Gambut” tahun 2022 adalah “Sangat Baik”, dengan predikat “A”. Berdasarkan data dari 14 unsur yang diolah, skor terendah untuk tanggapan masukan dan saran dari masyarakat adalah 2,8 atau 70,8 setelah konversi, dengan nilai “B”. Untuk meningkatkan kinerja sosial perusahaan, KPI RU II Dumai perlu lebih terbuka dalam menerima saran dan rekomendasi dari masyarakat terkait pengembangan program CSR.

Kata Kunci: Masyarakat, Corporate Social Responsibility, Pemberdayaan

ABSTRACT

This study aims to measure the level of community satisfaction towards the company's social performance in 2022. The unit of analysis for this research is the recipient of the Corporate Social Responsibility (CSR) program of PT Kilang Pertamina Internasional Dumai Unit (KPI RU II Dumai), namely Kelompok Masyarakat Alam Tani. Researchers use the PERMENPANRB (Ministry of State Apparatus and Bureaucratic Reform) guidelines in compiling indicators to determine the level of community satisfaction. The responses collected were then tabulated and analyzed using descriptive statistical analysis methods. The results showed that the Community Satisfaction Index for the KPI RU II Dumai CSR program through 12 respondents was 3.42, or 85.5 after conversion. These results indicate that the level of community satisfaction with the CSR Program "Empowerment of Peatland Farmers Communities" in 2022 is "Outstanding", with an "A" grade. Based on the 14 indicators analyzed, the lowest score for the response to input and suggestions from the community was 2.8 or 70.8 after conversion, with a "B" grade. To improve corporate social performance, KPI RU II Dumai needs to be more open in accepting suggestions and recommendations from the community regarding the development of CSR programs.

Keywords: Community, Corporate Social Responsibility, Community

PENDAHULUAN

Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan inisiatif untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kondisi lingkungan di wilayah pengembangan perusahaan, termasuk aspek sosial dan kesejahteraan masyarakat. (Samer, Rawan, & Omar, 2018). Oleh karena itu, program CSR yang dirancang oleh perusahaan pada umumnya terkait dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat rentan (Fatkhullah, Habib, & Nisa, 2022).

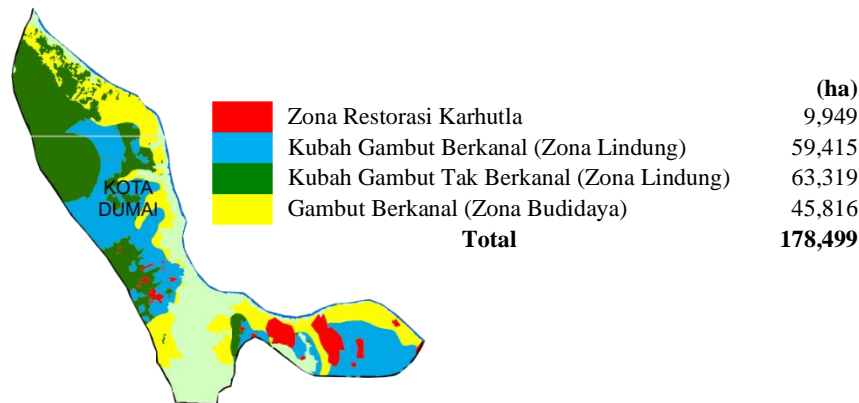
Sebagai perusahaan multinasional yang bervisi global, KPI RU II Dumai bertujuan untuk membangun hubungan bisnis yang harmonis dan kondusif dengan pemangku kepentingan serta berperan besar dalam meningkatkan Indeks Pembangunan Manusia (Mukherjee & Reed, 2004). Hal ini dilakukan dengan menyelaraskan program CSR dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Shayan, Mohabbati-Kalejahi, Alavi, & Zahed, 2022) sebagai standar praktik yang ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) untuk memberantas kemiskinan (Jakunskien, 2021).

Program CSR KPI RU II Dumai telah disesuaikan dengan potensi lokal. Hal ini tercermin dalam tahap perencanaan yang melibatkan masyarakat dan pemerintah setempat. Pelibatan ini bertujuan agar pelaksanaan program CSR dapat tepat sasaran dan berdampak positif bagi masyarakat yang tinggal di wilayah pengembangan perusahaan. Karena program CSR telah dilakukan dalam beberapa tahun terakhir, perlu dilakukan evaluasi terhadap tahapan-tahapannya (Fatima & Elbanna, 2022), sehingga upaya peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan.

Pelaksanaan program CSR KPI RU II Dumai bertujuan untuk memastikan kebutuhan para pemangku kepentingan dapat terpenuhi, terutama masyarakat yang tinggal di wilayah pengembangan perusahaan. Sehingga program CSR yang dilakukan oleh perusahaan memberikan dampak positif dan tidak langsung kepada masyarakat. Selain Indeks Pembangunan Manusia, tolak ukur lain yang sering digunakan untuk mengukur dampak program adalah Indeks Kepuasan Masyarakat (Fatkhullah, Robbiy, & Mulyani, 2023).

