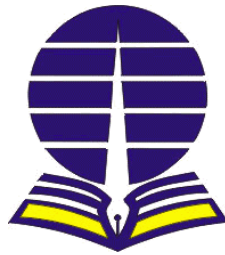


LAPORAN PENELITIAN MADYA

BIDANG KEILMUAN



**PENGARUH CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PT. PERAMA SWARA TOUR DAN TRAVEL TERHADAP
KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DENPASAR SELATAN**

Disusun oleh:

Heri Wahyudi, S.Sos.,M.Si (Ketua)
Sudrajat, S.E., M.Sc. (Anggota)
Imron Hadi Tamim, S.S., M.A. (Anggota)

**UNIT PROGRAM BELAJAR JARAK JAUH
UNIVERSITAS TERBUKA
DENPASAR
2012**

LEMBAR PENGESAHAN
HASIL PENELITIAN MADYA BIDANG KEILMUAN
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS TERBUKA

1. a. Judul Penelitian : Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR)
PT. Perama Swara Tour dan Travel Terhadap
Kesejahteraan Masyarakat Denpasar Selatan
- b. Bidang Penelitian : Keilmuan
- c. Klasifikasi Penelitian : Madya
2. Ketua Peneliti
- a. Nama Lengkap & Gelar : Heri Wahyudi, S.Sos.,M.Si
- b. NIP : 19710511 200604 1 002
- c. Golongan Kepangkatan : IIIc/Penata
- d. Jabatan Akademik dan unit kerja : Lektor pada Fisip UT
- e. Program Studi : Sosiologi
3. Anggota Peneliti
- a. Jumlah : 2 (dua) orang
- b. Nama Anggota dan Unit Kerja : Sudrajat,S.E.,M.Sc dan Imron Hadi
Tamim,S.S.,M.A-UPBJJ-UT Denpasar dan
Udayana Bali
- c. Program Studi : Ekonomi Manajemen dan Sosiologi
4. Periode Penelitian : 2012
5. Lama Penelitian : 12 (dua belas) bulan
6. Biaya Penelitian : Rp. 20.000.000 (dua puluh juta rupiah)
7. Pemanfaatan Hasil Penelitian : Seminar dan jurnal

Menyetujui
Kepala UPBJJ-UT Denpasar

Ketua Peneliti

Dra. Hendrin H. Sawitri, M.Si.
NIP. 19580926 198703 2 001

Heri Wahyudi,S.Sos.,M.Si
NIP. 19710511 200604 1 002

Menyetujui
Ketua LPPM-UT

Menyetujui
Kepala PAU-PPi Litgasis

Dra. Dewi A. Padmo Putri, M.A.,Ph.D
NIP. 19610724 198710 2 001

Dr. R. Benny A. Pribadi, M.A
NIP. 19610509 198703 1 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penelitian dengan judul “ Pengaruh Cooperate Sosial Resposibility (CSR) PT. Perama Swara Tour dan Travel Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Denpasar Selatan” dapat terselesaikan.

Pada kesempatan ini tim peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Dewi A. Padmo Putri, M.A., Ph.D., selaku Ketua LPPM-UT yang telah memberikan kesempatan kepada kami menjadi tim penelitian madya.
2. Bapak Dr. R. Benny A. Pribadi, M.A., selaku Kepala PAU-PPI/PUSLITGASIS yang telah memberikan kesempatan kepada kami menjadi tim penelitian madya.
3. Bapak Milwan.S.Sos.,M.Si., selaku pembimbing penelitian yang telah memberikan bimbingan kepada kami selama melakukan penelitian.
4. Bapak Dr. Chanif Nurcholis.,M.Si., selaku pembimbing penelitian yang telah memberikan bimbingan kepada kami selama melakukan penelitian.
5. Ibu Dra. Hendrin Hariati Sawitri, M.Si., selaku Kepala UPBJJ-UT Denpasar yang telah mendorong kami untuk melakukan penelitian.
6. Rakan-rekan di UPBJJ-UT Denpasar yang telah membantu kami selama proses penelitian.
7. Para warga masyarakat Denpasar selatan yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Kami memahami ketidaksempurnaan penelitian ini, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Denpasar, Desember 2012

Tim Penelitian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN.....	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iii</i>
DAFTAR ISI	<i>iv</i>
DAFTAR TABEL	<i>vi</i>
DAFTAR LAMPIRAN	<i>vii</i>
ABSTRACT	<i>viii</i>
INTISARI	<i>ix</i>
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	<i>1</i>
1.2. Rumusan Masalah	<i>6</i>
1.3. Tujuan Penelitian	<i>6</i>
1.4. Manfaat Penelitian	<i>6</i>
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Corporate Sosial Responsibility.....	<i>7</i>
2.1.1 Defenisi Corporate Sosial Responsibility.....	<i>7</i> <i>9</i>
2.1.2 Perkembangan Corporate Sosial Responsibility.....	<i>12</i>
2.1.3 Manfaat Corporate Sosial Responsibility.....	<i>14</i>
2.1.4 Program-program Corporate Sosial Responsibility.....	<i>16</i>
2.1.5 Implementasi Corporate Sosial Responsibility.....	<i>20</i>
2.2. Pengembangan Masyarakat.....	<i>20</i>
2.2.1. Defenisi & Konsep Pengembangan Masyarakat.....	<i>22</i>
2.3. Pengertian Kesejahteraan Masyarakat.....	

BAB III. METODE PENELITIAN	25
3.1. Rancangan Penelitian	26
3.2. Instrumen Penelitian	26
3.3. Populasi dan Sampel	27
3.4. Definisi Operasional	28
3.5. Skala Pengukuran Variabel	29
3.6. Uji Instrumen.....	30
3.7. Jenis dan Sumber Data	30
3.7.1. Jenis Data	30
3.7.2. Sumber Data	30
3.8. Teknik Pengumpulan Data	32
3.9. Uji Validitas dan Realibitas.....	35
3.10. Teknik Analisis.....	
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1 Penerapan Sosial Bisnis	40
4.1.2 Pengalokasian 20% keuntungan untuk CSR	41
4.2. Hasil Penelitian	45
4.3. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	
BAB V. PENUTUP	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran	

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Skala Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 3.2. Indikator Variabel X.....	29
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas (valid).....	34
Tabel 3.5. Reliabilitas Kusioner.....	35
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..	41
Tabel 4.2. Jawaban Responden Tentang CSR.....	41
Tabel 4.3. Jawaban Responden Tentang PT. Perama Swara Tour & Travel	44
Tabel 4.4. Regresi Linier Sederhana.....	45
Tabel 4.5. Hasil Uji T hitung.....	46
Tabel 4.6. Identifikasi Determinan.....	47
Tabel 4.7. Realisasi Kegiatan CSR.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Variabel X

Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Variabel Y

Lampiran 5. Tabel Hasil Pengolahan Data (Regression)

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of corporate social responsibility (CSR) in an attempt to increase public welfare. The study sample a total of 42 the community Denpasar south. The sample collection technique with using formulas slovin $n = N / (1 + Ne^2)$. Data collection by observation, questionnaires as interviews and documentation. Data analysis technique in which work is done regression with the help of simple application spss 16. Results of the analysis of the data with significance 0.05 shows that CSR influential in positive and significant for the welfare of society. CSR given by PT. Perama swara tour and travel to exert an influence upon welfare the community in Denpasar south. As findings are it was stated that the research findings this proves corporate social responsibility (CSR) it has some positive effects and significant in community welfare Denpasar the south with the regression coefficient 0.326. as much as This means that social cooperate . Based on it in giving assistance funds capital should perform surveillance companies and the routine judicially, so that funds provided by the company proper targets and not abused, the presence of community forum and consultants from the company very important role in the success of CSR, company should intervene directly in evaluate activities CSR as well as accommodate community aspirations about CSR, so there feedback systems of CSR activities and the results more effective.

Compounding keywords: corporate social responsibility (CSR), the welfare of the community

INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sampel penelitian sebanyak 42 masyarakat Denpasar selatan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin $n = N / (1 + Ne^2)$. Pengumpulan data dengan observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dipergunakan regresi sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS 16. Hasil analisis data dengan signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Program CSR yang diberikan oleh PT. Perama Swara Tour dan Travel memberikan pengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di Denpasar selatan. Sebagai temuan dapat dinyatakan bahwa temuan penelitian ini membuktikan “Cooperate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat Denpasar selatan dengan koefisien regresi sebesar 0.326. Hal ini berarti Cooperate Social Responsibility (CSR) mempengaruhi kesejahteraan masyarakat Denpasar selatan dan Implementasikan program CSR dalam upaya pengembangan masyarakat PT. Perama Swara Tour dan Travel yang berfokus pada program pemberdayaan bidang pendidikan dan ekonomi dirasakan telah membantu masyarakat sekitar serta dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan saat ini telah berjalan efektif. Berdasarkan hal tersebut Dalam memberikan bantuan dana modal, sebaiknya perusahaan melakukan pengawasan dan rutin melakukan peninjauan, agar dana yang diberikan oleh perusahaan, tepat sasaran dan tidak disalahgunakan, Adanya forum masyarakat dan konsultan dari pihak perusahaan, sangat berperan penting dalam keberhasilan program CSR, sebaiknya perusahaan turun tangan secara langsung dalam mengevaluasi kegiatan CSR serta menampung aspirasi masyarakat mengenai program CSR, sehingga terdapat *feedback* dari kegiatan CSR dan hasilnya lebih efektif.

Kata-kata kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Kesejahteraan Masyarakat

BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah kesepakatan dari *World Summit on Sustainable Development (WS-SD)* di Johannesburg Afrika Selatan 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan di dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Peranan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat dipandang sebagai upaya untuk mewujudkan *good corporate governance*, *good corporate citizenship* dan *good business ethics* dari sebuah entitas bisnis. Sehingga perusahaan tidak cukup hanya memikirkan kepentingan *shareholder* (pemilik modal), tetapi juga mempunyai orientasi untuk memenuhi kepentingan seluruh *stakeholders*.

Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana laba (*profit centre*). Konsep ini menurut merupakan komitmen sektor swasta untuk mendukung terciptanya pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Di lain sisi masyarakat mempertanyakan apakah sektor swasta atau perusahaan yang berorientasi pada usaha memaksimalkan keuntungan-keuntungan ekonomis memiliki komitmen moral untuk redistribusi keuntungan-keuntungannya membangun masyarakat lokal. Memang sangat sulit dipahami bahwa lembaga kapitalistik melakukan kegiatan nirlaba sebagai manifestasi tanggung jawab moralnya pada masyarakat lokal yang hidupnya di sekitar perusahaan (Zaleha, 2008).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah tanggung jawab sosial dari perusahaan terhadap lingkungannya, minimal di tempat mereka melakukan kegiatan usahanya dan hal ini sudah merupakan misi perusahaan, sehingga sebuah Perusahaan yang ingin melakukan kegiatan usahanya secara berkesinambungan, harus mau dan mampu melakukan program *Corporate Social*

Responsibility (CSR) dengan sebaik-baiknya. The World Business Council for Sustainable Development juga menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen terus-menerus dari pelaku bisnis untuk berlaku etis dan untuk memberikan kontribusi bagi perkembangan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup para pekerja dan keluarganya, juga bagi komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) memang sangat berkaitan erat dengan konsep sustainability development (pembangunan yang berkelanjutan). Dengan demikian, konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki arti bahwa selain memiliki tanggung jawab untuk mendatangkan keuntungan bagi para pemegang saham dan untuk menjalankan bisnisnya sesuai ketentuan hukum yang berlaku, suatu perusahaan juga memiliki tanggung jawab moral, etika dan filantropik (Indrisari,2013)

Tanggung jawab sosial perusahaan secara yuridis telah dinyatakan sebagaimana dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007, tentang Perseroan Terbatas, Bab V, Pasal 74. Dalam pasal tersebut dijelaskan tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan atas eksistensinya dalam kegiatan bisnis. Dewasa ini, menghadapi dampak globalisasi, kemajuan informasi teknologi, dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius memperhatikan *Corporate Social Responsibility* (Mapisangka,2009)

Untuk melindungi perusahaan dari berbagai risiko tuntutan hukum, kehilangan *partner* bisnis maupun risiko terhadap citra perusahaan (*brand risk*) tidak cukup hanya taat kepada peraturan perundang-undangan. Tekanan secara nasional dan internasional sedang dan terus akan berlanjut untuk mempengaruhi perilaku bisnis korporasi. Tekanan ini datang antara lain dari para pemegang saham, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), *partner* bisnis (terutama dari negara yang komunitas bisnisnya peka terhadap CSR) dan advokat yang memperjuangkan kepentingan publik (*public interest lawyers*)

Dalam hal ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan

menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Secara implementatif, perkembangan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia masih membutuhkan banyak perhatian bagi semua pihak, baik pemerintah, masyarakat luas dan perusahaan. Di antara ribuan perusahaan yang ada, diindikasikan belum semua perusahaan benar-benar menerapkan konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam kegiatan perusahaannya. *Corporate Social Responsibility (CSR)* masih merupakan bagian lain dari manajemen perusahaan, sehingga keberadaannya dianggap tidak memberikan kontribusi positif terhadap kelangsungan perusahaan. Padahal sesuai dengan UU yang ada, keberadaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* melekat secara *inherent* dengan manajemen perusahaan, sehingga bidang kegiatan dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)* pun masih dalam kontrol manajemen perusahaan. Lebih jauh lagi dalam lingkungan bisnis perusahaan, masyarakat di sekitar perusahaan pada dasarnya merupakan pihak yang perlu mendapatkan apresiasi. Apresiasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan hidup mereka melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan. Hal ini karena perusahaan dan masyarakat pada dasarnya merupakan kesatuan elemen yang dapat menjaga keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Hal tersebut tentunya sangat jauh dari harapan dan tujuan ideal dari peranan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Menurut Kim (2000) praktek *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan dapat diidentifikasi dalam berbagai tujuan, yakni hukum, ekonomi, moral, dan filantropi. Namun demikian, tujuan tersebut masih dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi aktual di masyarakat terkait dengan tekanan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Salah satu tujuan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang sangat urgen khususnya di negara sedang berkembang adalah peningkatan kualitas pendidikan masyarakat. Oleh karena itu penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia pada dasarnya dapat diarahkan pada penguatan ekonomi rakyat yang berbasis usaha kecil dan

menengah serta peningkatan kualitas SDM masyarakat melalui perbaikan sarana dan prasarana pendidikan.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2010, Bali adalah salah satu provinsi yang berhasil menurunkan angka kemiskinan. Menurut pemerintah provinsi Bali, keberhasilan dalam pengentasan kemiskinan ini tidak bisa dilepaskan dari peranan lembaga *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ada di Bali. Pada tahun 2010, angka kemiskinan di Bali mengalami penurunan sebanyak 0,25% jika dibandingkan dengan angka kemiskinan pada tahun 2009. Angka kemiskinan pada tahun 2009 sebanyak 181,7 ribu jiwa (5,13 persen) dan turun menjadi 174,93 ribu jiwa (4,88 persen) pada tahun 2010. Menurunnya jumlah angka kemiskinan ini, menurut pemerintah provinsi Bali tidak lepas dari upaya pemerintah dan pihak swasta melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang responsif terhadap masalah kemiskinan. Namun kondisi kemiskinan yang pada tahun 2010 –awal 2011 ini mengalami penurunan, malah justru diperumit dengan meningkatnya kembali angka kemiskinan pada periode Maret-September 2011. Hal ini berdasarkan dari data hasil Susenas pada September 2011 yang menunjukkan bahwa jumlah penduduk miskin di Bali (Maret 2011 – September 2011) meningkat 16,9 ribu yakni berjumlah 183,1 ribu.(BPS Bali,2014)

PT. Perama Swara Tour dan Travel merupakan salah satu perusahaan yang berlokasi di Denpasar, Indonesia bergerak di bidang pariwisata secara nasional dan diresmikan pada tahun 1982, dan berpusat di jalan legian kuta-Bali. Sejak awal pendirian hingga saat ini, PT. Perama Swara Tour dan Travel menggunakan tiga konsep dasar dalam menjalankan seluruh aktivitas. Ketiga konsep dasar tersebut adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan arus wisatawan, dengan cara memberikan kemudahan, rasa aman, dengan harga wajar demi kenyamanan bersama.
2. Mengembangkan wilayah tujuan wisata, dengan cara melestarikan lingkungan dan mensejahterahkan masyarakat.
3. Meningkatkan dan berkembang, dengan cara bekerjasama dan promosi terpadu menciptakan karya dan benar.

Dengan berlandaskan ketiga konsep tersebut, dalam menjalankan seluruh aktivitas PT. Perama Swara Tour dan Travel bekerja secara team. Sadar akan tugas dan tanggung jawab sosial seperti yang telah diamanatkan dalam Undang-Undang, PT. Perama Swara Tour dan Travel secara kontinyu dan terprogram telah menerapkan konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam implementasi manajemen usahanya. Secara garis besar, strategi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Perama Swara Tour dan Travel mencakup beberapa wilayah yang ada di sekitar perusahaan. Namun demikian disadari bahwa dinamika perkembangan lingkungan perusahaan berjalan sedemikian cepat, sehingga membutuhkan berbagai inovasi dan kreasi kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang mampu dirasakan secara optimal oleh masyarakat. Salah satu elemen penting dalam kesejahteraan hidup adalah adanya kegiatan pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan.

Dalam hal ini peran manajemen sangat penting dalam upaya untuk memformulasikan berbagai program dan kegiatan dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Perama Swara Tour dan Travel, sehingga terjadi hubungan simbiosis mutualisme antara perusahaan dan masyarakat luas. Pada akhirnya berbagai program kegiatan dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Perama Swara Tour dan Travel diharapkan dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat.

PT. Perama Swara Tour dan Travel bersama dengan Masyarakat Denpasar Selatan memberikan modal usaha dan pelatihan bagi pelaku usaha Masyarakat Denpasar Selatan, memberikan program pendidikan berupa beasiswa bagi anak berprestasi dan pemberian perlengkapan sekolah seperti buku dan alat bagi Masyarakat Denpasar Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Perama Swara Tour dan Travel telah melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan baik.

Kegiatan-kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang telah dilaksanakan oleh PT. Perama Swara Tour dan Travel diharapkan dapat meminimalkan kesenjangan sosial dan isu-isu negatif dari masyarakat luar yang

juga berpengaruh terhadap citra perusahaan. Dari beberapa pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Perama Swara Tour dan Travel Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Denpasar Selatan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Perama Swara Tour dan Travel dalam upaya pengembangan Masyarakat Denpasar Selatan

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai sehubungan dengan penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat Denpasar Selatan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut diharapkan peneliti ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Secara teoritis diharapkan dapat menambah informasi atau wawasan bagi kalangan akademik maupun non akademik, pemerintah dan swasta sebagai sebuah bahan pertimbangan dalam penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* kepada masyarakat Denpasar Selatan
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Corporate Social Responsibility

2.1.1 Definisi Corporate Social Responsibility

Apa itu *Corporate Social Responsibility* (CSR)? terdapat beberapa definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Salah satu yang cukup menarik adalah yang dibuat oleh lingkaran studi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Indonesia yakni “Upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan”. Secara implisit, definisi tersebut berarti mengajak perusahaan untuk bersungguh-sungguh dalam upaya memberikan manfaat atas kehadirannya bagi umat manusia saat ini. Meminimalkan dampak negatif adalah bagian dari usaha memberikan manfaat di masa yang akan datang (Nurkimah, 2012)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu bentuk tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitar perusahaan berada. Kemunculan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak bisa dilepaskan dari konteks *good corporate governance*. Seiring dengan menurunnya tingkat kepercayaan publik terhadap perusahaan-perusahaan, muncul beberapa pemikiran mengenai tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*). Salah satu point dari tata kelola perusahaan yang baik bukan hanya pada penegakan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas dan partisipasi oleh perusahaan, tapi juga pertanggungjawaban perusahaan juga diwujudkan dalam kepeduliannya terhadap masalah-masalah sosial (Priyanto. 2008)

Tanggung jawab perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan (*community wellbieng*) melalui diskresi-diskresi praktek-praktek bisnis dan kontribusi-kontribusi sumber-sumber perusahaan bagi masyarakat. Konsep

“diskresi” disini merujuk pada komitmen sukarela (*voluntary commitment*) bisnis yang dapat memberikan kontribusi-kontribusi terhadap pembangunan masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kepedulian organisasi bisnis dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Substansi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan dalam rangka memperkuat keberlangsungan (*sustainability*) perusahaan dengan melakukan kerja sama antar stakeholder yang difasilitasi oleh perusahaan melalui program pengembangan masyarakat (*community development*). Oleh karena itu, laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan cermin dari tingkat keberlangsungan dan bagaimana cara perusahaan menjawab perubahan ekonomi, sosial dan lingkungan di sekitarnya. Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) sesungguhnya merupakan salah satu upaya perusahaan dalam menunjukkan etika sosialnya dalam membangun kinerja jangka panjang (Kurniawan, 2013)

Corporate Social Responsibility (CSR) acap kali disebut juga dengan nama lain seperti pemberian (amal) perusahaan (*coporate giving/charity*), kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*), relasi kemasyarakatan perusahaan (*corporate community/public relations*) dan pengembangan masyarakat (*comunity development*). Keempat nama itu bisa dilihat sebagai dimensi (pendekatan) *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam konteks investasi sosial perusahaan (*Corporate Sosial Investment/Investing*) yang didorong oleh spektrum motif yang terentang dari “amal” hingga “pemberdayaan” (Briliant dan Rice, 1988; 1988 dan Suharto,2006).

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang meliputi pengurangan kemiskinan dan pembangunan ekonomi berkelanjutan adalah bagian dari upaya pengembangan perusahaan secara berkelanjutan. Hal ini berguna untuk membantu perusahaan dalam memperbaiki *financial performance* dan akses pada modal, meningkatkan *corporate image* dan penjualan/layanan jasa, memelihara kualitas kerja, memperbaiki keputusan pada isu-isu kritis, serta menangani resiko secara lebih efisien dan mengurangi biaya jangka panjang. Beberapa pihak mungkin tidak setuju dengan pernyataan bahwa tanggung jawab sosial dikaitkan dengan profit perusahaan. Akan tetapi tidak ada salahnya jika *Corporate Social*

Responsibility (CSR) bisa juga ditafsirkan sebagai investasi, yang berarti bahwa dalam melakukan investasi, perusahaan akan menilai return yang didapatkan. Dengan demikian, *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa ditafsirkan sebuah tanggung jawab perusahaan (entitas bisnis) kepada stakeholder dan shareholder.

Dalam bisnis apa pun, yang diharapkan adalah keberlanjutan dan kesetabilan usaha, karena keberlanjutan akan mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya imbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat.

