



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT
DESA HUTALOMBANG PADA PT.
VIKTORINDOALAM LESTARI**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi(SE)dalam
Bidang Manajemen Bisnis Islam*

Oleh

**Lanni Dalimunthe
NIM. 12 230 0103**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
KOTA PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2017**



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT
DESA HUTALOMBANG PADA PT.
VIKTORINDO ALAM LESTARI**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Serjana Ekonomi (SE) dalam
Bidang Manajemen Bisnis Islam*

Oleh

**Lanni Dalimunthe
NIM. 12 230 0103**

Pembimbing I

**Budi Gautama Siregar, MM
NIP. 19790720 201101 1 005**

Pembimbing II

**Azwar Hamid, MA
NIP. 19860311 201503 1 005**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
KOTA PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2017**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Skripsi
a.n. **LANNI DALIMUNTHER**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, **30-08-2017**
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di_
Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **LANNI DALIMUNTHER** yang berjudul: **"Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutalombang Pada PT. Viktorindo Alam Lestari"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis Islampada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak kami ucapkan teima kasih yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


Budi Gautama Siregar, MM
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II


Azwar Hamid, MA
NIP. 19860311 201503 1 005

PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LANNI DALIMUNTHE
NIM : 12 230 0103
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutalombang Pada PT Viktorindo Alam Lestari**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 16 - 06 - 2017
Pembuat Pernyataan,



LANNI DALIMUNTHE
NIM. 12 230 0103

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : LANNI DALIMUNTHER
Nim : 12 230 0103
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institusi Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutalombang Pada PT. Viktorindo Alam Lestari Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif** ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 16 - 06 - 2017

Yang menyatakan,




LANNI DALIMUNTHER
NIM. 12 230 0103



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : LANNI DALIMUNTHER
NIM : 12 220 0103
JUDUL SKRIPSI : **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR)
Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutalombang
Pada PT. Viktorindo Alam Lestari**

Ketua

Sekretaris

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Abdul Nasser Hasibuan, SE., M. Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Anggota

1. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

2. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M. Si
NIP. 19790525 200604 1 004

3. Mudzakkir Khotib Siregar, M.A
NIP. 19721121 199903 1 002

4. Budi Gautama Siregar, MM
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan

Hari/Tanggal : Rabu /30 Agustus 2017

Pukul : 10.00 s/d 13.00

Hasil/Nilai : Lulus/75,87 (B)

Predikat : Amat Baik

IPK : 3,02



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR)
Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutalombang
Pada PT. Viktorindo Alam Lestari**

**NAMA : LANNI DALIMUNTHE
NIM : 12 220 0103**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam bidang Ilmu Manajemen Bisnis



Padangsidimpuan, 26 - September 2017
Dekan,

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : LANNI DALIMUNTHER
Nim : 12 230 0103
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutanlombang Pada PT. Viktorindo Alam Lestari

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutanlombang Pada PT. Viktorindo Alam Lestari. Penelitian ini di latar belakang dengan saat sekarang pada kenyataannya masih banyak masyarakat Desa Hutanlombang yang mengatakan atas ketidakpuasan terhadap tanggung jawab apa yang dilakukan oleh perusahaan PT. Viktorindo Alam Lestari atas kewajiban dan tindakan yang harus di lakukan ataupun di penuhi oleh perusahaan karena banyaknya efek negative yang diterima oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kepuasan masyarakat Desa Hutanlombang.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kepuasan masyarakat Desa Hutanlombang. Praktik pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) tidak memperhatikan aspek kerentanan dan keterbatasan daya dukung dari SDA, kesejahteraan masyarakat local/setempat, pekerja, dan kerusakan lingkungan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Yang kemudian di analisis menggunakan alat bantu computer dengan menggunakan program SPSSversi 23. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) (variabel bebas) dan kepuasan masyarakat Desa Hutanlombang (variabel terikat).

Berdasarkan pengukuran regresi, maka persamaan regresi sederhana yang terbentuk adalah $CSR = 18.344 + 0.574 KM + e$. Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 6.481 dan t_{tabel} sebesar 1.663 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Berdasarkan nilai signifikan ditunjukkan dengan nilai $0.000 < 0.05$ (nilai taraf signifikan) kemudian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap KM PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas tersebut ditunjukkan dengan perolehan R sebesar 0.575 dan R^2 0.331 atau 33,1% yang artinya bahwa variasi variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 33,1%. Sedangkan sisanya 66,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Kata Kunci : *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dan Kepuasan Masyarakat

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan, beserta keluarga dan para sahabatnya. Amin.

Skripsi ini berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutalombang Pada PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padanglawas untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Jurusan Ekonomi Syariah, Konsentrasi Manajemen Bisnis Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunte, M.A Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si, Wakil

Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Muhammad Isa, ST., MM, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Ibu Delima Sari Lubis, M.A, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M, sebagai Pembimbing I dan Bapak Azwar Hamid MA, sebagai Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi Peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teristimewa kepada Ayah tercinta Sahut Dalimunthe serta Ibu tercinta Ratna Wati Daulay yang telah membimbing dan memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini, serta memberi doa yang tiada lelahnya serta berjuang demi kami anak-anaknya.
7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuandandorongan yang sangat bermanfaat bagi Peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Teristimewa kepada teman-teman saya, (Nur Hasanah, Asna Sari, Masrohani, Irma, Pitri Ansari, juliani) teman-teman kos saya dan adik-adik saya (Nur Ainun Sihombing, Netti Hairani Dalimunthe) yang selalu membantu dan memberikan motivasi kepada Peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah-3/MB-2 angkatan 2012, yang selama ini telah berjuang bersama-sama.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu Peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Ungkapan terima kasih, peneliti hanya mampu berdoa semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, diterima di sisi-Nya dan dijadikan-Nya amal shaleh serta mendapatkan imbalan yang setimpal, juga peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat memperbaiki.