Kata kepuasan berasal dari bahasa latin "satis" yang berarti cukup baik dan "facio" yang berarti melakukan atau membuat. Secara umum kepuasan adalah kesenangan atau kekecewaan seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja atau hasil dengan harapan masyarakat (Tjiptono & Chandra, 2011). Masyarakat akan merasa tidak puas jika kinerja CSR perusahaan di bawah harapan. Sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, orang akan merasa puas (Kotler & Keller, 2007).

Program pemberdayaan petani lahan gambut merupakan salah satu komitmen KPI RU II Dumai dalam meningkatkan kesejahteraan petani, mendukung upaya pertanian berkelanjutan, serta memastikan ketahanan pangan baik di tingkat lokal maupun nasional (Fatkhullah, Mulyani, & Imawan, 2021). Program ini dilatarbelakangi oleh kerusakan ekosistem gambut yang terjadi beberapa dekade terakhir, sehingga membuat potensi lahan gambut tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Apalagi, Kota Dumai memiliki hamparan gambut seluas 178,499 hektare dengan 9,949 diantaranya termasuk zona gambut yang bisa dibidang kritis.



Gambar 1. Peta sebaran lahan gambut di Kota Dumai (Badan Restorasi Gambut, 2017)

Dengan begitu, program CSR KPI RU II Dumai diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dari masyarakat yang hidup di lahan gambut, dengan mengembangkan potensi lahan gambut seluas 45,816 yang teredia untuk diolah di Kota Dumai, sehingga memiliki nilai ekonomi melalui metode pengelolaan yang berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan masyarakat terhadap program CSR PT Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai (KPI RU II Dumai) pada tahun 2022, yaitu pemberdayaan masyarakat petani lahan gambut. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan baik bagi akademisi maupun para praktisi dalam melakukan evaluasi sehingga memberikan kontribusi bagi perbaikan dan pengembangan program CSR pada umumnya dan KPI RU II Dumai pada khususnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Objek kajian Indeks Kepuasan Masyarakat adalah masyarakat penerima manfaat program CSR perusahaan, yaitu anggota Kelompok Masyarakat Alam Tani, seperti yang terlihat pada tabel 1. Data yang telah terkumpul selanjutnya disajikan dalam bentuk angka (Sugiyono, Metode Penelitian KOMBINASI (Mixed Methods), 2011), tabel, dan dideskripsikan berdasarkan kerangka kerja (Diniati, Rafikasari, Habib, & Fahmi, 2021). Dalam pengertian ini, data dikategorikan berdasarkan beberapa indikator yang telah ditentukan. Sumber data dalam penelitian ini mengacu pada sumber dimana data dapat diperoleh (Arikunto, 2011), yang terdiri dari data primer berupa kuesioner yang telah diisi dan data sekunder berupa laporan perusahaan. Data sekunder ini digunakan untuk memperkaya dan memperdalam analisis data (Serra, Martins, & Cunha, 2018). Untuk memperoleh data yang dimaksud, peneliti menggunakan penelitian survei (Creswell, 2014).

Tabel 1. Daftar Responden Pengukuran Tingkat Kepuasan Masyarakat

No	Nama	Status	Telepon	Bergabung
1	Maiyudi	Ketua	081378*****	2020
2	Afrizal Tambunan	Bendahara	082283*****	2019
3	Lesli Sulasti M	Anggota	081268*****	2019
4	Roma Indra	Anggota	081276*****	2020
5	Zahidi Maulana I	Anggota	082286*****	2021
6	Bona Manik	Anggota	081371*****	2019
7	Ruby Ruthy H	Anggota	081374*****	2021
8	Halimatus Sadiyah	Anggota	085365*****	2021
9	Jusmaniar	Anggota	082283*****	2021
10	Rosdiana	Anggota	085274*****	2022
11	Nafsiyah Sirait	Anggota	082384*****	2021
12	Mulyadi Fauzi	Anggota	082384*****	2021

Sumber: KPI RU II Dumai (2022)

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat penerima manfaat program CSR KPI RU II Dumai. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive* sampling. Teknik ini melakukan pengambilan sampel dengan menentukan kriteria tertentu (Sugiyono, 2008). Pengambilan sampel purposif, juga dikenal sebagai sampel penilaian atau pakar, adalah sampel non-probabilitas (Fauzy, 2019).