2.1.2 Perkembangan *Corporate Social Responsibility*

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikenal seperti saat ini baru dikenal pada awal tahun 1970-an, namun konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebenarnya bermula pada tahun 1953 sudah dikemukakan oleh Howard R. Bowen dalam karyanya *Social Responsibilities of the Businessman* oleh karenanya Carrol dalam Kartini (2009:05) menyebut Bowen sebagai Bapak *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang merumuskan konsep tanggung jawab sosial sebagai: “*The obligations of businessman to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in term of the objectives and values of our society.*” (Kartini,2009) memandang rumusan Bowen mengenai tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh pelaku bisnis sebagai kelanjutan dari pelaksanaan berbagai kegiatan derma sebagai wujud kecintaan manusia terhadap sesama manusia yang banyak dilakukan oleh para pengusaha ternama pada akhir abad ke sembilan belas sampai periode tahun 1930-an.

Sejak kurun waktu tahun 1930-an sampai periode tahun 1960-an, terdapat tiga tema cara pandang yang berkaitan untuk menjelaskan tanggung jawab sosial korporasi yang di gunakan oleh para pemimpin bisnis, yaitu *trusteeship*, *balancing of interests and service* yang telah memperoleh penerimaan yang semakin besar dari para pelaku bisnis. Post, Lawrence, dan Weber dalam Kartini (2009:06) mengungkapkan bahwa manajer dianggap sebagai wali dari berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Kedua, manajer memiliki kewajiban untuk menyeimbangkan kepentingan berbagai konstituen utama perusahaan dan ketiga, para manajer memiliki tanggung jawab untuk melayani masyarakat.

Periode kedua, periode 1960-an – 1970-an, berfokus pada pengaruh konsep *stakeholder management* terhadap perkembangan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dalam periode ini, perkembangan konsep (CSR) berjalan seiring dengan perkembangan konsep *stakeholder*. Adapun konsep *stakeholder* sendiri tidak dapat dilepaskan perkembangannya dari adopsi pendekatan sistem ke dalam teori manajemen. Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif. Pada awalnya yang dimaksud dengan *stakeholder* mencakup, para pemegang saham, para karyawan, pelanggan, pemasok, pemberi pinjaman dan masyarakat luas. Pengakuan terhadap adanya berbagai *stakeholder* di luar pemegang saham (*shareholders*) yang dapat memengaruhi efektivitas pencapaian tujuan perusahaan telah mengubah dimensi tanggung jawab sosial perusahaan dari tanggung jawab ekonomi semata-mata dalam bentuk maksimasi laba untuk kemakmuran para pemegang saham menjadi tanggung jawab sejumlah *stakeholders* yang lebih luas.

Periode ketiga, perkembangan konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada periode 1980-an hingga saat ini. Dalam periode ini, Carrol dalam Kartini (2009:14) mengemukakan konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* memuat komponen-komponen sebagai berikut:

1. *Economic responsibilities*. Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggungjawab ekonomi, karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.
2. *Legal responsibilities*. Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.
3. *Ethical responsibilities*. Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan untuk menilai suatu isu di mana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.
4. *Discretionary responsibilities*. Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini dapat dipandang sebagai titik awal lahirnya konsep-konsep yang memiliki keterkaitan erat dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga sangat dipengaruhi oleh disiplin ilmu etika bisnis. *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini ditandai dengan adanya inisiatif standar secara internasional dalam bentuk ISO, yaitu ISO 26000. ISO 26000 menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk kepedulian sosial perusahaan yang saat ini menjadi aspek dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan. Tanggung jawab organisasi yang ditimbulkan sebagai akibat dari keputusan dan aktivitasnya pada masyarakat dan lingkungan melalui perilaku etis dan transparan dalam berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, seperti kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan ekspektasi pemangku kepentingan, menaati peraturan dan perundangan yang berlaku serta konsisten dengan norma perilaku internasional, dan terintegrasi dalam organisasi dan

diimplementasikan pada seluruh aktivitas organisasi yang terkait dengan organisasi tersebut (Rachman,2011).

Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau “aktivitas sosial perusahaan”. Walaupun tidak menamainya sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR), secara faktual aksinya mendekati konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merepresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Melalui konsep investasi sosial perusahaan “*seat belt*”, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sekarang mulai nampak karena adanya kepedulian terhadap komunitas sekitar. Pada masa sekarang keberhasilan perusahaan tidak hanya dinilai dari keberhasilan komersial saja, tapi juga di ukur dari keberhasilannya dalam merebut perhatian dan simpati masyarakat di sekitar daerah operasinya (Suharto,2008)

2.1.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif dari sebuah perusahaan, yaitu dari sisi internal dan eksternal (Mursitama,2011). Manfaat dari sisi internal meliputi:

1. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Untuk itu dibutuhkan praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggungjawab sosial.
2. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan *supplier* berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan.
3. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik.

Kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah *go public*, menjadi lebih baik. Sementara itu manfaat eksternal yang dapat

diperoleh perusahaan dari penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, meliputi:

1. Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial.
2. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan satu bentuk differensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial.
3. Melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan membuka kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara publik merupakan instrument untuk komunikasi yang baik dengan khalayak.

Dari sisi perusahaan terdapat enam manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas *Corporate Social Responsibility (Priyanto,2008)*.

Pertama, mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara konsisten akan mendapat dukungan luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari aktivitas yang dijalankannya. *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan mengangkat citra perusahaan, yang dalam rentang waktu yang panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.

Kedua, *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Sebagai contoh adalah sebuah perusahaan produsen *consumer goods* yang beberapa waktu yang lalu dilanda isu adanya kandungan bahan berbahaya dalam produknya. Namun karena perusahaan tersebut dianggap konsisten dalam menjalankan aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* maka masyarakat menyikapinya dengan tenang sehingga relatif tidak mempengaruhi aktivitas dan kinerjanya.

Ketiga, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan

kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan.

Keempat, Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholdersnya*. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan yang mereka raih.

Kelima, meningkatnya penjualan. Konsumen akan lebih menyukai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang secara konsisten menjalankan aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* sehingga memiliki reputasi yang baik.

Keenam, insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

2.1.4 Program-Program *Corporate Social Responsibility*

Kartini (2009) menyebutkan enam kategori aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*, yaitu: *cause promotions, cause related marketing, corporate societal marketing, corporate philanthropy, community volunteering, dan socially responsible business practice.*

a. Promosi Kegiatan Sosial (*Cause Promotions*)

Dalam aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber dana lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekerutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu. Keuntungan yang di peroleh perusahaan dengan melaksanakan *cause promotions* ini adalah dapat memperkuat *positioning* merk perusahaan, menciptakan jalan bagi ekspresi loyalitas konsumen, memberikan peluang kepada karyawan untuk turut terlibat

dalam kegiatan sosial, menciptakan kerjasama antar perusahaan, dan dapat meningkatkan citra perusahaan.

b. Pemasaran Terkait Kegiatan Sosial (*cause related marketing*)

Dalam aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan presentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Keuntungan dengan melaksanakan *cause related marketing* adalah dapat menarik pelanggan baru, menjangkau relung pasar, meningkatkan penjualan dan membangun identitas merk yang positif.

c. Pemasaran Kemasyarakatan Korporat (*Corporate Societal Marketing*)

Dalam aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keuntungan dari melaksanakan *corporate societal marketing* adalah menunjang *positioning* merk perusahaan, menciptakan preferensi merk, mendorong peningkatan penjualan, menarik mitra dan memberikan dampak nyata terhadap perubahan sosial.

d. Kegiatan Filantropi Perusahaan (*corporate philanthropy*)

Dalam aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Baik dalam bentuk uang tunai, paket, ataupun pelayanan secara cuma-cuma. Kegiatan ini tentunya memberikan keuntungan bagi perusahaan, keuntungan tersebut diantaranya dapat meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat bisnis dimasa depan, memberi dampak penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.

e. Pekerja Sosial Kemasyarakatan Secara Sukarela (*community volunteering*) Dalam aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan

pedagang eceran atau para pemegang *franchise* agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program. Kegiatan ini dapat membangun hubungan yang mulus antara perusahaan dan komunitas, memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan, serta meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan.

f. Praktik Bisnis yang Memiliki Tanggung Jawab Sosial (*Socially responsible business practice*)

Dalam aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup. Keuntungan yang diperoleh dengan melakukan *Socially responsible business practice* adalah memberikan kontribusi untuk keberlanjutan lingkungan hidup, meningkatkan kesan baik terhadap perusahaan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.1.5 Implementasi Program Corporate Social Responsibility

Dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*, tidak ada standar aktivitas tertentu yang dianggap paling baik dari semua aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Setiap perusahaan mempunyai karakteristik tersendiri untuk mewujudkan bentuk tanggung jawab sosial mereka. Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* setiap perusahaan, tergantung dari visi, misi, budaya, lingkungan, kondisi operasional dan kebijakan pimpinan perusahaan. Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Nadya (2011) memaparkan untuk mempermudah implementasi program, pemilihan dampak dibagi menjadi tiga tingkatan, yaitu:

- a. Ring 1 yaitu daerah yang menerima dampak paling besar. Daerah yang menjadi prioritas pertama ini tidak selalu berada dekat dengan perusahaan. Misalnya, daerah yang jauh dari aktivitas produksi perusahaan, tetapi menjadi daerah pelintasan truk membawa bahan mentah. Tidak bisa dipungkiri bahwa aktivitas pengangkutan bahan mentah menimbulkan debu yang merugikan masyarakat.
- b. Ring 2 yaitu daerah yang menjadi tempat pembangunan infrastruktur pendukung perusahaan seperti pipa air atau sarana lainnya. Adanya pembangunan infrastruktur ini menimbulkan dampak fisik maupun psikologi.
- c. Ring 3 yaitu wilayah yang menerima dampak paling kecil atau sama sekali tidak ada dampak negatif.

Susiloadi (2008) memaparkan empat model atau pola *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang umum diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)* bisa dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan. Perusahaan menjalankan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, perusahaan bisa menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas divisi *human resource development* atau *public relations*.
2. *Corporate Social Responsibility (CSR)* bisa pula dilaksanakan oleh yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan atau *groupnya*. Perusahaan mendirikan yayasan atau organisasi sosial sendiri di bawah perusahaan atau *group-nya* yang dibentuk terpisah dari organisasi induk perusahaan namun tetap harus bertanggung jawab ke CEO atau ke dewan direksi. Model ini merupakan adopsi yang lazim dilakukan di negara maju. Disini perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional yayasan.

3. Sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan *Corporate Social Responsibility (CSR)* melalui kerjasama atau bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* melalui kerjasama dengan instansi pemerintah, perguruan tinggi, LSM, atau lembaga konsultan baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
4. Beberapa perusahaan bergabung dalam sebuah konsorsium untuk secara bersama-sama menjalankan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorsium yang dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan secara proaktif mencari kerjasama dari berbagai kalangan dan kemudian mengembangkan program yang telah disepakati.

Kartini (2009) membagi indikator kinerja kunci dalam implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi delapan indikator:

1. *Leadership* (kepemimpinan)
 - a. Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dikatakan berhasil jika mendapat dukungan dari *top management* perusahaan.
 - b. Terdapat kesadaran filantropik dari pimpinan yang menjadi dasar pelaksanaan program.

2. Proporsi Bantuan

Corporate Social Responsibility (CSR) dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apabila areanya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi tidak dapat dijadikan tolak ukur, apabila anggaran besar pasti menghasilkan program yang bagus.

3. Transparansi dan Akuntabilitas

a. Terdapat laporan tahunan

b. Mempunyai mekanisme audit sosial dan financial di mana audit social terkait dengan pengujian sejauh mana program-program *Corporate Social Responsibility (CSR)* telah dapat ditujukan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik dari masyarakat secara benar dengan melakukan *interview* dengan para penerima manfaat.

4. Cakupan Wilayah (*Coverage Area*)

Terdapat identifikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan.

5. Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi

a. Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan *multi-stakeholder* pada setiap siklus pelaksanaan proyek.

b. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek lokalitas, pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman, dan penerimaan terhadap budaya-budaya lokal yang ada.

c. Terdapat *blue-print policy* yang menjadi dasar pelaksanaan program.

6. Pelibatan *Stakeholder (Stakeholder Engagement)*

a. Terdapat mekanisme koordinasi regular dengan *stakeholders* utamanya masyarakat

b. Terdapat mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek.

7. Keberlanjutan (*sustainability*)

a. Terjadi alih peran dari korporat ke masyarakat.

b. Tumbuhnya rasa memiliki program dan hasil program pada diri

masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik.

- c. Adanya pilihan *partner* program yang bisa menjamin bahwa tanpa keikutsertaan perusahaan, program bisa tetap dijalankan sampai selesai dengan *partner* tersebut.
8. Hasil Nyata (*outcome*)
- a. Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter lainnya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan.
 - b. Terjadinya perubahan pola pikir masyarakat
 - c. Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis, dan terjadi penguatan komunitas.

2.2 Pengembangan Masyarakat

2.2.1 Definisi dan Konsep Pengembangan Masyarakat

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi tuntutan tak terelakkan seiring munculnya komunitas disekitar perusahaan. Perusahaan sadar bahwa keberhasilannya tidak hanya didukung oleh faktor internal, melainkan juga karena adanya pengaruh dari komunitas sekitar perusahaan. Salah satu upaya perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan komunitas sekitarnya adalah dengan melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berbasis pengembangan masyarakat atau *community development* (CD). *Community development* adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang diselenggarakan secara sistematis, terencana, dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik.

Erni (2011) mengungkapkan ada 3 kategori ruang lingkup program CD, yaitu:

1. *Community Relation*; yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) perusahaan. Dari hubungan ini, dapat dirancang pengembangan hubungan yang lebih mendalam dan terkait dengan bagaimana mengetahui kebutuhan-kebutuhan dan masalah-masalah yang ada di komunitas lokal sehingga perusahaan dapat menerapkan program selanjutnya.
2. *Community Services*; merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan komunitas ataupun kepentingan umum. Dalam kategori ini, program-program dilakukan dengan adanya pembangunan secara fisik, seperti sektor kesehatan, keagamaan, pendidikan, transportasi dan sebagainya yang berupa puskesmas, sekolah, rumah ibadah, jalan raya, dan sumber air minum. Inti dari kategori ini adalah kebutuhan yang ada di komunitas dan pemecahan tentang masalah yang ada di komunitas, dilakukan oleh komunitas sendiri dan perusahaan hanya sebagai fasilitator dari pemecahan masalah yang ada di komunitas. Kebutuhan-kebutuhan yang ada di komunitas dianalisis oleh para *community development officer*.
3. *Community Empowering*; merupakan program-program yang berkaitan dengan pemberian akses yang lebih luas kepada komunitas untuk menunjang kemandiriannya, misalnya pembentukan koperasi. Pada dasarnya, kategori ini melalui tahapan-tahapan lain seperti melakukan *community relation* pada awalnya, yang kemudian berkembang pada *community service* dengan segala metodologi panggilan data dan kemudian diperdalam melalui ketersediaan pranata sosial yang sudah lahir dan muncul di komunitas melalui program kategori ini.

Erni (2011) juga mengemukakan bahwa *Community Development* (Pengembangan Masyarakat) sebagai salah satu dari tujuh isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sarana aktualisasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang paling baik jika dibandingkan dengan implementasi yang hanya berupa *charity*, *philanthropy*, atau dimensi-dimensi *Corporate Social*

Responsibility (CSR) yang lain, karena dalam pelaksanaan pengembangan masyarakat terdapat prinsip-prinsip kolaborasi kepentingan bersama antara perusahaan dengan komunitas, adanya partisipasi, produktivitas, keberlanjutan, dan mampu meningkatkan perasaan solidaritas.

2.3 Pengertian Kesejahteraan Masyarakat

Dalam membahas kesejahteraan, tentu harus diketahui dahulu tentang pengertian sejahteraan. Sejahtera menurut W.J.S Poerwadarmita adalah ‘aman, sentosa, dan makmur’. Sehingga arti kesejahteraan itu meliputi kemandirian, keselamatan dan kemakmuran. Dalam arti sempit, kata sosial menyangkut sektor kesejahteraan sosial sebagai suatu bidang atau bagian dari pembangunan sosial atau kesejahteraan rakyat yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan manusia, terutama yang dikategorikan sebagai kelompok yang tidak beruntung dan kelompok rentan. Yaitu hal yang menyangkut program-program atau pelayanan-pelayanan sosial untuk mengatasi masalah-masalah sosial seperti, kemiskinan, ketelantaran, ketidakberfungsian fisik dan psikis, tuna sosial, tuna susila dan kenakalan remaja.

Kesejahteraan sosial memiliki arti kepada keadaan yang baik, kebahagiaan dan kemakmuran, banyak orang yang menamainya sebagai kegiatan amal. Di Amerika Serikat kesejahteraan sosial juga diartikan sebagai bantuan publik yang dilakukan pemerintah bagi keluarga miskin dan anak-anak mereka. Para pakar ilmu sosial mendefinisikan kesejahteraan sosial dengan tinggi rendahnya tingkat hidup masyarakat (Midgale,2005)

Kesejahteraan sosial adalah keseluruhan usaha sosial yang terorganisir dan mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat berdasarkan konteks sosialnya. Di dalamnya tercakup pula unsur kebijakan dan pelayanan dalam arti luas yang terkait dengan berbagai kehidupan dalam masyarakat, seperti pendapatan, jaminan sosial, kesehatan, perumahan, pendidikan, rekreasi, budaya, dan sebagainya. Salah satu landasan hukum yang dijadikan acuan adalah undang-undang nomor 6 tahun 1974 tentang ketentuan-ketentuan pokok kesejahteraan sosial. Dalam penjelasan umum ditetapkan bahwa “lapangan kesejahteraan sosial adalah sangat luas dan

kompleks, mencakup antara lain, aspek-aspek pendidikan, kesehatan, agama, tenaga kerja, kesejahteraan sosial (dalam arti sempit), dan lain-lain ” (Edi,2004)

Dalam pola dasar kesejahteraan sosial bahwa hakikat pembangunan kesejahteraan sosial adalah upaya peningkatan kualitas kesejahteraan sosial perorangan, kelompok, dan komunitas masyarakat yang memiliki harkat dan martabat, dimana setiap orang mampu mengambil peran dan menjalankan fungsinya dalam kehidupan.

Pada dasarnya semua manusia, keluarga, komunitas dan masyarakat memiliki kebutuhan sosial yang harus dipenuhi agar mereka dapat mencapai yang dimaksud dengan kebahagiaan sosial. Kebutuhan tersebut merujuk pada kebutuhan biologis, pendidikan, kesehatan yang layak dan juga interaksi sosial yang harmonis. Akhirnya kesejahteraan sosial terjadi pada komunitas yang dapat menciptakan kesempatan sosial bagi penduduknya untuk meningkatkan dan merealisasikan potensi-potensi yang ada.

Kesejahteraan atau yang biasa disebut kesejahteraan sosial merupakan serangkaian aktifitas yang terorganisir yang ditunjukkan untuk meningkatkan kualitas hidup, relasi sosial, serta peningkatan kehidupan masyarakat yang selaras dengan standar dan norm-norma masyarakat sebagai tujuan merupakan cita-cita, pedoman dan aspirasi agar terpenuhinya kebutuhan materi, sosial dan spiritual. Terkait dengan hal ini spicker yang dikutip isbandi menggambarkan kaitan dengan kebijakan sosial sekurang-kurangnya mencakup lima bidang utama yang disebut dengan Big Five Yaitu: bidang kesehatan, bidang pendidikan, bidang perumahan, bidang jaminan sosial, bidang pekerjaan sosial.

Undang-undang No 13 tahun 1998 tentang-tentang ketentuan pokok kesejahteraan masyarakat memuat devinisi tentang kesejahteraan masyarakat adalah sebagai berikut: Kesejahteraan masyarakat adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan masyarakat baik materil maupun spiritual yang diliputi oleh rasa takut, keselamatan kesusilaan dan ketentraman lahir dan batin yang memungkinkan bagi setiap masyarakat untuk mengadakan usaha penemuan kebutuhan-kebutuhan jasmani dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, keluarga

serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak asasi serta kewajiban manusia
sesuai dengan Pancasila (Anonim,2014)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha mengungkapkan gejala secara menyeluruh dan sesuai dengan konteks melalui pengumpulan data dan latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti di lapangan sebagai instrumen kunci. Selain itu, penelitian ini juga dapat dikategorikan sebagai penelitian *ex post facto* yang berbentuk korelasional. Termasuk dalam penelitian *ex post facto* karena variabel bebas dalam penelitian ini telah terjadi dan tidak dapat dimanipulasi. Penggunaan pendekatan *ex post facto* didasari oleh dua alasan yaitu penelitian ini bermaksud untuk menguji apakah yang terjadi pada subyek penelitian, dan penelitian ini bermaksud untuk menyelidiki apakah satu atau lebih kondisi yang sudah terjadi menyebabkan perbedaan perilaku pada subjek penelitian.

Tergolong penelitian korelasi karena penelitian yang dilakukan bermaksud untuk mengetahui kontribusi Cooperate Social Responsibility (CSR) terhadap kesejahteraan masyarakat Denpasar selatan. Penelitian ini diawali dengan membaca hasil penelitian yang relevan untuk mendapatkan gambaran awal terhadap topik masalah yang akan diteliti. Kemudian dilakukan identifikasi permasalahan yang akan diteliti. Untuk mendukung persiapan penelitian maka sebelumnya juga dilakukan pengumpulan berbagai konsep dan teori melalui kajian pustaka serta observasi langsung di tempat penelitian. Selanjutnya membuat desain kuesioner yang akan dipakai untuk mendapatkan data dari masing-masing responden. Untuk menghindari kesalahan teknis maka sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Setelah itu dilanjutkan pengumpulan data awal yang sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti. Berbagai data yang diperoleh, kemudian dilakukan identifikasi untuk memilah-milah data yang benar-benar bermanfaat. Selanjutnya dilaksanakan perhitungan dengan model statistik analisis regresi sederhana. Hasil perhitungan tersebut akan memberikan

informasi tentang pengaruh Cooperate Social Responsibility terhadap kesejahteraan masyarakat Denpasar Selatan. Dalam pengumpulan data akan menggunakan teknik angket, wawancara, telaah dokumen serta dilakukan observasi.

3.2.Instrument Peneliti

Dalam penelitian ini peneliti bertindak sebagai instrumen aktif sekaligus pengumpul data di lapangan. Oleh karena itu, kehadiran peneliti secara langsung di lapangan sebagai tolak ukur keberhasilan untuk memahami kasus yang diteliti, sehingga keterlibatan peneliti secara langsung dan aktif dengan informan dan atau sumber data lainnya disini mutlak diperlukan. Kehadiran dan keterlibatan peneliti di lapangan diketahui oleh subjek penelitian.