Padang, 12 Desember 2017

Peneliti,

LANNI DALIMUNTHER
NIM.12 230 0103

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam translit erasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translit erasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	NamaHuruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofthong dan vokal rangkap atau difthong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	a
— /	Kasrah	I	i
— ُ	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
يَ.....	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُ.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ.....	fathah dan alif atau ya	a	a dan garis atas
اِ.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
اُ.....	dommah dan wau	u	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, translit erasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditranslit erasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam translit erasiin itanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddahitu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

اَل . Namun dalam tulisan translit erasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditranslit erasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditranslit erasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam translit erasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam translit erasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu di satukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman translit erasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman translit erasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Berita Acara Ujian Munaqasyah	
Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	7
D. Definisi Operasional Variabel	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	9
G. Kegunaan Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan.....	9
 BAB II LANDASAN TEORI	 11
A. KerangkaTeori	11
1. Kepuasan Masyarakat	11
a. Pengertian Kepuasan Masyarakat	11
b. Fungsi Kepuasan Masyarakat	12
c. Tujuan Kepuasan Masyarakat	13
d. Faktor Kepuasan Masyarakat.....	14
2. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	17
a. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	17
b. Ruang Lingkup <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	19
c. Prinsip-Prinsip <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .	21
d. Faktor <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	22
3. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	
Terhadap Kepuasan Masyarakat	29
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Pikir	34
D. Hipotesis Penelitian	35

BAB III Metodologi Penelitian	37
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
B. Jenis Penelitian	37
C. Sumber Data	37
D. Populasi dan sampel.....	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel.....	39
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	43
1. Uji Validitas Instrumen	43
2. Uji Reliabilitas Instrumen	44
G. Pengolahan dan Analisis Data	44
1. Uji Deskriptif Kuantitatif.....	45
2. Uji Normalitas.....	45
3. Analisis Linearitas	46
4. Regresi Linear Sederhana	47
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	48
6. Uji Hipotesis (Uji t)	48
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 50
A. Gambaran Objek Penelitian	50
1. Visi dan Misi.....	50
2. Sasaran dan tujuan Tanggung Jawab	50
B. Hasil Analisis Data Penelitian	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	53
3. Analisis Deskriptif	54
4. Uji Normalitas.....	55
5. Uji Linearitas.....	56
6. Koefisien Determinasi (R^2).....	57
7. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	57
8. Analisis Regresi Linear Sederhana	58
C. Pembahasan Hasil Penelitian	59
D. Keterbatasan Penelitian.....	63
 BAB V PENUTUP	 64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Defenisi Operasional Variabel	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Data Jumlah Masyarakat Desa Hutalombang	38
Tabel 3.2 Skala Likert	42
Tabel 3.3 Kisi-kisi Angket <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	43
Tabel 3.4 Kisi-kisi Angket Kepuasan Masyarakat.....	43
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Masyarakat	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif.....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji koefisien Determinasi	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t)	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	58

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	Kerangka Pikir.....	35
------------	---------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian

Lampiran 3	Data Responden
Lampiran 4	Jawaban Angket Penelitian
Lampiran 5	Transformasi Data Ordinal ke Data Interval
Lampiran 6	Hasil Uji Analisis Data
Lampiran 7	Permohonan Surat Riset
Lampiran 8	Balasan Surat Riset
Lampiran 9	Surat Selesai Penelitian
Lampiran 10	Permohonan Kesedian menjadi Pembimbing

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara penghasil kelapa sawit terbesar di dunia. Kemudian diiringi oleh negara Malaysia, dan negara-negara lain yang memiliki cuaca tropis. Tentunya pabrik-pabrik kelapa sawit semakin berkembang luas di Indonesia terutama di wilayah Kalimantan dan Sumatera. Permintaan kelapa sawit di dunia meningkat sangat tajam.

Banyaknya perusahaan yang berdiri di Indonesia khususnya yang berada di daerah Kabupaten Padang Lawas yang telah berdiri perusahaan PT. Viktorindo Alam Lestari yang merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang pertanian/perkebunan dan sekaligus pengolahan kelapa sawit dari bahan mentah ke bahan setengah jadi kemudian mengalami kemajuan sehingga mengolah bahan jadi.

Pengolahan kelapa sawit merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan usaha perkebunan kelapa sawit. Hasil utama yang dapat diperoleh berupa minyak sawit, inti sawit, sabut, cangkang dan tandan kosong. Pabrik kelapa sawit dipahami sebagai unit ekstraksi *crude palm oil* (CPO) dan inti sawit dari Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit.

Tandan Buah Segar (TBS) yang telah dipanen di kebun diangkut ke lokasi Pabrik Minyak Sawit dengan menggunakan truk. Sebelum dimasukkan ke dalam *Loading Ramp*, Tandan Buah Segar tersebut harus ditimbang terlebih dahulu pada jembatan penimbangan (*Weighing Bridge*). Perlu

diketahui bahwa kualitas hasil minyak CPO yang diperoleh sangat dipengaruhi oleh kondisi buah (TBS) yang diolah dalam pabrik.

Maka sesuai dengan kegiatan perusahaan adanya aktifitas-aktifitas yang menimbulkan efek negatif terhadap masyarakat sekitarnya misalnya, limbah yang di hasilkan, pencemaran udara, kerusakan sumber air. Maka timbullah tuntutan pertanggung jawaban social terhadap perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan Lintang Triani Wibowo “karena itu sangat penting komunikasi dengan masyarakat sekitar, atau komunitas merupakan salah satu kegiatan eksternal yang dilakukan oleh *Public Relations* suatu perusahaan untuk membina hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan publiknya.”¹

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari sebuah evaluasi karakteristiknya. Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja yang tinggi memiliki perasaan-perasaan positif tentang pekerjaan tersebut, sementara seseorang yang tidak puas memiliki perasaan-perasaan yang negatif tentang pekerjaan tersebut. Ketika individu membicarakan sikap. Pada kenyataanya, keduanya sering digunakan secara terbalik, karena para peneliti menilai kepuasan sangat penting.²

¹Lintang Triani Wibowo “Strategi Public Relations dalam Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* PT. Unilever Indonesia, Tbk Sebagai Wujud Pelestarian Lingkungan” (Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2010), hlm. 2.

²Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi Organizational Behavior* (Jakarta: Selemba Empat, 2008), hlm. 99.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*). Jika kinerja di bawah harapan maka masyarakat tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan maka masyarakat puas. Jika kinerja melampaui harapan maka masyarakat akan sangat puas, senang atau bahagia.³

Adapun fenomena atau masalah tentang kepuasan masyarakat adalah saat sekarang pada kenyataannya masih banyak masyarakat desa HutaLombangyang mengatakan atas ketidakpuasan terhadap tanggungjawab apa yang dilakukan oleh perusahaan PT. Viktorindo Alam Lestari atas kewajiban dan tindakan yang harus dilakukan ataupun dipenuhi oleh perusahaan karena banyaknya efek negatif yang diterima oleh masyarakat. Kepuasan Masyarakat sendiri merupakan faktor yang sangat penting bagian dari kenyamanan atau keamanan perusahaan itu sendiri. “Perusahaan melaksanakan aktivitas melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan aktivitas yang mendukung kegiatan sosial. Tujuannya adalah meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.”⁴

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan masyarakat Desa HutaLombang yaitu Menurut Bapak Sutan Hasibuan beliau mengatakan bahwa.

³Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011), hlm. 226.

⁴Novi Ayu Marina, “Peran dan Strategi Public Relations Melalui Corporate Social Responsibility” (Skripsi, Universitas Indonesia, 2012), hlm. 8.