Beberapa instrumen umumnya digunakan dalam analisis kepuasan masyarakat. Instrumen dalam penelitian ini mengacu pada survei kepuasan yang diatur oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PERMENPANRB) No. 14 Tahun 2017 yang memuat 9 elemen sebagai indikator penilaian, antara lain (1) persyaratan; (2) sistem; mekanisme dan prosedur; (3) waktu penyelesaian; (4) bea/tarif; (5) spesifikasi produk dan layanan; (6) kompetensi pelaksana; (7) perilaku pelaksana; (8) penanganan pengaduan, saran dan masukan; dan (9) sarana dan prasarana. Namun 9 indikator penilaian yang tercantum dalam PERMENPANRB belum mampu menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan 9 unsur tersebut hanya mencakup nilai-nilai dalam lingkup pelayanan publik. Unsur-unsur tersebut kemudian dikembangkan menjadi 14 indikator yang sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengukur kepuasan masyarakat terhadap program CSR KPI RU II Dumai (Mulyani, Raditya, & Fatkhullah, 2021), yang terdiri dari (1) kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat; (2) persyaratan administratif untuk mengakses dana CSR; (3) keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan; (4) akses dan kejelasan informasi terkait program CSR; (5) kontribusi program dalam memecahkan masalah masyarakat; (6) kesesuaian pelaksanaan dengan rencana awal; (7) ketepatan pelaksanaan sesuai jadwal; (8) jumlah pembiayaan program; (9) kapasitas fasilitator dalam pendampingan; (10) tanggapan perusahaan terhadap saran dan masukan dari masyarakat; (11) fasilitas yang diberikan melalui program; (12) penjangkauan terhadap kelompok rentan; (13) dampak program terhadap keberlanjutan masyarakat; dan (14) kemampuan masyarakat untuk mandiri di masa mendatang.

Pengembangan indikator penilaian penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif. Selain itu, indikator tersebut telah disesuaikan dengan kerangka tahapan organisasi yang meliputi tahapan perencanaan (input), pelaksanaan (proses), dan hasil (output). (Hendrawan & Purnaningsih, 2009). Pada bagian hasil (output), ditambahkan satu pertanyaan deskriptif untuk menangkap aspirasi masyarakat terhadap pengembangan program CSR ke depan.

Kuesioner yang diisi oleh responden kemudian ditabulasi dan dianalisis dengan menggunakan metode statistik deskriptif. Analisis bertujuan untuk memberikan gambaran secara keseluruhan tentang tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR KPI RU II Dumai. Pengolahan data menggunakan model sesuai pedoman PERMENPANRB. Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat/*Satisfaction Measurement Index* (SMI) ditentukan dengan membandingkan hasil rata-rata setiap indikator dengan nilai bobot menurut rumus berikut:

$$X \text{ average value} = \frac{\text{value of indicator}}{\text{number of indicator}} = \frac{1}{14} = 0,071$$

Sedangkan untuk mendapatkan nilai SMI digunakan pendekatan nilai rata-rata dengan rumus berikut:

$$SMI = \sum(\text{average value} \times 0.071)$$

Untuk mendapatkan nilai SMI yang berkisar antara 25–100, maka SMI yang telah dihitung kemudian dikalikan dengan nilai dasar 25 sehingga dapat dikategorikan seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai Interval SMI, Interval Konversi SMI, Nilai CSR, Kategorisasi Kinerja CSR

SMI Interval Value	SMI Conversion	Grade	Performance
1,00 – 1,75	25 – 43,75	D	Sangat Buruk
1,76 – 2,50	43,76 – 62,50	C	Buruk
2,51 – 3,25	62,51 – 81,25	B	Baik
3,26 – 4,00	81,26 – 100,00	A	Sangat Baik

Sumber: PERMENPANRB (2017)

Berdasarkan tabel 2, nilai terbaik berkisar antara 81,26 hingga 100,00 dengan kriteria penilaian “A” dan “Sangat Baik”, sedangkan nilai kualitas “B” berkisar antara 62,5 hingga 81,25 dengan kriteria penilaian “Baik”. Nilai kualitas “C” berkisar antara 42,76 hingga 62,50 dengan kriteria penilaian “Buruk”, sedangkan nilai kualitas “D” berkisar antara 25 hingga 43,75 dengan kriteria penilaian “Buruk”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang berjumlah 12 orang memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Untuk mengetahui karakteristik responden perlu diketahui gambaran umum survei yang dilakukan, seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	Jenis Kelami	Laki- Laki	8	66,67
		Perempuan	4	33,33
2	Usia	≤ 30 tahun	1	8,33
		31 – 40 tahun	11	91,67
3	Tingkat Pendidikan	SD/Sederajat	2	16,67
		SLTP/Sederajat	4	33,33
		SLTA/Sederajat	6	50,00
4	Pekerjaan	Petani	9	75,00
		Wiraswata	1	8,33
		Buruh	2	16,67

Sumber: Kuesioner no. 3-6

Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki dengan perbandingan 2:1. Dari segi usia, rentang usia 31-40 tahun menempati persentase tertinggi (91,67%) setelah rentang usia di bawah 30 (8,33%). Dari segi pendidikan, mayoritas responden adalah lulusan SLTA sederajat (50%), diikuti oleh lulusan SLTP/Sederajat (33,33%) dan lulusan SD/Sederajat (23,00%). Dari segi profesi, mayoritas responden terdiri dari petani (75%), buruh (16,67%), dan wiraswasta (8,33%). Dari gambaran umum tersebut, lebih dari separuh penerima manfaat dari program CSR KPI RU II Dumai adalah kepala keluarga, di mana seluruh anggota keluarga bergantung padanya dan berada pada rentang usia produktif, yaitu 31-40 tahun. Meskipun demikian, kelompok penerima manfaat merupakan kelompok yang berpendidikan relatif rendah. Tidak ada satu pun dari penerima manfaat yang berhasil melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Hal tersebut berimplikasi pada minimnya kemampuan dan terbatasnya kesempatan dalam mengakses pekerjaan (Shahabadi, Nemati, & Hosseinidoust, 2018). Sebagian besar penerima manfaat berprofesi berpenghasilan rendah seperti petani dan buruh (Habib M. A., Nisa, Fatkhullah, Al Ursah, & Budita, 2022). Dengan membantu kepala keluarga, KPI RU II Dumai turut menjaga kelangsungan sistem keluarga (Supriyanto, Razaq, Purwatiningtyas, & Ariyanto, 2022), terutama bagi keluarga yang berasal dari profesi rentan dan terpinggirkan (Permatasari & Sugiharti, 2016).