3.3.Populasi dan Sampel Penelitian

1) Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2005). Menurut Cooper (2006) populasi dibedakan menjadi populasi aktual atau populasi target (*target population*) dan populasi terjangkau (*accessibel population*). Populasi target atau populasi aktual adalah populasi yang secara nyata tersedia dan terhadapnya penelitian ideal ingin menggeneralisasikan, sedangkan populasi terjangkau adalah populasi dengan subjek penelitian adalah menunjuk orang/individu atau kelompok yang dijadikan unit atau satuan kasus yang diteliti. Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat atau warga di wilayah Denpasar selatan

2) Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai wakil populasi. Sampelnya harus mencerminkan populasi maksudnya sampel yang diambil itu mempunyai kesamaan ciri atau sifat dengan populasi yang diwakilinya (Pudjiastuti, 2003). Berdasarkan definisi di atas, mengingat jumlah populasi penelitian ini sebanyak 825 orang, maka dilakukan dengan teknik

sampling menggunakan rumus Solvin dengan batas kesalahan 15%. Dengan menggunakan rumus Slovin:

$n = N / (1 + Ne^2) = 825 / (1 + 825(0,15)^2) = 42,17$ dibulatkan menjadi 42. Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 42 orang. Setelah ditemukan jumlah sampelnya sebanyak 42 orang, selanjutnya pemilihan sample dilaksanakan dengan sistem sampling acak yaitu semua anggota dalam populasi sample mempunyai probabilitas atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sample.

3.4. Definisi Operasional

Menjelaskan variabel-variabel yang sudah diidentifikasi, maka diperlukan definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dalam penelitian. Definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel Bebas (X) adalah Cooperate Social Responsibility (CSR).
Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bentuk tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitar perusahaan berada. Dengan kata lain, CSR merupakan suatu komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan (*community wellbieng*) melalui diskresi-diskresi praktek-praktek bisnis dan kontribusi-kontribusi sumber-sumber perusahaan bagi masyarakat.
- b. Variabel Terikat (Y) adalah kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan masyarakat merupakan suatu tata kehidupan dan penghidupan masyarakat baik materil maupun spiritual yang diliputi oleh rasa takut, keselamatan kesusilaan dan ketentraman lahir dan batin yang memungkinkan bagi setiap masyarakat untuk mengadakan usaha penemuan kebutuhan-kebutuhan jasmani dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, keluarga serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak asasi serta kewajiban manusia sesuai dengan Pancasila.

3.5. Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Peneliti memberikan 5 (lima) alternatif jawaban kepada responden untuk masing – masing variabel dengan menggunakan skala 1 sampai 5, adapun skor yang diberikan yaitu:

Tabel 3.1. Instrument Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Sekaran, 2003)

Tabel 3.2 Indikator Variabel X

Variabel Utama	Definisi Operasional	Indikator atau data yang dibutuhkan	Skala Ukuran
Variabel Bebas (X) adalah Cooperate Social Responsibility (CSR).	Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitar perusahaan berada.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Community Relation</i>; kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan masyarakat. • <i>Community Services</i>; pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan komunitas ataupun kepentingan umum. • <i>Community Empowering</i>; program-program yang berkaitan dengan pemberian akses yang lebih luas kepada komunitas untuk menunjang kemandiriannya, 	Likert
Variabel Y ; Kesejahteraan masyarakat di Denpasar selatan	Aktifitas yang terorganisir yang ditunjukkan untuk meningkatkan kualitas hidup, relasi sosial, serta peningkatan kehidupan masyarakat yang selaras dengan standard an norm-norma masyarakat sebagai tujuan merupakan cita-cita, pedoman dan aspirasi agar terpenuhinya kebutuhan materi, sosial dan spiritual.	<ul style="list-style-type: none"> • Masalah-masalah sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan • Kebutuhan hidup masyarakat • Kesempatan meningkatkan taraf hidup masyarakat. 	Likert

3.6. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah perusahaan yang bergerak di bidang Tour dan Travel, yaitu PT. Perama Swara Tour dan Travel dan masyarakat Denpasar selatan yang tinggal di sekitar perusahaan.

3.7. Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka-angka yang diambil dari laporan penggunaan dana untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.
2. Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk informasi, seperti jenis kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), gambaran umum perusahaan, pelaksanaan dan informasi lain yang digunakan untuk membahas rumusan masalah.

3.7.2 Sumber Data

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil koesioner wawancara pihak perusahaan dan masyarakat.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur kepustakaan seperti buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.8. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan permasalahan yang diangkat, maka dalam pengumpulan data penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

- a) Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), merupakan data sekunder yang mendukung data primer. Dalam hal ini penulis mengadakan penelitian terhadap literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti, baik berupa buku, majalah, surat kabar, internet, dan lain-lain.
- b) Penelitian Lapangan (*Field Research*), merupakan data primer yang diperoleh dari PT. Perama Swara Tour dan Travel dan masyarakat sekitar perusahaan, teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi, merupakan pengamatan langsung terhadap objek untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks, dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian. Satori dan Komariah (2010:105) mengatakan bahwa observasi tidak untuk menguji kebenaran tetapi untuk mengetahui kebenaran yang berhubungan dengan aspek/kategori sebagai aspek studi yang dikembangkan peneliti. Observasi ialah kunjungan ke tempat kegiatan secara langsung, sehingga semua kegiatan yang sedang berlangsung atau objek yang ada tidak luput dari perhatian dan dilihat secara nyata. Semua kegiatan, objek, serta kondisi penunjang yang ada dapat diamati dan dicatat. Hal-hal yang dilakukan dalam observasi ini adalah mengenai keadaan yang sebenarnya terjadi di lokasi penelitian yang berkaitan dengan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan.
2. Kuisioner. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
3. Wawancara. Esterberg (2002) dalam Sugiyono (2012:231) mendefinisikan wawancara sebagai berikut: "*a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction if meaning about a particular topic*". Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Peneliti akan melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang bertanggung jawab dalam pengelolaan CSR PT. Perama Swara Tour dan Travel masyarakat sekitar perusahaan.
4. Dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Satori dan Komariah (2010:149) memaparkan pendapatnya mengenai studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara intens sehingga dapat

mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Dokumentasi yaitu dilakukan dengan cara mengumpulkan data berdasarkan laporan yang didapat dari pihak PT. Perama Tour dan Travel dan laporan lainnya yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini.

3.9.Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum data dianalisis terlebih dahulu ditentukan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Digunakannya instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel juga. Instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

Uji validitas dan realibilitas dimaksudkan untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan bermutu. Uji validitas dan realibilitas dilakukan terhadap alat penelitian dalam hal ini adalah kuesioner. Valid artinya data-data yang diperoleh dengan menggunakan alat (instrumen) dan dapat menjawab tujuan penelitian sedangkan reliabel artinya konsisten atau stabil. Untuk uji validitas dan realibilitas awal, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 orang responden awal diluar sampel. Maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = $n-k$. k merupakan jumlah variabel (bebas + terikat). Jadi $df = 30-2 = 28$, maka $r_{tabel} = 0.3061$. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *SPSS 16* dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid

r_{hitung} dapat dilihat pada kolom *corrected item – total correlation*

Tahap survei kuesioner berisikan 12 pertanyaan yang terdiri dari variabel bebas yaitu Cooperate Social Responsibility (CSR) dan variabel terikat yaitu kesejahteraan masyarakat di Denpasar selatan berisikan 5 pertanyaan.

Dalam penelitian ini terdapat 17 butir pernyataan, setelah diuji validitas terdapat 4 pernyataan yang tidak valid karena r_{hasil} kurang dari r_{tabel} (0,361) sehingga pernyataan yang tersisa adalah 14 butir pernyataan.

Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas

No	Butir Pertanyaan	r hasil	r tabel	Keputusan
1	1	0,776	0,361	Valid
2	2	0,554	0,361	Valid
3	3	0,498	0,361	Valid
4	4	0,692	0,361	Valid
5	5	0,554	0,361	Valid
6	6	0,228	0,361	Tidak Valid
7	7	0,596	0,361	Valid
8	8	0,539	0,361	Valid
9	9	0,787	0,361	Valid
10	10	0,258	0,361	Tidak Valid
11	11	0,352	0,361	Tidak Valid
12	12	0,515	0,361	Valid
13	13	0,742	0,361	Valid
14	14	0,513	0,361	Valid
15	15	0,564	0,361	Valid
16	16	0,180	0,361	Tidak Valid
17	17	0,705	0,361	Valid

(Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16)

Dari tabel 3.3. diketahui data yang tidak valid berada pada pernyataan 6, 10, 11 dan 16. Pernyataan-pernyataan tersebut harus dibuang serta dilakukan pengujian kembali, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas (valid)

No	Butir Pertanyaan	r hasil	r tabel	Keputusan
1	1	0,757	0,361	Valid
2	2	0,581	0,361	Valid
3	3	0,498	0,361	Valid
4	4	0,663	0,361	Valid
5	5	0,535	0,361	Valid
6	6	0,548	0,361	Valid
7	7	0,592	0,361	Valid
8	8	0,582	0,361	Valid
9	9	0,792	0,361	Valid
10	10	0,685	0,361	Valid
11	11	0,377	0,361	Valid
12	12	0,453	0,361	Valid
13	13	0,735	0,361	Valid
14	14	0,541	0,361	Valid
15	15	0,662	0,361	Valid
16	16	0,662	0,361	Valid
17	17	0,713	0,361	Valid

(Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16)

Tabel 3.4. menunjukkan bahwa 17 butir pertanyaan valid dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan butir pernyataan yang memiliki nilai tertinggi adalah 0.757 dan nilai terendah adalah pernyataan 0.377. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut valid dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya.

Uji Reliabilitas menggunakan kriteria:

- a. Jika $r_{alpha} > r_{tabel}$ maka pernyataan reliabel;
- b. Jika $r_{alpha} < r_{tabel}$ maka pernyataan tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas berdasarkan data yang diolah peneliti dengan bantuan *Software SPSS ver. 16* dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut:

Tabel 3.5. Reliabilitas Kusioner

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	17

(Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 16)

Tabel 3.5. menunjukkan bahwa $r_{\text{alpha}} (0.896) > r_{\text{tabel}} (0.361)$. Maka dapat dijelaskan bahwa pada pernyataan yang terdapat pada kusioner adalah reliabilitas dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.10. Teknik Analisis

Dalam suatu penelitian sangat diperlukan analisis data yang berguna untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sugiyono (2012:09) memaparkan mengenai pengertian metode penelitian kualitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Analisis data dilakukan secara induktif, yaitu dimulai dari lapangan atau fakta empiris dengan cara terjun ke lapangan kemudian mempelajari fenomena yang ada di lapangan. Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2012:246), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya

sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

- a. *Data reduction* (Reduksi Data). Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.
- b. *Data Display* (Penyajian Data). Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data.
- c. Analisis *deskriptif-kualitatif* merupakan suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya.
- d. Metode Statistik untuk menganalisis data dengan menggunakan regresi sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Peneliti menggunakan bantuan program *software SPSS* versi 16.0 agar hasil yang diperoleh lebih terarah. Persamaan regresi sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

- Y = Kesejahteraan Masyarakat
- a = Konstanta
- X = Cooperate Social Responsibility
- b = Koefisien regresi
- e = Kesalahan Pengganggu (standard error)

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji secara Parsial / Individu (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara parsial (individu) menerangkan variasi variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. $H_0: b_i = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

- b. $H_a: b_i \neq 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. H_0 diterima jika $t_{hitung} < \text{tabel pada } \alpha = 5\%$
- b. H_a diterima jika $t_{hitung} > \text{tabel pada } \alpha = 5\%$

2. Pengujian Determinan (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menerangkan seberapa jauh kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) ini berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 < R < 1$), dimana semakin tinggi R (mendekati 1) berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat dan apabila $R = 0$ menunjukkan variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT. Perama Swara Tour dan Travel merupakan perusahaan biro perjalanan wisata yang berkedudukan di Bali. Perusahaan ini didirikan di Kuta pada tahun 1982 oleh I Gde Perama Yogya. Pada mulanya perusahaan ini hanya melayani rute tour pulau Bali, namun seiring dengan kebutuhan stakeholders (para wisatawan), maka kemudian perama swara tour & travel mengembangkan bisnisnya sampai ke NTB dan NTT. Pada tahun 1986, perama mendirikan kantor cabang di mataram, Lombok yang diikuti dengan pembukaan outlet di daerah senggigi, Kuta Lombok, Gili Trawangan. Pada tahun 2004, perama merintis kembali pembukaan cabang di Flores dengan kantornya yang berkedudukan di Labuan Bajo, meskipun sebelumnya perama pernah membuka cabang di flores yaitu pada tahun 1990-1996 yang kemudian terpaksa tidak dioperasikan karena terkena dampak krisis moneter.