Seharusnya perusahaan tersebut memberikan bantuan sosial kepada masyarakat yang bekerja dan tidak bekerja di perusahaan PT. Viktorindo Alam Lestari. Karena efek negatif perusahaan banyak menimbulkan ketidakpuasan terhadap lingkungan masyarakat, seperti pembuangan limbah pabrik juga pencemaran udara.⁵

Menurut Bapak Mulkan Anjali beliau mengatakan bahwa “Pihak perusahaan memberikan apa yang diharapkan masyarakat agar tidak terjadi lagi pembuangan limbah sembarangan, sehingga hewan yang ada di air tidak terganggu dan tidak banyak yang mati seperti ikan sungai”.⁶ Menurut bapak Ahmadi Batubara beliau mengatakan bahwa “Perusahaan seharusnya menyediakan tenaga kerja untuk masyarakat yang tidak bekerja, sehingga tidak ada lagi pengangguran di desa ini. Perusahaan seharusnya mengendalikan kesejahteraan perekonomian masyarakat desa Hotalombang.”⁷

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan masyarakat tidak memuaskan karena rasa tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat Desa Hotalombang kurang memadai. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan masyarakat, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi tanggungjawab sosial agar dapat menciptakan kepuasan bagi masyarakat. Salah satu bentuk strategi ini berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan memperhatikan tingkat kebutuhan dan kenyamanan masyarakat, hal ini dilakukan untuk melihat yang

⁵Hasil wawancara dengan Bapak Sutan Hasibuan (Masyarakat Desa Hotalombang), 19 Juni 2016, Pkl 14.30 WIB.

⁶Hasil wawancara dengan Bapak Mulkan Anjali (Masyarakat Desa Hotalombang), 19 Juni 2016, Pkl 15.00 WIB.

⁷Hasil wawancara dengan Bapak Ahmadi Batubara (Masyarakat Desa Hotalombang), 19 Juni 2016, Pkl, 16.00 WIB.

dirasakan oleh masyarakat tentang tingkat tanggungjawab atau perhatian yang diberikan perusahaan seperti apa yang diinginkan oleh masyarakat.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengkaji manfaat yang bisa dipetik dari pengaruh tanggungjawab sosial terhadap kepuasan masyarakat. Dalam penelitian Harentama Fardhani menyimpulkan bahwa: “Melalui analisis regresi, dapat diketahui bahwa faktor mutu layanan dan faktor prosedur pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat”.⁸ Dalam penelitian Filona Lestari Oskar menyimpulkan bahwa: “Kepercayaan organisasi dan kepuasan masyarakat berpengaruh secara positif terhadap komitmen organisasi serta pengaruh negatif juga dapat dilihat dari kepercayaan organisasi terhadap *intense turnover*”.⁹ Dalam penelitian Zulfi Ahaditya Arif Nugraheni menyimpulkan bahwa: “Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) berpengaruh untuk pelayanan Kantor Kecamatan Mungkid.”¹⁰

Dalam penelitian Aprilia Mardiasuti menyimpulkan bahwa: “Berdasarkan analisis data hasil penelitian secara keseluruhan pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat yang diselenggarakan oleh unit referensi UPU perpustakaan UGM mempunyai nilai yang baik.”¹¹

⁸ Harentama Fardhani, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Semarang” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010), hlm. 55.

⁹ Filona Lestari Oskar, “Pengaruh Tanggung Jawab Social (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat yang Berdampak pada Komitmen Organisasi Karyawan dalam Industri Perbankan” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Prokram Studi Ekstensi Manajemen Depok, 2012), hlm. 151.

¹⁰ Zulfi Ahaditya Arif Nugraheni “Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat Di Kantor Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hlm. 93.

¹¹ Aprilia Mardiasuti “Evaluasi Terhadap Kualitas Pelayanan Public Melalui Kajian Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) pada Unit References UPU Perpustakaan Universitas Gadjah

Terkait dengan penelitian ini ketidakpuasan masyarakat tentang pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang bina lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini mendorong peneliti mengangkat dan mengajukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hualombang Pada PT. Viktorindo Alam Lestari”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari hal-hal yang melatarbelakangi penelitian ini perlu kiranya menentukan permasalahan penelitian untuk memperjelas maksud dan tujuan penelitian ini. Sebelum memfokuskan masalah, ada baiknya diidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam bentuk pernyataan-pernyataan. Pernyataan itu harus menyarankan tidak hanya bidang yang perlu di pelajari, tetapi juga metode-metode yang akan digunakan.¹² Adapun permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya keluhan masyarakat terhadap Limbah pada PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas.
2. Terganggunya masyarakat terhadap pencemaran lingkungan pada PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas.
3. Adanya tuntutan masyarakat dalam kesejahteraan masyarakat pada PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas.

Mada” (Skripsi, Fakultas Adab dan Budaya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011), hlm. 97.

¹²Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), hlm. 28.

C. Batasan Masalah

Dari beberapa masalah yang teridentifikasi pada penelitian ini, peneliti akan memberikan batasan masalah untuk menghindari kesalahpahaman terhadap masalah penelitian. Yang mana dengan keterbatasan kemampuan, waktu, dan dana yang dimiliki peneliti, maka dari itu perlu dilakukan batasan masalah agar pembahasan ini lebih terarah dan fokus pada permasalahan yang dikaji yaitu adanya masyarakat sekitar perusahaan yang mengeluh atas ketidakadilan tanggungjawab sosial PT. Viktorindo Alam Lestari yang terletak di Desa Hutalombang.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang akan dijadikan objek pengamatan penelitian atau faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.¹³ Dalam penelitian yang mempelajari suatu *treatment*, terdapat variabel penyebab (X) atau variabel bebas (*independent variable*) dan variabel akibat (Y) atau variabel terikat (*dependent variable*).¹⁴

Untuk menghindari kesalahpahaman, terdapat istilah yang digunakan dalam penelitian, maka dibuatlah definisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah yaitu: Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel bebas (X) atau (*independent variable*), Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutalombang sebagai variabel terikat

¹³*Ibid*, hlm. 30.

¹⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 161.

(Y) atau (*dependent variable*). Mekanisme operasional variabel tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel I.I
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Analisis Strategi CSR (X)	Menganalisa semua tindakan yang dijalankan perusahaan atas tanggung jawab yang harus di lakukan perusahaan terhadap Masyarakat yang telah di wajibkan oleh UU.	1. Perspektif Masyarakat 2. Perspektif Lingkungan 3. Perspektif Ekonomi ¹⁵	Ordinal
Kepuasan Masyarakat (Y)	Pengakuan kepuasan masyarakat dalam tindakan tanggung jawab perusahaan.	1. Kepedulian Perusahaan 2. Inisiatif 3. Responsi ¹⁶	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kepuasan masyarakat Desa Hotalombangpada PT. Viktorindo Alam Lestari?