3.1. Kepuasan Masyarakat terhadap Tahap Perencanaan Program CSR

Kepuasan masyarakat terhadap tahapan perencanaan program CSR KPI RU II Dumai

diukur melalui empat indikator: (1) kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat; (2) persyaratan administratif untuk mengakses dana CSR; (3) keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan; dan (4) kejelasan informasi.

Tabel 4. Kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Sesuai	4	5	42
2	Sesuai	3	5	42
3	Tidak Sesuai	2	2	17
4	Sangat Tidak Sesuai	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 7

Berdasarkan penelitian, tanggapan masyarakat mengenai kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat ditunjukkan pada tabel 4. Sedikitnya 42% responden menilai bahwa program CSR KPI RU II Dumai cukup sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hanya 2 orang atau 17% responden yang menyatakan program CSR KPI RU II Dumai tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hasil tersebut dapat dicapai karena perusahaan merancang program berdasarkan pemetaan sosial. Seperti yang kita ketahui, pemetaan sosial dapat membantu perusahaan untuk memetakan kebutuhan masyarakat (El-Said, Aziz, Mirzaei, & Smith, 2022). Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,3 dengan nilai konversi 81,3.

Tabel 5. Persyaratan untuk mengakses dana CSR

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Mudah	4	5	42
2	Mudah	3	7	58
3	Sulit	2	0	0
4	Sangat Sulit	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 8

Nilai rata-rata yang hampir sama, yaitu 3,2 terdapat pada tanggapan masyarakat mengenai persyaratan akses dana CSR sebagaimana terlihat pada Tabel 5. Sebagian besar responden (58%) menilai persyaratan akses dana CSR KPI RU II Dumai relatif mudah dipenuhi. Analisis indikator ini menunjukkan nilai konversi sebesar 85,4.

Tabel 6. Keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Puas	4	6	50
2	Puas	3	6	50
3	Tidak Puas	2	0	0
4	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 9

Respon masyarakat terhadap pelibatan masyarakat dalam proses perencanaan program CSR ditunjukkan pada tabel 6. Seluruh responden menilai bahwa mereka telah dilibatkan dalam tahap perencanaan program CSR KPI RU II Dumai. Melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan program CSR sangat penting untuk memastikan masyarakat tetap terlibat bahkan ketika perusahaan tidak lagi terlibat (Adema, Muluka, & Oteki, 2016). Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,3 dengan nilai konversi 87,5.

Tabel 7. Akses dan kejelasan informasi terkait program CSR

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Puas	4	5	42
2	Puas	3	6	50
3	Tidak Puas	2	1	8
4	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 10

Untuk kejelasan informasi, tanggapan masyarakat dapat dilihat pada tabel 7. Mayoritas responden (92%) menilai bahwa informasi yang disampaikan perusahaan terkait program CSR cukup jelas dan relatif mudah diakses. Hanya 1 orang atau sekitar 8% dari penerima manfaat yang mendapatkan informasi yang kurang jelas, atau sulit untuk mengaksesnya. Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,5, dengan nilai konversi 83,3.

3.2. Kepuasan Masyarakat terhadap Tahap Implementasi Program CSR

Kepuasan masyarakat terhadap tahapan implementasi program CSR KPI RU II Dumai diukur melalui tujuh indikator, yaitu: (1) kontribusi program terhadap penyelesaian permasalahan masyarakat; (2) kesesuaian pelaksanaan dengan rencana awal; (3) ketepatan waktu pelaksanaan program; (4) jumlah pembiayaan program; (5) kapasitas fasilitator dalam pendampingan; (6) tanggapan perusahaan terhadap saran dan masukan dari masyarakat; dan (7) sarana atau prasarana yang disediakan untuk mendukung pelaksanaan program.

Tabel 8. Kontribusi program untuk memecahkan masalah masyarakat

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Signifikan	4	6	50
2	Signifikan	3	6	50
3	Tidak Signifikan	2	0	0
4	Sangat Tidak Signifikan	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 11

Berdasarkan penelitian, tanggapan masyarakat terhadap program tersebut dapat mengatasi permasalahan sosial ditunjukkan pada tabel 8. Seluruh responden menjawab bahwa program CSR KPI RU II Dumai mampu mengatasi permasalahan sosial masyarakat. Hasil tersebut dapat dicapai karena perusahaan merancang program berdasarkan pemetaan sosial. Seperti yang kita ketahui, social mapping dapat membantu perusahaan memetakan berbagai permasalahan masyarakat sehingga program CSR yang dirancang dapat sekaligus menyelesaikan permasalahan tersebut (El-Said, Aziz, Mirzaei, & Smith, 2022). Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,5, dengan nilai konversi 87,5.