Seiring dengan perkembangan dunia jasa pariwisata, PT. Perama Swara Tour dan Travel mengembangkan bisnisnya ke sektor jasa yang lain seperti hotel dan restaurant, resort, sport dan rekreasi, yang mana bisnis jasa tersebut dihandel oleh anak perusahaan dari PT. Perama Swara Tour dan Travel. Adapun anak Perusahaan yang dimiliki oleh PT. Perama Swara Tour dan Travel, antara lain:

1. Perama Swara Tour & Travel
2. Perama Catering Service
3. PT. Pelayaran Diana Perama Matheru
4. Perama Delta, Arts & Graphic Design Promotion Enterprise
5. Perama Hotel & Restaurant
6. Perama Resort
7. Gala Perama (Entertainment & Showbiz)
8. Perama Traditional Docking
9. Perama Sport & Recreation

10. Perama Emergency Medical Service
11. Pendidikan dan Pelatihan Perama
12. Perama Shuttle Bus
13. Perama Tracking & Climbing

PT. Perama Swara Tour dan Travel mengembangkan dan mengimplemantasikan konsep “social business” dalam semua praktek bisnis yang dijalankannya. Ini artinya bahwa praktek bisnis yang dilakukan oleh Perama bukan semata-mata demi keuntungan material tetapi lebih mengedepankan dampak bisnis terhadap lingkungan sosial. Di dalam pengembangan bisnis, PT. Perama Swara Tour dan Travel menempatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata yang ia kembangkan sebagai the leading sektor. PT. Perama Swara Tour dan Travel hanya memfasilitasi pengembangan pariwisata dan membantu kegiatan promosi. Sedangkan masyarakat merupakan pengelola dari pariwisata tersebut.

Bentuk Implementasi CSR PT. Perama Center

Sebagai bentuk dan tanggung jawab sosial perusahaan, PT. Perama Center juga menerapkan mekanisme CSR dalam manajemen perusahaannya. Dari data-data di lapangan baik dari hasil wawancara dengan informan maupun data dari studi dokumen perusahaan, ada dua model CSR yang dilakukan oleh perama;

4.1.1 Penerapan Social Bisnis dengan Masyarakat sebagai Penerima manfaatnya

PT. Perama Swara Tour dan Travel sebagai bagian dari bisnis yang bergerak di sektor pariwisata, konsep sosial bisnis yang dirancang yaitu dengan memberdayakan kapasitas dan kapabilitas dari masyarakat untuk pengelolaan pariwisata. PT. Perama memfasilitasi dan memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang bagaimana cara mengelola kawasan wisata, pentingnya menjaga kelestarian dan kebersihan, cara memperlakukan wisatawan, dan lain sebagainya. Kegiatan CSR yang berbentuk seperti ini banyak dilakukan oleh PT. Perama di luar wilayah provinsi Bali misal di Pelabuhan Bajo, NTB dan di NTT.

Konsep sosial bisnis ini, Menurut Perama menerapkan mekanisme profit sharing (pembagian keuntungan) antara masyarakat sebagai pihak pengelola dengan pemerintah dan PT. Perama sebagai penyedia fasilitas pendukung. Persentase keuntungan pembagiannya lebih banyak kepada para pengelola yaitu sebesar 60%. Sedangkan peran yang dimainkan oleh PT. Perama adalah sebagai pihak penyedia layanan dan sebagai mediator serta menjadi daerah pariwisata yang dikelola oleh masyarakat sebagai destinasi pariwisata. Konsep Sosial Bisnis ini banyak diterapkan di daerah luar pulau Bali, seperti di Lombok, Labuan Bajo NTB dan di NTT.

4.1.2 Pengalokasian 20% dari keuntungan untuk CSR

PT. Perama dan semua anak perusahaan mengalokasikan keuntungan perusahaan sebesar 20% untuk dana CSR. Dana CSR yang terkumpul tiap tahunnya dikelola langsung oleh PT. Perama Swara Tour dan Travel. Adapun besaran dana CSR yang terkumpul dalam tiap tahunnya sebesar 30 – 50 Juta. Menurut Bapak Perama, dana CSR tersebut tidak hanya digunakan untuk kegiatan sosial, akan tetapi juga untuk peningkatan kualitas SDM serta mengikuti pendidikan atau pelatihan.

PT. Perama Swara Tour dan Travel yang memiliki visi dan misi pengembangan pariwisata. Kegiatan bakti sosial tidak hanya dilakukan dengan kegiatan sembako murah dan pembagian alat tulis dan seragam sekolah lebih dari itu, kegiatan CSR diarahkan untuk mengajak warga masyarakat memberdayakan potensi ekonomi di lingkungan masyarakat. Disamping itu, para warga juga diberi bekal bagaimana cara melayani tamu dan mengelola tempat untuk menjadi kunjungan pariwisata.

Terkait dengan bakti sosial, PT. Perama juga turut serta dalam usaha untuk menciptakan lingkungan pantai yang hijau melalui kegiatan penanaman pohon bakau. Kegiatan penanaman pohon bakau ini diikuti oleh segenap karyawan PT. Perama dan warga binaan yang ada di daerah Pulau Serangan Denpasar Selatan. Penanaman pohon bakau ini bertujuan untuk menjaga kelestarian pantai

dari ancaman abrasi yang kian mengancam keberadaan pantai Serangan sendiri yang nota bene keberadaannya merupakan hasil dari upaya reklamasi.

Sedangkan alokasi dana CSR untuk peningkatan kualitas SDM karyawan diarahkan untuk pembiayaan kuliah karyawan serta biaya untuk mengikuti pelatihan. Ada beberapa karyawan PT. Perama yang dibiayai kuliah di salah satu Universitas Negeri yang ada di Pulau Bali.

4.2. Hasil Penelitian

Jumlah sampel penelitian sebanyak 42 orang masyarakat Denpasar selatan Tabel analisis deskriptif berisikan mengenai karakteristik dari responden penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Keterangan Umur	Total	Persentase
30 – 40	26	61,90%
> 50	16	38,09 %.
Total	42	100 %

(Sumber: responden masyarakat Denpasar Selatan)

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas usia responden adalah 30-40 tahun sebesar 61,90 % dan >50 tahun sebesar 38,09%.

Tabel 4.2. Jawaban Responden Tentang Cooperate Social Responsibility (CSR) (X)

No	Pertanyaan	Frekuensi									
		5	%	4	%	3	%	2	%	1	%
1	Pertanyaan_1	12	28,57	24	57,14	5	11,9	1	2,38	0	0
2	Pertanyaan_2	8	19,04	19	45,23	11	26,19	4	9,52	0	0
3	Pertanyaan_3	1	2,38	24	57,14	16	38,09	1	2,38	0	0
4	Pertanyaan_4	7	16,67	25	59,52	6	14,28	1	2,38	0	0
5	Pertanyaan_5	3	7,14	22	52,38	16	38,09	1	2,38	0	0
6	Pertanyaan_6	5	11,9	17	40,47	19	45,23	1	2,38	0	0
7	Pertanyaan_7	1	2,38	25	59,52	14	33,33	2	4,76	0	0
8	Pertanyaan_8	9	21,42	22	52,38	11	26,19	0	0	0	0
9	Pertanyaan_9	5	11,9	25	59,52	11	26,19	1	2,38	0	0
10	Pertanyaan_10	10	23,8	21	50	10	23,8	1	2,38	0	0
11	Pertanyaan_11	0	0	15	35,71	16	38,09	11	26,19	0	0
12	Pertanyaan_12	0	0	29	69,04	11	26,19	2	4,76	0	0

(Sumber: Hasil Jawaban responden masyarakat Denpasar selatan)

Hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 42 orang responden untuk variabel Cooperate Social Responsibility (CSR) pada Tabel 4.2. yaitu:

1. Pada butir 1 (Program CSR yang diberikan oleh PT. Perama Swara Tour dan Travel sangat bermanfaat untuk kesejahteraan masyarakat) 28,57% responden menjawab sangat setuju, 57,14% responden menjawab setuju, 11,9% responden kurang setuju, 2,38% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju. Mayoritas responden menyatakan setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden mengetahui pentingnya peranan CSR untuk kesejahteraan masyarakat.
2. Pada butir 2 (Program CSR yang diadakan oleh PT. Perama Swara Tour dan Travel sesuai dengan harapan saya) 19,04% responden menjawab sangat setuju, 45,23% responden menjawab setuju, 26,19% responden

menjawab kurang setuju, 9,52% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.

3. Pada butir 3 (Program CSR yang dilaksanakan murni bertujuan baik) 2,38% responden menjawab sangat setuju, 57,14% responden menjawab setuju, 38,09% responden menjawab kurang setuju, 2,38% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
4. Pada butir 4 (Kegiatan yang dilaksanakan dalam CSR membantu saya dalam menjalankan kegiatan sehari-hari) 16,67% responden menjawab sangat setuju, 59,52% responden menjawab setuju, 14,28% responden menjawab kurang setuju, 2,38% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
5. Pada butir 5 (Metode pelaksanaan yang dilakukan sangat mudah untuk dipahami) 7,14% responden menjawab sangat setuju, 52,38% responden menjawab setuju, 38,09% responden menjawab kurang setuju, 2,38% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
6. Pada butir 6 (Penyampaian informasi yang digunakan sesuai dengan harapan masyarakat) 11,9% responden menjawab sangat setuju, 40,47% kepala sekolah menjawab setuju, 45,23% responden menjawab kurang setuju, 2,38% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
7. Pada butir 7 (Program CSR yang dilakukan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat) 2,38% responden menjawab sangat setuju, 59,52% responden menjawab setuju, 33,33% responden menjawab kurang setuju, 4,76% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
8. Pada butir 8 (Program CSR yang diberikan tepat sasaran) 21,42% responden menjawab sangat setuju, 52,38% responden menjawab setuju, 26,19% responden menjawab kurang setuju, 0% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.

9. Pada butir 9 (Peruntukan bantuan yang diberikan sangat jelas) 11,9% responden menjawab sangat setuju, 59,52% responden menjawab setuju, 26,19% responden menjawab kurang setuju, 2,38% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
10. Pada butir 10 (Program CSR yang dilakukan meningkatkan hubungan sosial dengan masyarakat) 23,8% responden menjawab sangat setuju, 50% responden menjawab setuju, 23,8% responden menjawab kurang setuju, 2,38% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
11. Pada butir 11 (Adanya tindak lanjut dalam dalam setiap pelaksanaan kegiatan) 0% responden menjawab sangat setuju, 35,71% responden menjawab setuju, 38,09% responden menjawab kurang setuju, 26,19% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
12. Pada butir 12 (Hasil yang didapat dari kegiatan CSR tersebut sangat bagus) 0% responden menjawab sangat setuju, 69,04% responden menjawab setuju, 26,19% responden menjawab kurang setuju, 4,76% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4.3. Jawaban Responden Tentang PT. Perama Swara Tour dan Travel (Y)

No	Pertanyaan	Frekuensi									
		5	%	4	%	3	%	2	%	1	%
1	Pertanyaan_13	4	9,52	24	57,14	13	30,95	1	2,38	0	0
2	Pertanyaan_14	0	0	22	52,38	18	42,85	2	4,76	0	0
3	Pertanyaan_15	7	16,66	19	45,23	23	54,76	3	7,14	0	0
4	Pertanyaan_16	0	0	0	0	27	64,28	15	35,71	0	0
5	Pertanyaan_17	5	11,9	16	38,09	20	47,61	1	2,38	0	0

(Sumber: Hasil Jawaban responden masyarakat Denpasar Selatan)

Hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 42 orang responden untuk variabel Kinerja PT. Perama Swara Tour dan Travel Tabel 4.3. yaitu:

1. Pada butir 13 (Dengan CSR ini, saya memiliki kesempatan untuk membangun masyarakat Denpasar Selatan sesuai keahlian saya) 9,52%

responden menjawab sangat setuju, 57,14% responden menjawab setuju, 30,95% responden menjawab kurang setuju, 2,38% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.