¹⁵Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 50.

¹⁶Sondang P, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 298.

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Huta Lembang pada PT. Viktorindo Alam Lestari.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai informasi bagaimana kondisi *Corporate Social Responsibility* perusahaan PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas.
2. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti khususnya di bidang tanggung jawab sosial perusahaan, serta mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan dunia bisnis nantinya.
3. Sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang masih berhubungan dengan penelitian ini.
4. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan

H. Sistematika Pembahasan

Agar proposal penelitian ini terarah dan memudahkan peneliti dalam menyusun setiap bagian proposal tersebut, maka proposal ini terdiri dari lima bab, yaitu:

Pada bab pertama berisi tentang bagian pendahuluan, yaitu yang terdiri dari beberapa pasal yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi

masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Pada bab kedua kerangka teori berkenaan dengan teori yang mendasari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu teori tentang variabel bebas dan variabel terikat, disertai dengan penelitian terdahulu serta kerangka fikir dan hipotesis.

Selanjutnya pada bab ketiga membahas tentang metodologi penelitian yang berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen serta sistematika pembahasan.

Kemudian pada bab ke empat membahas tentang hasil penelitian yang memuat deskripsi data, pengujian hipotesis, dan keterbatasan penelitian. Terakhir pada bab kelima adalah penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

a) **Kepuasan Masyarakat** Pengertian Kepuasan Masyarakat

Pengertian kepuasan masyarakat menurut kamus besar bahasa Indonesia “kepuasan merupakan perihal (yang bersifat) puas, kesenangan, dan kelegaan.”¹ Menurut Veitzhal dalam bukunya “kepuasan merupakan membandingkan suatu tindakan untuk memaksimalkan tindakan sehingga dapat meminimalkan sebuah persyaratan”.² Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon masyarakat terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja yang dirasakan setelah dilakukan. Yang menentukan kepuasan masyarakat yaitu apa yang diharapkan dan pelayanan yang diterima apabila pelayanan melebihi harapan masyarakat akan merasakan puas, apabila sebaliknya pelayanan yang diterima tidak sesuai yang diharapkan maka masyarakat tidak akan puas. Seseorang masyarakat yang puas adalah masyarakat yang merasa mendapatkan nilai dari penyedia saja.

Nilai ini bisa berasal dari pelayanan tanggung jawab yang diberikan pihak perusahaan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 902.

² Veitzhal, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada 2003, hlm. 153.

setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

b) Fungsi kepuasan masyarakat

Dalam prakteknya apabila masyarakat merasa puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan, ada dua keuntungan yang diterima perusahaan yaitu sebagai berikut:

- 1) Kepuasan masyarakat akan memperlancar proses operasional perusahaan.
- 2) Mengetahui kelemahan atau kekurangan dari masing-masing unsur dalam penyelenggara pelayanan publik.
- 3) Mengetahui kinerja penyelenggara pelayanan yang telah dilaksanakan.
- 4) Sebagai bahan penetapan kebijakan yang perlu diambil dan upaya yang perlu dilakukan.
- 5) Memacu persaingan positif antara unit penyelenggara pelayanan.
- 6) Masyarakat dapat mengetahui gambaran tentang kinerja unit penyelenggara pelayanan.

Menurut Zulfi Ahaditya Arif Nugraheni mengemukakan bahwa:

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi, tuntutan masyarakat terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik semakin dirasakan penting karena masyarakat semakin kritis terhadap produk jasa yang diperolehnya. Kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat terhadap layanan yang diberikan. Kaitannya dengan pelayanan publik, kualitas pelayanan merupakan indikator penting yang

dapat menentukan keberhasilan pemenuhan aspek-aspek pelayanan publik.³

Kepuasan masyarakat yang diberikan perusahaan akan berimbas luas bagi peningkatan keuntungan perusahaan atau dengan kata lain, apabila masyarakat puas terhadap perhatian tanggung jawab perusahaan, maka masyarakat tersebut akan loyal kepada perusahaan.

c) Tujuan Kepuasan Masyarakat

Tujuan pelayanan kepuasan masyarakat ini mempengaruhi manajer perusahaan berkewajiban bertanggung jawab. Pedoman penyusunan indeks kepuasan masyarakat dimaksudkan sebagai acuan bagi unit pelayanan instansi pemerintah dalam menyusun indeks kepuasan masyarakat. Dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kinerja unit pelayanan secara berkala sebagai bahan untuk menetapkan kebijakan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan publik selanjutnya. Bagi masyarakat, Indeks Kepuasan Masyarakat dapat digunakan sebagai gambaran tentang kinerja pelayanan unit yang bersangkutan.

Menurut Zulfi Ahaditya Arif Nugraheni mengemukakan bahwa,

Keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau instansi pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang diberikan. Indeks Kepuasan Masyarakat sebagai indikator kepuasan masyarakat disusun guna mengetahui seberapa besar kepuasan masyarakat atas pelayanan yang diberikan oleh instansi.⁴

³Zulfi Ahaditya Arif Nugraheni, "Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat Di Kantor Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hlm. 17.

⁴Zulfi Ahaditya Arif Nugraheni, *Op. Cit.*, hlm. 25.

Segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

d) Faktor kepuasan masyarakat

1) Kepedulian perusahaan

Perspektif kepedulian mempunyai ciri adanya rasa yang berkaitan dengan orang lain, termasuk perusahaan yang berdiri di setiap tempat. Kehidupan yang saling menyayangi dan peduli, dan pandangan bahwa masalah moral muncul dari tanggung jawab yang saling bertentangan, yang sering kali memerlukan interpretasi halus tentang hubungan.

Orang yang mempunyai perspektif keadilan takut terlibat berhubungan dengan orang lain. Mereka ingin melindungi hak yang mempertahankan pemisahan. Mereka yang bekerja dalam perspektif kepedulian, sebaliknya, takut bahwa moralitas yang didasarkan pada hak dan tanpa campur tangan akan memberikan sanksi berupa sikap acuh tak acuh dan ketidakpedulian. Orang yang mempunyai perspektif keadilan melontarkan kritik perspektif kepedulian sebagai tidak meyakinkan, ragu-ragu dan tidak konsisten karena penekanan pada situasi. Mereka yang mempunyai perspektif kepedulian

menganggap orientasi keadilan tidak berperasaan, tidak mempunyai emosi, dan takut pada komitmen.⁵

Setiap bisnis atau perusahaan yang berdiri di wilayah dan tempat, apalagi perusahaan itu menimbulkan menghasilkan efek negatif untuk mengatasi hasil tindakan yang dilakukan oleh perusahaan itu maka harus ada kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Supaya perusahaan tidak mengalami permasalahan terhadap masyarakat sekitarnya juga tidak terganggu proses operasionalnya.