Tabel 9. Kesesuaian pelaksanaan program dengan rencana awal

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Sesuai	4	6	50
2	Sesuai	3	6	50
3	Tidak Sesuai	2	0	0
4	Sangat Tidak Sesuai	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 12

Dalam konteks kesesuaian implementasi dengan desain awal, tanggapan masyarakat yang ditunjukkan pada tabel 9 juga serupa dengan poin pertanyaan sebelumnya. Seluruh responden menganggap pelaksanaan CSR KPI RU II Dumai sesuai dengan desain awal. Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,5, dengan nilai konversi 87,5.

Tabel 10. Ketepatan pelaksanaan sesuai jadwal

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Tepat	4	10	83
2	Tepat	3	1	8
3	Tidak Tepat	2	0	0
4	Sangat Tidak Tepat	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 13

Untuk ketepatan waktu pelaksanaan berdasarkan jadwal, respon masyarakat ditunjukkan pada tabel 10. Sebagian besar responden (83%) menilai KPI RU II Dumai sangat patuh dengan jadwal dalam melaksanakan program CSR. Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,8, dengan nilai konversi 93,8.

Tabel 11. Besaran dana program

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Sesuai	4	5	42
2	Sesuai	3	6	50
3	Tidak Sesuai	2	1	8
4	Sangat Tidak Sesuai	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 14

Dalam hal pendanaan, tanggapan masyarakat ditunjukkan pada tabel 11. Sebagian besar responden (92%) setidaknya merasa puas dengan besarnya dana yang diberikan oleh KPI RU II Dumai sebagai salah satu upaya CSR, karena sesuai dengan besaran yang mereka ajukan dalam proposal. Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,3, dengan nilai konversi 83,3. Akan tetapi, perlu diperhatikan kembali bahwa upaya perusahaan dalam memberikan pendanaan sesuai dengan besaran yang diminta pada tahap tertentu dapat menumbuhkan relasi ketergantungan (Budiarti & Raharjo, 2014). Oleh sebab itu, perusahaan perlu mempertimbangkan kembali untuk mengurangi besaran bantuan, namun memberikan alternatif sumber pendanaan lain bagi masyarakat untuk melengkapi pendanaan yang mereka butuhkan (Lee & Lee, 2018).

Tabel 12. Kapasitas fasilitator dalam pelaksanaan program

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Mampu	4	6	50
2	Mampu	3	6	50
3	Tidak Mampu	2	0	0
4	Sangat Tidak Mampu	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 15

Adapun mengenai kemampuan fasilitator dalam mendampingi masyarakat, tanggapan masyarakat ditunjukkan pada tabel 12. Secara keseluruhan, tidak ada keluhan yang berarti

terhadap fasilitator dalam mendampingi masyarakat. Hal ini terlihat dari tidak adanya komunitas yang memilih respon negatif. Dalam pengembangan masyarakat, peran fasilitator adalah menghilangkan berbagai hambatan dalam pelaksanaan program (Díaz-Puente, Gallego, Vidueira, & Fernández, 2014). Oleh karena itu, fasilitator dituntut memiliki kemampuan komunikasi dan pemecahan masalah yang baik. Analisis indikator ini menghasilkan nilai rata-rata 3,5 dengan nilai konversi 87,5.

Tabel 13. Tanggapan perusahaan terhadap saran dan masukan dari masyarakat

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Puas	4	4	33
2	Puas	3	3	25
3	Tidak Puas	2	4	33
4	Sangat Tidak Puas	1	1	1
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 16

Sebaliknya, beberapa responden merasa tidak puas dengan tanggapan perusahaan terhadap masukan dan saran seperti terlihat pada Tabel 13. Meskipun demikian, sebagian besar responden (58%) menilai sikap perusahaan secara keseluruhan memuaskan. Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 2,8 dengan nilai konversi 70,8.

Tabel 14. Sarana atau prasarana yang disediakan untuk mendukung pelaksanaan program

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Puas	4	7	58
2	Puas	3	5	42
3	Tidak Puas	2	0	0
4	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 17

Terkait sarana dan prasarana yang disediakan, tanggapan masyarakat ditunjukkan pada tabel 14. Sejauh ini, belum ada tanggapan negatif terkait sarana dan prasarana yang disediakan perusahaan untuk mendukung pelaksanaan program CSR. Mayoritas responden (58%) merasa sangat puas dengan sarana dan prasarana yang disediakan perusahaan. Meskipun program pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, pembangunan infrastruktur juga dapat berdampak pada kesejahteraan masyarakat (Habib M. A., Nisa, Diniati, Ratnaningsih, & Fatkhullah, 2022). Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,6, dengan nilai konversi 89,6.

3.3. Kepuasan Masyarakat terhadap Tahap Capaian Program CSR

Kepuasan masyarakat melalui hasil program diukur melalui tiga indikator: (1) sosialisasi kepada kelompok rentan, (2) dampak program terhadap keberlanjutan masyarakat, dan (3) kemampuan masyarakat untuk mandiri di masa mendatang.