2. Pada butir 14 (Saya merasa PT. Perama Swara Tour dan Travel dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab sosial) 0% responden menjawab sangat setuju, 52,38% responden menjawab setuju, 42,85% responden menjawab kurang setuju, 4,76% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
3. Pada butir 15 (Program CSR PT. Perama Swara Tour dan Travel dapat menggali potensi-potensi yang ada di pedesaan) 16,66% responden menjawab sangat setuju, 45,23% responden menjawab setuju, 54,76% responden menjawab kurang setuju, 7,14% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
4. Pada butir 16 (Dengan program CSR PT. Perama Swara Tour dan Travel saya tidak lagi bergantung kepada orang lain) 0% responden menjawab sangat setuju, 0% responden menjawab setuju, 64,28% responden menjawab kurang setuju, 35,71% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
5. Pada butir 17 (Saya terpacu untuk membangun desa saya) 11,59% responden menjawab sangat setuju, 38,09% responden menjawab setuju, 47,61% responden menjawab kurang setuju, 2,38% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju

4.3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresinya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4. Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.584	2.085		1.239	.222
	CSR	.326	.046	.743	7.025	.000

a. Dependent Variable: Kinerja

(Sumber: Diolah dari SPSS 16)

Tabel 4.4. menunjukkan bahwa model persamaan regresi sederhana pada penelitian ini adalah $Y = 2.584 + 0.362X + e$, dimana CSR mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kesejahteraan masyarakat. Hal itu dapat dilihat dari persamaan regresi sederhana berikut ini:

1. Konstanta bernilai 2.584 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel CSR maka kesejahteraan masyarakat akan tetap ada sebesar 2.584
2. CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Hal ini terlihat dari signifikan (0.00) dibawah (lebih kecil dari) 0.05.

1) Uji t

Uji-t pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel CSR (X) terhadap variabel kesejahteraan masyarakat (Y). Uji t dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

a) $H_0 : b_1 = 0$

Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel CSR (X) terhadap variabel kesejahteraan masyarakat (Y).

b) $H_a : b_1 \neq 0$

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel CSR (X) terhadap variabel kesejahteraan masyarakat (Y).

- c) T_{tabel} diperoleh dengan derajat bebas = $n - k$
 n = jumlah sampel yaitu 42 responden. k = jumlah variabel yang digunakan, $k = 2$ variabel (1 variabel bebas dan 1 variabel terikat), $df = n - k = 42 - 2 = 40$.

Uji-t yang digunakan adalah uji satu arah dengan $\alpha = 0,05$. Maka t_{tabel} 0.05 (40) adalah 1.684

- c) H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Output uji-t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5 Hasil Uji t_{hitung}

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.584	2.085		1.239	.222
	CSR	.326	.046	.743	7.025	.000

a. Dependent Variable: Kinerja

(Sumber: Diolah dari SPSS 16)

Tabel 4.5. menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel CSR 7.025 sedangkan t_{tabel} bernilai 1.684. Hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7.025 > 1.684$. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel CSR secara uji-t (uji parsial) berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di Denpasar selatan

2) Koefisien determinan (R^2)

Determinan (R^2) ini digunakan untuk melihat berapa besar variabel bebas (*independent variable*) mampu menjelaskan variabel terikat (*dependent variable*). Dengan kata lain koefisien determinan digunakan untuk mengukur kemampuan variabel CSR mempengaruhi variabel kesejahteraan masyarakat.

Besarnya nilai koefisien determinan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6. Identifikasi Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.541	1.269

a. Predictors: (Constant), CSR

(Sumber: Diolah dari SPSS 16)

Pada Tabel 4.6 dapat dilihat:

- a. Nilai R sebesar 0.743 sama dengan 74,3% yang menunjukkan bahwa hubungan antara CSR terhadap kesjahteraan masyarakat di Denpasar Selatan sangat erat.
- b. Nilai *R square* (angka korelasi atau r yang dikuadratkan) sebesar 0.552. *R square* disebut juga sebagai identifikasi determinasi. Besarnya nilai identifikasi determinasi 0.552 atau sama dengan 55,2%. Nilai tersebut berarti bahwa sebesar 55,2% kesejahteraan masyarakat Denpasar Selatan (Y) dapat dijelaskan oleh CSR. Serta sisanya 44,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini,
- c. Program CSR yang diberikan oleh PT. Perama Swara Tour dan Travel memberikan pengaruh terhadap kesjahteraan masyarakat di Denpasar Selatan. Sehingga dalam hal ini penulis dapat menyimpulkan bahwa Program CSR yang diberikan oleh PT. Perama Swara Tour dan Travel merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam meningkatnya kesejahteraan masyarakat Denpasar Selatan

Hasil Wawancara

Sesuai dengan Visi CSR PT. Perama Swara Tour dan Travel yaitu sosial business, tahun 2012 ini PT. Perama Swara Tour dan Travel mencanangkan program CSR. PT Perama Swara Tour dan Travel, artinya bahwa praktek bisnis yang dilakukan oleh Perama bukan semata-mata demi keuntungan material tetapi lebih mengedepankan dampak bisnis terhadap lingkungan sosial. Tiga konsep dasar inilah yang diwujudkan menjadi berbagai program peningkatan kesejahteraan, peningkatan kelestarian alam dan lingkungan sekitar serta pemberdayaan masyarakat.

Berikut ini, deskripsi dari hasil wawancara antara penulis dengan responden,:

1. PT. Perama Swara Tour dan Travel memberikan bantuan pendidikan di Wilayah masyarakat Denpasar selatan, Adapun pertanyaan yang berhubungan dengan bidang pendidikan:

“Apakah Anda mengetahui program di bidang pendidikan yang telah diberikan PT. Perama Swara Tour dan Travel? apa saja programnya?”

Sehubungan dengan pertanyaan tersebut responden mengatakan PT. Perama Swara Tour dan Travel menyalurkan kepeduliannya dengan memberikan pelatihan tentang ekonomi kreatif, beasiswa kepada siswa SD, SMP, SMA dan perlengkapan sekolah seperti buku dan alat-alat tulis. Sesuai dengan kutipan wawancara beberapa responden mengatakan:

Responden :

1. “Ada beasiswa untuk anak sekolah.”
2. “Ada beasiswa, pelatihan dan perlengkapan sekolah diberikan untuk anak sekolah.”
3. “Pendidikan gratis, ada beasiswa untuk anak SD, SMP, SMA.”
4. “Memberikan bantuan buku dan alat tulis.”
5. “Ada pelatihan dan beasiswa”
6. “PT. Perama Swara Tour dan Travel memberikan bantuan beasiswa kepada anak sekolah dan pelatihan untuk warga”
7. “Pemberian beasiswa, pelatihan dan buku untuk siswa”

enam dari sepuluh responden yang menjawab ada bantuan PT. Perama Swara Tour dan Travel yang sudah berjalan cukup efektif, walaupun ada di antara beberapa responden yang masih kurang mengetahui program tersebut. Adapun program ini akan berjalan lebih efektif apabila terdapat tindak lanjut yang lebih intensif lagi dari pihak perusahaan PT. Perama Swara Tour dan Travel mengenai keberhasilan dari program yang sedang berlangsung di masyarakat, sesuai dengan data yang diperoleh penulis dari laporan tahunan, PT. Perama Swara Tour dan Travel memiliki kegiatan utamanya meliputi: memberikan bantuan permodalan, memberdayakan kondisi sosial masyarakat sekitar perusahaan. Adapun pertanyaan yang berhubungan dengan bidang ekonomi

“Apakah Anda mengetahui program di bidang ekonomi yang telah diberikan PT. Perama Swara Tour dan Travel? apa saja programnya?”

Sehubungan dengan pertanyaan tersebut responden mengatakan PT. Perama Swara Tour dan Travel memberikan bantuan dana usaha dengan cara mengajukan proposal, Sesuai dengan kutipan wawancara dengan ini beberapa responden yang mengatakan:

- a. “Adanya bantuan modal usaha dengan cara mengajukan proposal usaha terlebih dahulu. Saya juga pernah mendapatkan bantuan,.”
- b. “Bantuan modal untuk usaha, dengan pengembaliannya dapat dicicil”
- c. “Dengan mengajukan proposal kita dapat bantuan modal usaha”

Dari kutipan wawancara tersebut, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan PT. Perama Swara Tour dan Travel sudah memperlihatkan bentuk kepeduliannya melalui program CSR dengan cara memberikan bantuan langsung kepada masyarakat dengan bentuk bantuan modal usaha dengan bunga yang sangat rendah. Meskipun demikian masih ada yang harus ditindak lanjuti mengenai pendistribusian bantuan tersebut kepada masyarakat. Masyarakat masih mengklaim bahwa pendistribusian bantuan tersebut masih kurang tepat sasaran karena menurut mereka ada beberapa masyarakat yang seharusnya mendapatkan bantuan tersebut, tetapi belum mendapatkannya.

4.2.2 Implementasi CSR dalam Upaya Pengembangan Masyarakat (*Community Development*)

Konsep *community development* merupakan istilah yang dimaksudkan untuk mewakili pemikiran tentang pengembangan masyarakat dalam konteks pembangunan sumber daya manusia ke arah kemandirian, karena tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran perusahaan (*privat service*) di tengah kehidupan masyarakat dengan berbagai kegiatannya menimbulkan ketidaksetaraan sosial ekonomi anggota masyarakat lokal dengan perusahaan ataupun pendatang lainnya, sehingga diperlukan suatu kebijakan untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian masyarakat lokal.

Ada tiga ruang lingkup program pengembangan masyarakat:

1. *Community relation*, yaitu kegiatan yang terkait dengan pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada pihak yang terkait.
2. *Community services*, merupakan pelayanan korporat untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau pun kepentingan umum.
3. *Community empowering*, adalah program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya.

Implementasi CSR PT. Perama Swara Tour dan Travel dalam upaya pengembangan masyarakat dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan dalam beberapa tahun ini. PT. Perama Swara Tour dan Travel telah melaksanakan berbagai kegiatan diberbagai bidang yang telah mencakup dalam ruang lingkup program pengembangan masyarakat. *Community relation*, dalam kategori ini, program cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) perusahaan. Dari hubungan ini, dapat dirancang pengembangan hubungan yang lebih mendalam dan terkait dengan bagaimana mengetahui kebutuhan-kebutuhan dan masalah-masalah yang ada di komunitas lokal sehingga perusahaan dapat menerapkan program selanjutnya.

Dalam *Community relation* “Kami memiliki konsultan CSR, melalui konsultan ini dilakukan mediasi dua jalur, yaitu informasi dari konsultan dan forum-

forum masyarakat yang diwakili oleh tokoh pemuda, wanita, tokoh masyarakat dan LSM. Sehingga keterwakilan elemen-elemen dari masyarakat inilah yang diadopsi masuk ke sini”.