2) Inisiatif

Inisiatif adalah kemampuan untuk memutuskan dan melakukan sesuatu yang benar tanpa harus diberitahu, mampu menemukan apa yang seharusnya dikerjakan terhadap sesuatu yang ada disekitar perusahaan, berusaha untuk terus bergerak untuk melakukan beberapa hal walau keadaan terasa semakin sulit. Bahkan dengan inisiatif yang tinggi seseorang mampu menemukan permasalahan dan kesulitan yang tersirat dan mampu juga memutuskan solusi lalu menyelesaikan permasalahan tersebut. Inisiatif merupakan hal positif pada karakter seseorang.

Maka di dunia bisnis hidup ditengah-tengah masyarakat harus menggunakan inisiatif demi kenyamanan perusahaan di setiap tempat.⁶ Perusahaan tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat,

⁵James A.F DKK., *Manajemen* (Jakarta:PT. Prenhallindo, 1996), hlm. 113.

⁶Buchari Alma, *Bisnis* (Bandung: PT. Prenhallindo, 2008), hlm. 182.

banyak kritik yang diberikan oleh masyarakat terhadap bisnis yang kurang diperhatikan.

Jadi perlu diperhatikan hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan hak-hak masyarakat. Maka akan tercegah munculnya gejala komplik antara perusahaan dengan masyarakat.⁷

3) Responsi

Cara bereaksi para individu terhadap dorongan atau isyarat bagaimana mereka berperilaku akan membentuk respon mereka. Pembelajaran dapat terjadi bahkan ketika tanggapan tidak jelas. Seperti masyarakat yang disekitar perusahaan meminta pertanggungjawaban social. Respon tidak terlibat dapat kebutuhan dengan cara satu lawan satu. Memang, kebutuhan atau motif dapat menimbulkan berbagai macam tanggapan. Respon mana yang dilakukan oleh masyarakat sangat tergantung dapat pembelajaran sebelumnya, yang pada gilirannya, tergantung pada bagaimana respon yang berkaitan itu diperkuat sebelumnya.⁸

Maka masyarakat yang menuntut pertanggungjawaban sosial, kepada perusahaan yang berdiri di setiap tempat harus memberikan respon terhadap masyarakat sekitarnya. Supaya tidak terjadi konflik antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya.

⁷*Ibid.*, hlm. 183.

⁸Leon Schiffman DKK, *Perilaku Konsumen*(Jakarta: PT INDEKS, 2007), hlm. 180.

2. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

a) *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR adalah istilah umum untuk perspektif bahwa perusahaan seharusnya memiliki kontribusi baik langsung maupun tidak langsung terhadap masyarakat, dengan menunjukkan tingkah laku yang bertanggungjawab sosial dan atau menunjukkan dengan tindakan dalam memajukan kesejahteraan. Tanggung jawab sosial dapat dinyatakan secara kategorikal dan aksiomatik bahwa tidak ada satu perusahaan pun yang tidak melakukan interaksi dengan lingkungannya.

Tanggung jawab sosial suatu perusahaan tidak terbatas kepada para pengguna produk yang dihasilkannya, akan tetapi juga pada berbagai pihak yang berkepentingan eksternal. Misalnya, suatu perusahaan harus berupaya menjadi “warga Negara korporasi” yang bertanggung jawab yang antara lain berarti ketaatan pada peraturan perundang-undangan yang diterbitkan oleh pemerintah seperti pembayaran pajak penghasilan badan, pajak pertambahan nilai, pajak ekspor dan berbagai bentuk pajak lainnya, kepemilikan berbagai perizinan yang dipersyaratkan dan lain sebagainya. Kesiediaan berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan bahkan keagamaan, yang berlangsung dalam masyarakat sekitar lokasi perusahaan adalah contoh lain.⁹

⁹ Rahmatullah, *Panduan Praktis Pengelolaan CSR Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2011), hlm. 23.

Upaya yang sungguh-sungguh dalam mengurangi polusi udara, daur ulang limbah industri, tidak mencemari air, tidak membuang limbah beracun atau bahan berbahaya lainnya adalah contoh-contoh lain lagi. Bahkan dalam sasaran jangka panjang lumrah pula untuk mencantumkan jenis-jenis partisipasi perusahaan dalam hal penciptaan lapangan pekerjaan dalam rangka mengurangi pengangguran, pemberian bantuan pada organisasi-organisasi sosial yang mengurus orang-orang miskin, orang-orang jompo, orang-orang terlantar dan yatim piatu. Jikaberbagai hal tersebut dicantumkan dalam sasaran jangka panjang, sesungguhnya bukan saja karena perusahaan diharapkan bersikap *altruistik*, akan tetapi karena demi kepentingan perusahaan juga bila perusahaan tersebut berperan serta dalam meningkatkan mutu hidup berbagai pihak dengan siapa perusahaan berinteraksi, bukan hanya secara internal akan tetapi juga eksternal.¹⁰

Dalam hal ini terjadi hubungan sosial yang dinamis, yang meliputi hubungan antara masing-masing individu perorangan dengan kelompok manusia. Konsep interaksi itu penting, karena setiap masyarakat merupakan suatu kesatuan dari individu-individu yang satu dengan yang lain berada dalam hubungan berinteraksi yang berpola mantap. Interaksi terjadi bila seorang individu dalam masyarakat berbuat sedemikian rupa sehingga menimbulkan suatu respon atau reaksi dari individu-individu lain.

¹⁰Gary Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Indonesia: PT INDEKS, 2006), hlm. 134.

Keberlanjutan dapat dilihat dari beberapa dimensi yang merupakan dimensi yang saling berkaitan dengan keberlanjutan itu sendiri, yaitu manusia, sosial, lingkungan, dan ekonomi. Keberlanjutan di bidang manusia erat kaitannya dengan pemeliharaan kualitas sumber daya manusia secara individual seperti, kesehatan, pendidikan, keterampilan, kepemimpinan, dan juga pengetahuan.¹¹

b) Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pada prinsipnya CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas daripada sekadar kepentingan perusahaan belaka. Meskipun secara moral adalah baik suatu perusahaan mengejar keuntungan, bukan berarti perusahaan dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan dari usahanya yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders*-nya dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitas usahanya sehingga secara positif, hal ini bermakna bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa, pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan para *stakeholders*-nya dengan memperhatikan kualitas lingkungan ke arah yang lebih baik.¹²

¹¹Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 188.

¹²Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm.