Tabel 15. Jangkauan terhadap kelompok rentan

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Tepat	4	7	48
2	Tepat	3	4	48
3	Tidak Tepat	2	1	4
4	Sangat Tidak Tepat	1	0	0
Jumlah			12	100

Sumber: Kuesioner no. 18

Berdasarkan penelitian, tanggapan masyarakat terhadap apakah program dapat menjangkau kelompok rentan ditunjukkan pada tabel 15. Mayoritas responden (96%) memberikan jawaban positif. Artinya, program CSR KPI RU II Dumai sudah tepat sasaran dalam konteks profil penerima manfaat. Program yang tidak tepat sasaran, baik dari pemerintah maupun perusahaan, dapat memicu kecemburuan sosial atau bahkan konflik laten di masyarakat. (F. & Nulhaqim, 2021). Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,5, dengan nilai konversi 87,5.

Tabel 16. Dampak program terhadap keberlanjutan masyarakat

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Puas	4	7	58
2	Puas	3	4	33
3	Tidak Puas	2	0	0
4	Sangat Tidak Puas	1	1	8
Jumlah			44	100

Sumber: Kuesioner no. 19

Sementara tanggapan masyarakat terhadap dampak program terhadap keberlanjutan ditunjukkan pada tabel 16. Sebagian besar responden (58%) menilai bahwa program CSR KPI RU II Dumai berdampak besar terhadap keberlanjutan. Program CSR yang baik harus berdampak pada keberlanjutan masyarakat, lingkungan, dan bisnis perusahaan (Abad-Segura, Cortés-García, & Belmonte-Ureña, 2019). Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,4 dengan nilai konversi 85,4.

Tabel 17. Kemampuan masyarakat untuk mandiri di masa yang akan datang

No	Respon	Skor	Frekuensi	Pesentase (%)
1	Sangat Mampu	4	7	58
2	Mampu	3	4	33
3	Tidak Mampu	2	0	0
4	Sangat Tidak Mampu	1	1	8
Jumlah			44	100

Sumber: Kuesioner no. 20

Pada akhirnya, program CSR diharapkan dapat memberdayakan masyarakat (W, Kunyanti, & Mujiono, 2021). Tanggapan masyarakat terhadap skenario bahwa ke depannya, perusahaan tidak lagi memberikan dukungan finansial kepada mereka ditunjukkan pada Tabel 17. Sebagian besar responden (91%) mengetahui fakta ini. Sebagian (58%) bahkan sangat optimis dapat mandiri tanpa bantuan finansial dari perusahaan. Analisis indikator ini menunjukkan nilai rata-rata 3,4, dengan nilai konversi 85,4.

3.3. Tingkat Kepuasan Masyarakat terhadap Program CSR KPI RU II Dumai

Kuesioner yang dibagikan kepada 12 responden berisi 15 pertanyaan yang terdiri dari 14 pertanyaan dengan skala jawaban dan 1 pertanyaan deskriptif. Tabel 18 menunjukkan hasil uji statistik untuk masing-masing indikator yang dapat dilihat melalui nilai rata-rata, nilai rata-rata X, nilai konversi, grade, dan Kinerja CSR perusahaan.

Tabel 18. Analisis tingkat kepuasan masyarakat

No	Indicators	Av. Value	X Av. Value	Conversion Value	Grade	Performance
----	------------	-----------	-------------	------------------	-------	-------------

				(0,071)			
Perencanaan	P1	Kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat	3,3	0,23	81,3	A	Sangat Baik
	P2	Persyaratan administratif untuk mengakses dana CSR	3,4	0,24	85,4	A	Sangat Baik
	P3	Keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan	3,5	0,25	87,5	A	Sangat Baik
	P4	Akses dan kejelasan informasi terkait program CSR	3,3	0,24	83,3	A	Sangat Baik
Implementasi	P5	Kontribusi program untuk memecahkan masalah masyarakat	3,5	0,25	87,5	A	Sangat Baik
	P6	Kesesuaian pelaksanaan dengan rencana awal	3,5	0,25	87,5	A	Sangat Baik
	P7	Ketepatan pelaksanaan sesuai jadwal	3,8	0,27	93,8	A	Sangat Baik
	P8	Besaran dana program.	3,3	0,24	83,3	A	Sangat Baik
	P9	Kapasitas fasilitator untuk membantu masyarakat	3,5	0,25	87,5	A	Sangat Baik
	P10	Tanggapan perusahaan terhadap saran dan masukan	2,8	0,20	70,8	B	Baik

		dari masyarakat					
	P1 1	Fasilitas yang diberikan untuk mendukung program	3,6	0,25	89,6	A	Sangat Baik
Hasil	P1 2	Jangkauan terhadap kelompok rentan	3,5	0,25	87,5	A	Sangat Baik
	P1 3	Dampak program terhadap keberlanjutan masyarakat	3,4	0,24	85,4	A	Sangat Baik
	P1 4	Kemampuan masyarakat untuk mandiri di masa yang akan datang	3,8	0,27	93,8	A	Sangat Baik

Sumber: Olah data penelitian (2023)

Berdasarkan tabel 18, tiga belas indikator menunjukkan kinerja yang sangat baik. Hanya indikator ke-10, mengenai tanggapan perusahaan terhadap saran dan masukan dari masyarakat, menunjukkan kinerja yang baik dengan nilai “B”. Meskipun masih dalam grade yang relatif positif, namun sebagai acuan dalam melakukan evaluasi, perusahaan perlu meningkatkan ketanggapannya terhadap masukan dan saran masyarakat dalam menjalankan program CSRnya.