Community service, dalam kategori ini, program-program dilakukan dengan adanya pembangunan secara fisik, seperti sektor kesehatan, keagamaan, pendidikan, dan sebagainya yang berupa puskesmas, sekolah, dan rumah ibadah. Inti dari kategori ini adalah kebutuhan yang ada di komunitas dan pemecahan tentang masalah yang ada di komunitas, dilakukan oleh komunitas sendiri dan perusahaan hanya sebagai fasilitator dari pemecahan masalah yang ada di komunitas.

Dalam hal *community empowering*, dalam kategori ini perusahaan memberikan program-program yang berkaitan dengan pemberian akses yang lebih luas kepada komunitas untuk menunjang kemandiriannya. PT. Perama Swara Tour dan Travel memberikan bantuan kepada masyarakat dalam bidang ekonomi dengan memberikan bantuan modal kepada masyarakat dan mempekerjakan masyarakat sekitar.

Program-program yang tercantum dalam Roadmap pengelolaan CSR yang disusun pada tahun 2012 dan telah dijalankan antara lain :

1. PT. Perama dan semua anak perusahaan mengalokasikan keuntungan perusahaan sebesar 20% untuk dana CSR
2. Pemberian akses yang lebih luas kepada komunitas masyarakat untuk menunjang kemandiriannya
3. Bantuan modal kepada masyarakat dan mempekerjakan masyarakat sekitar.

Tabel 4.7
Realisasi Kegiatan CSR

WILAYAH	BID PENDIDIKAN	BID. EKONOMI	TANGGAPAN MASYARAKAT
Denpasar Selatan	1. Beasiswa	1. Modal	Efektif
	2. Buku	2. Pelatihan	Efisien
	3. Alat Tulis	3. Bunga Rendah	Tepat Sasaran
	4. Pengarahan	4. Cicilan	Tidak tepat sasaran
	5. Bimbingan	5. Kemandirian	Tidak mengetahui program
	6. Pendidikan gratis	6. Akses Pasar	Peduli dan memberdayakan masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian dengan koefisien diperoleh kesimpulan bahwa “Cooperate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat Denpasar selatan dengan koefisien regresi sebesar 0.326. Hal ini berarti Cooperate Social Responsibility (CSR) mempengaruhi kesejahteraan masyarakat Denpasar selatan identifikasi determinasi 0.552 atau sama dengan 55,2% berarti bahwa sebesar 55,2% kesejahteraan masyarakat di Denpasar selatan (Y) dapat dijelaskan oleh Cooperate Social Responsibility (CSR). Serta sisanya 44,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
2. Implementasikan program CSR dalam upaya pengembangan masyarakat PT. Perama Swara Tour dan Travel yang berfokus pada program pemberdayaan bidang pendidikan dan ekonomi dirasakan telah membantu masyarakat sekitar serta dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan saat ini telah berjalan efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis menyarankan:

1. Dalam memberikan bantuan dana modal, sebaiknya perusahaan melakukan pengawasan dan rutin melakukan peninjauan, agar dana yang diberikan oleh perusahaan, tepat sasaran dan tidak disalahgunakan,
2. Adanya forum di setiap desa dan konsultan dari pihak perusahaan, sangat berperan penting dalam keberhasilan program CSR, sebaiknya perusahaan turun tangan secara langsung dalam mengevaluasi kegiatan CSR serta menampung aspirasi masyarakat mengenai program CSR, sehingga terdapat *feedback* dari kegiatan CSR dan hasilnya lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Bloom, B.S. 1976. *Human Characteristic and School Learning*. New York: McGraw Hill Book Company.
- Cooper, D.R. and Schindler, P.S. 2006. *Business Research Methods*. 9th edition. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, Philip, and Nancy Lee. 2005. *Corporate social responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. USA: Wiley.
- Midgley, James (2005), *Pembangunan Sosial; Perspektif Pembangunan dalam Kesejahteraan Sosial*, Deperta Depag RI, Jakarta.
- Pirac.2002. *Investing in Our Selves; Giving and Fund Raising In Indonesia*. Phillipine : Asian Development Bank.
- Priyanto, Susiloadi, 2008, Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan, Spirit Publik Volume 4, Nomor 2.
- Pudjiastuti, S. R. 2003. *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: STKIP Kusuma Negara.
- Rahman, Reza. *Corporate Social Responsibility*. 2009. PT Buku Kita: Jakarta
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Suharto, Edi (2007a), Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility), Bandung: Refika Aditama
- Tjokrowinoto, M. 2005. Pengurangan Kemiskinan Melalui Pariwisata: Perspektif Kebijakan Publik. Dalam Damanik, J., H.A. dan Raharjana, D.T (Ed). Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pariwisata. Yogyakarta: Kepel Press:53.

Zaleha, S. 2008. *Peranan Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Inalum Divisi PLTA. Siguragura terhadap Pengembangan Sosio Ekonomi Masyarakat Kecamatan Pintupohan Meranti Kabupaten Toba Samosir*. Tesis. Program Studi Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Pedesaan (PWD). Medan: Universitas Sumatra Utara.

Sumber dari website

http://www.bali.bps.go.id/pressrelease/BRS_Kemiskinan_07_2010.pdf, diakses pada tgl 25/2/2011

http://bali.bps.go.id/index.php?reg=pdf_read&file=brs/miskin/brs_miskin_01_2012.pdf, diakses 17/4/2012

<http://www.dictionary.com>

Wikipedia (2008), Corporate Social Responsibility,
http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian dengan judul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* PT. Perama Swara Tour dan Travel Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Denpasar selatan**”. Informasi yang Bapak/Ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya. Atas bantuan Bapak/Ibu yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi angket kuesioner penelitian ini.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Golongan :

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Pernyataan-pernyataan ini dinilai dengan memberikan tanda *V* pada salah satu pilihan yang paling sesuai menurut anda. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut:

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

III. DAFTAR PERTANYAAN

Variabel Cooperate Social Responsibility (CSR)						
No	Pertanyaan	5	4	3	2	1
1	Program CSR yang diberikan oleh PT. Perama Swara Tour dan Travel sangat bermanfaat untuk kesejahteraan masyarakat.					
2	Program CSR yang diadakan oleh PT. Perama Swara Tour dan Travel sesuai dengan harapan saya.					
3	Program CSR yang dilaksanakan murni bertujuan baik					
4	Kegiatan yang dilaksanakan dalam CSR membantu saya dalam menjalankan kegiatan sehari-hari.					
5	Metode pelaksanaan yang dilakukan sangat mudah untuk dipahami.					
6	Penyampaian informasi yang digunakan sesuai dengan harapan masyarakat.					
7	Program CSR yang dilakukan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat					
8	Program CSR yang diberikan tepat sasaran.					
9	Peruntukan bantuan yang diberikan sangat jelas.					
10	Program CSR yang dilakukan meningkatkan hubungan sosial dengan masyarakat					
11	Adanya tindak lanjut dalam dalam setiap pelaksanaan kegiatan.					
12	Hasil yang didapat dari kegiatan CSR tersebut sangat bagus.					

Variabel Kesejahteraan Masyarakat (Y)						
No	Pertanyaan	5	4	3	2	1
1	Dengan CSR ini, saya memiliki kesempatan untuk membangun desa sesuai keahlian saya					
2	Saya merasa PT. Perama Swara Tour dan Travel dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab sosial					
3	Program CSR PT. Perama Swara Tour dan Travel dapat menggali potensi-potensi yang ada di masyarakat.					
4	Dengan program CSR PT. Perama Swara Tour dan Travel saya tidak lagi bergantung kepada orang lain.					
5	Saya terpacu untuk membangun daerah saya.					

“ TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI BAPAK / IBU”

LAMPIRAN 2

Tabulasi Jawaban Responden

Res	PI	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	PII	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	2	3
2	3	5	3	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4
3	3	2	3	2	3	5	2	3	2	4	2	2	3	3	3	3	2
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	2	3	5	4	5	2	5
5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	2	4
6	4	3	3	5	3	4	4	5	5	3	3	3	3	4	5	2	3
7	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	4
9	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
10	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4
12	2	2	3	3	2	2	3	3	3	5	2	3	2	2	2	3	3
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4
14	5	5	3	5	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3
15	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4
16	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
17	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3
18	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	5	2	3
19	4	4	3	4	5	5	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4
21	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4
22	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	5	2	5
23	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3
24	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4
25	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	2	3
26	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	3	3
27	5	3	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4
28	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	4	4	4	4	3	5
29	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4
30	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
31	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	5	2	3
32	4	4	3	4	5	5	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4
34	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4
35	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	5	2	5
36	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3
37	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4
38	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	2	3
39	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	3	3
40	5	3	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4
41	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	4	4	4	4	3	5
42	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4

LAMPIRAN 3

Tabulasi Jawaban variabel X

Res	PI	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
1	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	43
2	3	5	3	4	4	4	2	3	4	3	3	3	41
3	3	2	3	2	3	5	2	3	2	4	2	2	33
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	2	3	53
5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	48
6	4	3	3	5	3	4	4	5	5	3	3	3	45
7	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	46
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
9	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	36
10	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	37
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	44
12	2	2	3	3	2	2	3	3	3	5	2	3	33
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
14	5	5	3	5	4	4	3	3	5	4	4	4	49
15	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	43
16	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	44
17	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	43
18	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	42
19	4	4	3	4	5	5	4	3	3	3	2	4	44
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
21	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	45
22	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	47
23	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	42
24	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	47
25	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	42
26	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	49
27	5	3	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	48
28	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	4	49
29	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	4	49
30	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	44
31	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	42
32	4	4	3	4	5	5	4	3	3	3	2	4	44
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
34	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	45
35	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	47
36	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	42
37	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	47
38	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	42
39	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	49
40	5	3	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	48
41	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	4	49
42	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	4	49

LAMPIRAN 4

Tabulasi Jawaban variabel Y

Res	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1	3	3	4	2	3	15
2	3	3	4	2	4	16
3	3	3	3	3	2	14
4	5	4	5	2	5	21
5	5	4	4	2	4	19
6	3	4	5	2	3	17
7	4	3	3	3	3	16
8	4	3	5	3	4	19
9	3	4	3	3	3	16
10	3	2	3	3	3	14
11	4	4	3	3	4	18
12	2	2	2	3	3	12
13	4	4	4	2	4	18
14	3	3	4	3	3	16
15	4	3	3	3	4	17
16	4	4	4	3	3	18
17	4	4	3	2	3	16
18	4	4	5	2	3	18
19	3	3	4	3	3	16
20	4	4	2	3	4	17
21	4	3	4	3	4	18
22	4	3	5	2	5	19
23	4	3	3	3	3	16
24	4	4	4	2	4	18
25	3	4	3	2	3	15
26	3	4	3	3	3	16
27	5	4	4	3	4	20
28	4	4	4	3	5	20
29	4	3	4	3	4	18
30	4	3	4	3	3	17
31	4	4	5	2	3	18
32	3	3	4	3	3	16
33	4	4	2	3	4	17
34	4	3	4	3	4	18
35	4	3	5	2	5	19
36	4	3	3	3	3	16
37	4	4	4	2	4	18
38	3	4	3	2	3	15
39	3	4	3	3	3	16
40	5	4	4	3	4	20
41	4	4	4	3	5	20
42	4	3	4	3	4	18

LAMPIRAN 5

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CSR ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kesejahteraan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.541	1.269

a. Predictors: (Constant), CSR

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79.442	1	79.442	49.350	.000 ^a
	Residual	64.391	40	1.610		
	Total	143.833	41			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable:
Kesejahteraan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.584	2.085		1.239	.222
	CSR	.326	.046	.743	7.025	.000

a. Dependent Variable: Kesejahteraan