Kegiatan ini dapat dilakukan dalam bentuk membangun pola kemitraan dan pembinaan antara pengusaha besar, kecil, dan koperasi. Ada beberapa alasan mengapa perusahaan dilibatkan atau melibatkan diri dalam kegiatan sosial tersebut:

- 1) Perusahaan dan karyawan adalah bagian integral dari masyarakat setempat.
- 2) Perusahaan telah diuntungkan dengan mendapatkan hak untuk mengelola sumber daya alam atau aktivitas lainnya yang ada dalam masyarakat dan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Pada tingkat tertentu masyarakat telah berjasa dengan menyediakan tenaga profesional bagi perusahaan.
- 3) Perusahaan telah memperlihatkan komitmen moralnya untuk tidak melakukan aktivitas yang merugikan masyarakat.
- 4) Sebagai upaya menjalin interaksi dan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat, supaya keberadaan perusahaan dapat diterima di tengah-tengah masyarakat pada tingkat tertentu akan melahirkan rasa memiliki masyarakat terhadap perusahaan.

c) Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa filosofi pengelolaan kegiatan pertambangan tidak terlepas dari pasal 33 ayat (3) UUD 1945 yang mengatakan bahwa bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat. Sehingga pada bagian mengingat UU Minerba ditegaskan bahwa mineral dan batubara yang

terkandung dalam wilayah hukum pertambangan Indonesia merupakan kekayaan alam. Karenaitu pengelolaannya harus dikuasai oleh negara untuk memberi nilai tambah secara nyata bagi perekonomian nasional dalam usaha mencapai kemakmuran dan kesejahteraan rakyat secara berkeadilan.¹³

Oleh karena itu, pemerintah sebagai regulator dan fasilitator dalam pelaksanaan kegiatan industri sudah seharusnya menata sedemikian rupa agar kekayaan alam tersebut tidak hanya dinikmati oleh perusahaan pemegang izin, tetapi juga dinikmati oleh masyarakat. Adapun esensi pertimbangan penolakan tersebut adalah berkaitan dengan:

- 1) Dampak kerusakan sumber daya alam dan lingkungan sebagai dampak aktivitas dunia usaha telah sampai pada tingkat yang sangat mengkhawatirkan.
- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) merupakan kebijakan negara dalam bentuk *affirmative regulation*.
- 3) Pelaku usaha harus membangun hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat sekitarnya, sehingga memberikan manfaat yang sebesar-besarnya untuk kemakmuran masyarakat dengan prinsip (membangun dan mendapat keuntungan tanpa mengorbankan kepentingan orang lain).
- 4) Berkaitan dengan prinsip legitimasi dimana perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan

¹³*Ibid.* hlm. 271.

kegiatannya berdasarkan nilai-nilai keadilan dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan.

Dengan demikian, CSR merupakan suatu keharusan yang harus dilaksanakan oleh pemegang izin perindustrian dengan mengacu pada ketentuan pasal 2 UU Minerba menegaskan bahwa dalam pengelolaan perindustrian mineral.¹⁴

d) Faktor *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Konsep (CSR) mengalami perkembangan yang pesat, sering dengan tuntutan perubahan dalam lingkungan dunia usaha lebih mengedepankan konsep mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi harus pula bersikap etis dan berperan dalam penciptaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dituangkan dalam (aspek masyarakat, lingkungan dan ekonomi).¹⁵

1) Perspektif Masyarakat

Keberlanjutan di bidang kemasyarakatan adalah suatu bentuk pemeliharaan manusia secara kolektif, melalui partisipasi secara sistematis semua komponen masyarakat, baik dalam bentuk kerja sama sesama komunitas, hubungan antarkelompok dalam masyarakat, pertukaran, toleransi, etika pertemanan, kejujuran, yang terwujud pada aturan-aturan hukum dan disiplin menuju ke arah kebersamaan dan kesejahteraan.

¹⁴*Ibid.*, hlm. 274.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 303.

Pengaturan interaksi diantaranya anggota masyarakat tersebut dapat terjadi oleh karena komitmen mereka terhadap norma-norma sosial yang menghasilkan daya untuk mengatasi perbedaan-perbedaan pendapat dan kepentingan diantara mereka, suatu hal yang memungkinkan mereka menemukan keselarasan tertentu. Syarat umum untuk terciptanya hubungan positif antara interaksi dan kesenangan adalah kondisi saling menambah keuntungan yang diperoleh kedua belah pihak yang terlibat dalam proses interaksi.¹⁶

Hubungan sosial merupakan salah satu hubungan yang harus dilaksanakan yang mengandung pengertian bahwa dalam hubungan itu setiap individu menyadari tentang kehadirannya disamping kehadiran individu lain. Hal ini disebabkan bahwa dengan kata sosial berarti hubungan yang berdasarkan adanya kesadaran yang satu terhadap yang lain. Dimana mereka saling mengakui dan saling mengenal atau *mutual action* dan *mutual recognition*.

Masyarakat telah ditimpah oleh berbagai bencana alam yang besar sehingga perusahaan yang tidak mampu menyadari pentingnya isu-isu dan tantangan lingkungan bisa menghadapi konsekuensi yang parah mengelola masalah lingkungan hidup

¹⁶Revita Novi Bintari, “Peran Corporate Social Responsibility dalam Mencari Sustainable Growth” (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, 2013), hlm. 5.

tidak lagi menjadi fungsi insidental atau sekunder dari operasi perusahaan.¹⁷

Mencakup karakteristik demografi, norma, kebiasaan, dan nilai-nilai masyarakat tempat organisasi bergerak di dalamnya. Karakteristik sosial budaya yang penting adalah distribusi geografis dan kepadatan penduduk, usia, serta tingkat pendidikan. Profit demokrasi saat ini merupakan landasan bagi angkatan kerja dan masyarakat masa depan.¹⁸

Disamping itu manusia sebagai makhluk sosial dituntut pula adanya kehidupan berkelompok, sehingga keadaan ini mirip sebuah *community*. Seperti desa, suku bangsa dan sebagainya yang masing-masing kelompok memiliki ciri yang berbeda satu sama lain. Kehidupan kelompok ini ditentukan oleh adanya kepentingan, tetapi karena adanya syarat-syarat dasar daripada kehidupan bersama yang merupakan unsur pengikat kehidupan kelompok pada suatu daerah tempat tinggal tertentu yang memiliki perasaan kepemilikan bersama.

2) Perspektif Lingkungan

Keberlanjutan di bidang lingkungan hidup dapat diartikan sebagai kepedulian manusia akan kelestarian sumber daya alam yang sangat terbatas, manusia harus mengoptimalkan antara

¹⁷Fred R. David, *Manajemen Strategis*, dono Sunardi “*Strategic Management*” (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 422.

¹⁸Richard L. Daft, *Management* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 111.

kebutuhan dan sumber daya yang ada serta melestarikan dan menjamin tersedianya sumber daya bagi generasi berikutnya.