Untuk mengukur hasil Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap program CSR, diakumulasikan nilai rata-rata untuk setiap indikator sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 SMI &= \sum(\text{average value} \times 0.071) \\
 SMI &= 0,23 + 0,24 + 0,25 + 0,24 + 0,25 + 0,25 + 0,27 + 0,24 + 0,25 + 0,20 + 0,25 \\
 &\quad + 0,25 + 0,24 + 0,27 \\
 SMI &= 3,42
 \end{aligned}$$

KESIMPULAN

Melalui 14 pertanyaan yang diberikan kepada 12 sampel penelitian yang merupakan anggota Kelompok Masyarakat Alam Tani, dapat disimpulkan bahwa:

1. Tingkat Kepuasan Masyarakat terhadap Program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilaksanakan PT Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai (KPI RU II Dumai) memiliki nilai indeks sebesar 3,42, dengan nilai konversi 85,5. Berdasarkan nilai-nilai tersebut maka kinerja CSR KPI RU II Dumai adalah “Sangat Baik” dengan predikat “A”.

2. Analisis terhadap 13 indikator secara keseluruhan menunjukkan kinerja yang “Sangat Baik”. Hanya indikator ke-10 mengenai tanggapan perusahaan terhadap saran dan masukan dari masyarakat menunjukkan nilai indeks sebesar 2,8 atau 70,8 setelah konversi. Berdasarkan indikator ini, kinerja CSR KPI RU II Dumai tergolong “baik” dengan predikat “B”. Meskipun masih dalam grade yang positif, namun sebagai acuan dalam melakukan evaluasi, perusahaan perlu meningkatkan ketanggapannya terhadap masukan dan saran masyarakat dalam menjalankan program CSRnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abad-Segura, E., Cortés-García, F. J., & Belmonte-Ureña, L. J. (2019). The Sustainable Approach to Corporate Social Responsibility: A Global Analysis and Future Trends. *Sustainability*, *11*(5382). doi:<http://dx.doi.org/10.3390/su11195382>
- Adema, C. L., Muluka, K. O., & Oteki, E. B. (2016). Community Participation in Corporate Social Responsibility Projects: The Case of Mumias Sugar Company, Kenya. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, *18*(8), 70-86. doi:<https://doi.org/10.9790/487X-1808017086>
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Restorasi Gambut. (2017). *Peta Indikatif Prioritas Restorasi Provinsi Riau*. Retrieved from https://brg.go.id/wp-content/uploads/2017/03/BRG_Peta-Restorasi-Riau.pdf
- Budiarti, M., & Raharjo, S. T. (2014). Corporate Social Responsibility (CSR) Dari Sudut Pandang. *Share Social Work Journal*, *4*(1), 13-29. doi:<https://doi.org/10.24198/share.v4i1.13045>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: SAGE Publications, Inc.
- Díaz-Puente, J. M., Gallego, F. J., Vidueira, P., & Fernández, M. J. (2014). Facilitation in Community Development. Twenty-Five Years of Experience in Rural Territories in Cuenca, Spain. *European Planning Studies*, *22*(11), 2231-2247. doi:<https://doi.org/10.1080/09654313.2013.830695>
- Diniati, B. T., Rafikasari, E. F., Habib, M. A., & Fahmi, M. F. (2021). *Metode Penelitian Sosial, Ekonomi, dan Bisnis (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*. Tulungagung: Biru Atma Jaya.
- El-Said, O., Aziz, H., Mirzaei, M., & Smith, M. (2022). Mapping corporate social responsibility practices at the international level: systematic review and content analysis approach. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, *13*(4), 803-825. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/SAMPJ-08-2021-0332>
- F., K. F., & Nulhaqim, S. A. (2021). ANALISIS KONFLIK DISTRIBUSI BANTUAN SOSIAL COVID-19 DAN STRATEGI PENYELESAIAN KONFLIK DI KOTA BANDUNG. *JURNAL KOLABORASI RESOLUSI KONFLIK*, *3*(1), 65-74. doi:<https://doi.org/10.24198/jkrk.v3i1.31974>
- Fatima, T., & Elbanna, S. (2022). Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation: A Review and a Research Agenda Towards an Integrative Framework. *J Bus Ethics*. doi:<https://doi.org/10.1007/s10551-022-05047-8>