Dengan penjelasan di atas peneliti menambahkan bahasan dari Al-Qur'an yang sesuai dengan perspektif lingkungan Q.S. Al Baqarah ayat 11 adalah sebagai berikut:

﴿مُصْلِحُونَ نَحْنُ إِنَّمَا قَالُوا لَا أَرَىٰ فِي تَفْسِدُوا وَلَا لَهِمْ قِيلَ وَإِذَا

Artinya: Dan bila dikatakan kepada mereka: "Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi". mereka menjawab: "Sesungguhnya Kami orang-orang yang Mengadakan perbaikan."¹⁹

Berdasarkan ayat diatas yaitu terdapat pada kandungan tentang tanggung jawab manusia untuk memelihara lingkungan hidup dan erat kaitannya dengan implementasi kegiatan CSR melalui program kemitraan dan bina lingkungan. Dimana sebuah perusahaan peduli terhadap lingkungan sekitar dan memberikan dampak positif terhadap lingkungan disekitar perusahaan.

Bumi sendiri telah menjadi salah satu pemangku kepentingan untuk semua perusahaan bisnis. Kepentingan masyarakat dalam bisnis yang memperhatikan keseimbangan ekologis alam serta menjaga lingkungan hidup yang bersih dan sehat sangatlah tinggi. Sebagaimana diindekasikan dalam

¹⁹ Al-Qur'an karim, Surat Q.S. Al Baqarah ayat 11, Yayasan Penyelenggara, Al-Qur'an Terjemahannya, Departemen agama RI (Semarang: Toha Putra, 1999), hlm. 2.

“perspektif lingkungan hidup”. Semakin banyak bisnis dewasa ini mempertimbangkan jumlah pelatihan formal dalam masalah-masalah lingkungan hidup yang didapat oleh para calon manajer mereka.

Tantangan ekologis yang dihadapi oleh manusia organisasi mendorong para manajer untuk merumuskan strategi yang menjaga dan melestarikan sumber daya alam sekaligus mengendalikan polusi. Isu-isu lingkungan hidup mencakup penipisan ozon, pemanasan global, berkurangnya luasan hutan hujan, kerusakan habitat hewan, perlindungan terhadap spesies yang terancam punah, pengelolaan limbah, udara yang bersih, air bersih, erosi, kerusakan sumber daya alam, dan pengendalian polusi.²⁰

Green marketing adalah mendesain kegiatan *marketing* untuk melestarikan lingkungan, agar menimbulkan citra baik terhadap perusahaan. Usaha melestarikan lingkungan ini bisa berbentuk kegiatan menanam pepohonan di lingkungan perusahaan, mengolah air limbah sebelum di buang ke selokan atau sungai, memberi filter udara pada cerobong asap pabrik, mengurangi kebisingan suara mesin, dengan memasang alat peredam suara, mengurangi polusi tanah, dengan *recycling* atau mengolah kembali sampah yang dihasilkan pabrik.²¹

3) Perspektif Ekonomi

²⁰Fred R. David, *Op. Cit.*, hlm. 422.

²¹Buchari Alma, *Kewirausahaan*(Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 246.

Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari usaha-usaha manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas, dengan alat pemuas kebutuhan yang terbatas. Juga ekonomi adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam memilih dan menciptakan kemakmuran.²²

Keberlanjutan dibidang ekonomi maksudnya adalah penggunaan sumber daya modal secara efisien dan menjamin produktivitas investasi dan pertumbuhan yang wajar dari seluruh sektor.

Wujud program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya berupa bantuan-bantuan yang sifatnya jangka pendek seperti, bantuan pembangunan jalan, bantuan pembangunan sarana ibadah, atau bantuan perayaan hari-hari besar nasional, akan tetapi berupa program pemberdayaan masyarakat yang dalam jangka waktu yang panjang dapat memberikan perubahan kesejahteraan masyarakat seperti, pembuatan koperasi simpan pinjam, pemberian beasiswa, program orang tua asuh bagi usaha mikro, kecil, dan menengah.

Pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan akan memberikan dampak positif tidak hanya bagi operasional perusahaan, akan tetapi juga bagi kelangsungan eksistensi perusahaan untuk jangka panjang, keuntungan yang dapat diraih melalui program ini antara lain; dapat mengurangi biaya,

²²Francis Tantri, *Pengantar bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 1.

mengurangi risiko, membentuk reputasi, membangun modal sosial, dan meningkatkan akses pasar lebih luas.²³

Tujuan maksimasi keuntungan bagi pemilik perusahaan (*stakeholder*), seperti masyarakat sekitar, pemerintah konsumen, pemasok dan produsen itu sendiri. Untuk dapat memberikan manfaat bagi *stakeholder* tidak jarang perusahaan melakukan hal-hal yang secara *financial* tampak merugikan, misalnya kegiatan social atau amal. *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diterima luas dikalangan pelaku usaha. Dengan melihat perkembangan di atas, maka sebagian pendapat mengatakan bahwa perusahaan telah meninggalkan konsep maksimasi keuntungan sebagai tujuan perusahaan.²⁴

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat

Kata kepuasan berasal dari kata “*satisfaction*” berasal dari bahasa latin “*satis*” (cukup baik, memadai). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Dalam kajian literatur kepuasan masyarakat yang dilakukan perusahaan mereka mengidentifikasi yang diacu dalam riset kepuasan masyarakat selama periode berjalan. Meskipun definisi-definisi tersebut bervariasi yang satu dengan yang lain namun keduanya menemukan beberapa

²³*Ibid.*, hlm. 191.

²⁴Pusat Pengkajian dan Pengembangan, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 247-248.

kesamaan.²⁵ Menurut Busyra Azheri CSR sebagai upaya perusahaan untuk menciptakan harmonisasi dengan lingkungan di mana ia melakukan aktivitasnya.²⁶ Filona Lestari Oskar mengatakan bahwa “CSR mempengaruhi kepercayaan organisasi terhadap kepuasan masyarakat sehingga berdampak pada komitmen organisasi dan *intensi turnover* pada perusahaan.”²⁷ Rendi Rifki mengatakan bahwa “Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Indeks Kepuasan Masyarakat pada Kecamatan Medan Marelan mempengaruhi mutu pelayanan.”²⁸

Hasil pemaparan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa, tanggung jawab sosial perusahaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat, dengan ini tanggung jawab sosial perusahaan mampu mempengaruhi kepuasan masyarakat. CSR merupakan salah satu hal yang memiliki peranan yang cukup penting dalam hal keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Apabila perusahaan mengabaikan tanggung jawab sosialnya, maka hal tersebut dapat mengganggu keberlangsungan perusahaan yang berupa tuntutan dari lingkungan internal dan eksternal perusahaan khususnya masyarakat.