- Fatkhullah, M., Habib, M. A., & Nisa, K. K. (2022). Identifikasi dan Manajemen Risiko untuk Mereduksi Kerentanan Pada Masyarakat. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 856-867. doi:<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1529>
- Fatkhullah, M., Mulyani, I., & Imawan, B. (2021). Strategi Pengembangan Masyarakat Petani Lahan Gambut melalui Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Analisis Pendekatan Penghidupan Berkelanjutan. *Journal of Social Development Studies*, 2(2), 15-29. doi:<https://dx.doi.org/10.22146/jsds.2186>
- Fatkhullah, M., Robbiy, S. R., & Mulyani, I. (2023). Community Satisfaction Analysis towards Corporate Social Responsibility Program of PT Kilang Pertamina Internasional Dumai Unit. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 6(1), 275-289. doi:<https://doi.org/10.33258/birci.v6i1.7456>
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Banten: Universitas Terbuka.
- Habib, M. A., Nisa, B. K., Diniati, B. T., Ratnaningsih, A. P., & Fatkhullah, M. (2022). Empowerment of Society Art Groups as Supporting Magnetism of Sendang Made Natural Tourist Attraction, Jombang Regency. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(3), 22231-22245. doi:<https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6229>
- Habib, M. A., Nisa, K. K., Fatkhullah, M., Al Ursah, C. R., & Budita, A. K. (2022). *SOSIOLOGI EKONOMI: Kajian Teoretis dan Contoh Penerapan*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Hendrawan, M. F., & Purnaningsih, N. (2009). Evaluasi Program Jakarta Green And Clean Sebagai Implementasi CSR PT. Unilever Evaluasi Program Jakarta Green And Clean Sebagai Implementasi CSR PT. Unilever. *Jurnal Penyuluhan*, 5(2). doi:<https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v5i2.11417>
- Jakunskien, E. (2021). Assessment of the Impact of Social Responsibility on Poverty. *Sustainability*, 13(9395). doi:<https://doi.org/10.3390/su13169395>
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2017, May 9). *Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik*. Retrieved from Database Peraturan Republik Indonesia: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/132600/permen-pan-rb-no-14-tahun-2017>
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lee, J., & Lee, Y. (2018). Effects of multi-brand company's CSR activities on purchase intention through a mediating role of corporate image and brand image. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 22(3), 387-403. doi:<https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2017-0087>
- Mukherjee, A., & Reed, D. (2004). *Corporate Social Responsibility and Human Development: Towards a New Agenda and Beyond*. International Secretariat for Human Development and Democratic Governance.
- Mulyani, I., Raditya, L., & Fatkhullah, M. (2021). INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PT KILANG PERTAMINA INTERNASIONAL REFINERY UNIT II DUMAI. *JESS*:

- Jurnal Education Social Science*, 1(1), 114-125.
doi:<https://doi.org/10.21274/jess.v1i1.5362>
- Permatasari, S. I., & Sugiharti, L. (2016). The Impact of Indonesian Migrant Workers' Remittances on The Distribution of Household Income: Analysis of The Socio-Economic Balance System In 2008. *JJET (Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan)*, 1(2), 116-128. doi:<https://doi.org/10.20473/jiet.v1i2.3299>
- PT Kilang Pertamina Internasional Unit II Dumai. (2022). *Laporan Implementasi Program TJSL*. Dumai: PT Kilang Pertamina Internasional Unit II Dumai.
- Samer, A., Rawan, M., & Omar, L. (2018). The Role of Corporate Social Responsibility in Local The Role of Corporate Social Responsibility in Local Ahli Bank. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(5), 197–212. doi:<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i5/4095>
- Serra, F. A., Martins, F. S., & Cunha, J. A. (2018). Secondary Data in Research – Uses and Opportunities. *Revista Ibero Americana de Estrategia*, 17(4), 1-4. doi:<https://doi.org/10.5585/%20ijsm.v17i4.2723>
- Shahabadi, A., Nemati, M., & Hosseinidoust, S. E. (2018). The Effect of Education on Income Inequality in Selected Islamic Countries. *International Journal of Asia-Pacific Studies*, 14(2), 61-78. doi:<http://dx.doi.org/10.21315/ijaps2018.14.2.3>
- Shayan, N. F., Mohabbati-Kalejahi, N., Alavi, S., & Zahed, M. A. (2022). Sustainable Development Goals (SDGs) as a Framework for Corporate Social Responsibility (CSR). *Sustainability*, 14(1222). doi:<https://doi.org/10.3390/su14031222>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian KOMBINASI (Mixed Methods)*. Bandung: ALFABETA.
- Supriyanto, A., Razaq, J. A., Purwatiningtyas, & Ariyanto, A. (2022). Keputusan Pemberian Bantuan Sosial Program Keluarga Harapan Menggunakan Metode AHP dan SAW. *Matrik: Jurnal Manajemen, Teknik Informatika, dan Rekayasa Komputer*, 21(3), 639-652. doi:<https://doi.org/10.30812/matrik.v21i3.1806>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- W, R. W., Kunyanti, S. A., & Mujiono, M. (2021). Community Empowerment-based Corporate Social Responsibility Program in Panglima Raja Village. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 11(1), 12-19. doi:<https://doi.org/10.35335/ijosea.v10i1.2>