Oleh sebab itu perusahaan perlu memperhatikan kepuasan masyarakat dalam tindakan tanggung jawab atau kepedulian sosial perusahaan untuk mengantisipasi terganggunya keberlangsungan

²⁵Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality dan Satisfaction* (Yogyakarta: Andi, 2011), hlm. 292.

²⁶Busyra Azheri, *Op. Cit.*, hlm. 23.

²⁷Filona Lestari Oskar, “Pengaruh Tanggung Jawab Social (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat yang Berdampak pada Komitmen Organisasi Perusahaan dalam Industry Perbankan” (skripsi, Fakultas Ekonomi Prokram Studi Ekstensi Manajemen Depok, 2012), hlm. 73.

²⁸Rendi Rifki, “Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pemerintah Di Kecamatan Medan Marelan Dan Kecamatan Medan Labuhan” (skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan, 2014), hlm. 82.

perusahaan, perlu sikap yang tegas dan komitmen yang tinggi dari pihak perusahaan terhadap masyarakat untuk menjaga hubungan yang baik dan berkesinambungan terhadap *stakeholders*-nya. Apabila timbul ketidakpuasan masyarakat maka perusahaan mengalami hubungan yang tidak baik serta menyebabkan permasalahan terhadap perusahaan. Maka terganggu kegiatan operasional juga menurunkan nama baik perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian terdahulu tentang implementasi CSR terhadap kesejahteraan hidup masyarakat, antara lain:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (tahun)	Variabel	Hasil Penelitian
1	Aprilia Mardiasuti (2011) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga	Independen : kualitas pelayanan publik Dependen : Kepuasan Masyarakat	Melakukan penelitian tentang kualitas penyelenggaraan pelayanan publik melalui kajian indeks kepuasan masyarakat (IKM) pada unit referensi UPU perpustakaan Universitas Gajah Mada membuktikan bahwa secara keseluruhan pelayanan publik yang diselenggarakan oleh unit UPU perpustakaan UGM mempunyai nilai tingkat kualitas pelayanan baik
2	Anggraini (2008) Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Independen : <i>community support, diversity, environmental</i> Dependen : Kepuasan Masyarakat	Melakukan penelitian tentang penerapan CSR terhadap kepuasan masyarakat di PT. Inalum dengan menggunakan variabel independent <i>community support, diversity</i> , dan environment tersebut membuktikan bahwa ketiga variabel terbukti positif dan signifikan secara serempak

			mempengaruhi kepuasan masyarakat.
3	Mapisangka (2009) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang	Independen : CSR <i>goal, corporate social issue</i> , dan corporate responsibility program. Dependen : Kepuasan Masyarakat	Melakukan penelitian implementasi CSR PT. Batamindo Investment Cakrawala terhadap kesejahteraan hidup masyarakat. Variabel-variabel independent antara lain <i>Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social Issue, Corporate Relation Program</i> secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan masyarakat. Namun diantara variabel independent yang ada, hanya variabel <i>Corporate Relation Program</i> yang memiliki pengaruh terbesar terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan PT. Batamindo Investment Cakrawala.
4	Zulfi Ahaditya Arif Nugraheni (2015) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Independen : Analisis kepuasan masyarakat . Dependen: : pelayanan publik berdasarkan indeks kepuasan masyarakat	Melakukan penelitian tentang Analisis kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik berdasarkan indeks kepuasan masyarakat di kantor kecamatan mungkid kabupaten magelang. Namun diantara variabel memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat di kantor kecamatan mungkid kabupaten magelang
5	Fauziyah (2008) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya	Independen : CSR Dependen : Kepuasan Masyarakat	Melakukan penelitian pengaruh CSR terhadap kepuasan masyarakat. Penelitian dilakukan di PT. Ledo Lestari. CSR sebagai variabel independent dan kepuasan masyarakat sebagai variabel dependen dan menggunakan analisis regresi linier sederhana maka hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memberikan pengaruh yang

			positif terhadap kepuasan masyarakat di sekitar PT. Ledo Lestari.
6	Afrida Shela Mevita (2013) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang	Independen: Bauran Pemasaran dependen: kepuasan masyarakat	Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat membeli produk pada PT. Engineering Plastec di Surabaya.
7	Asti Prastiwi (2012) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang	Independen: Kualitas Produk, Harga Dependen: kepuasan masyarakat	Berdasarkan hasil penelitiannya, kualitas produk, harga secara simultan dan parsial mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam mempengaruhi terciptanya kepuasan masyarakat pada PT. Matahari Skti Surabaya.

1. Persamaan penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terdapat pengaruh di antara dua variabel X atau (*independent variable*) dengan variabel Y atau (*dependen variable*).

2. Perbedaan penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu, antara lain:

- a. Aprilia Mardiasuti, perbedaannya adalah lokasi penelitian, penelitian Aprilia Mardiasuti berlokasi di (IKM) pada unit referensi UPU perpustakaan Universitas Gajah Mada.

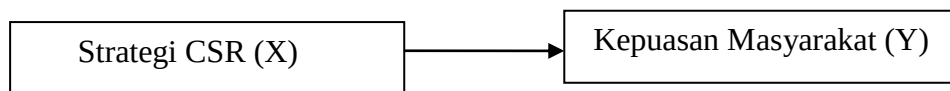
- b. Anggraini, perbedaan penelitiannya terletak pada lokasi penelitian, lokasi penelitian Anggraini berlokasi di PT. Inalum Yogyakarta.
- c. Mapisangka, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan variabel penelitian. Dimana pada penelitian Mapisangka PT. Batamindo Investment Cakrawaladi Semarang sementara penelitiannya memakainya variabel *X CSRgoal, corporate social issue, dan corporate responsibility program*.
- d. Zulfi Ahaditya Arif Nugraheni, perbedaan penelitiannya terletak pada lokasi penelitian. Lokasi penelitian Zulfi Ahaditya Arif Nugraheni berlokasi di kantor kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang.
- e. Fauziah, perbedaan penelitiannya terletak pada lokasi. Lokasi penelitian Fauziah PT. Ledo Lestari Surabaya.
- f. Afrida Shela Mevita, perbedaannya terletak pada lokasi penelitiannya, dimana Afrida Shela Mevita melakukan penelitian lokasinya di PT. Engineering Plastec di Surabaya.
- g. Asti Prastiwi, perbedaan penelitiannya terletak pada lokasi penelitian serta variabel penelitiannya. Dimana Asti Prastiwi melakukan penelitian dua variabel *X* atau independen berlokasi di PT. Matahari Sakti Surabaya.

Penelitian terdahulu yang dicantumkan di atas adalah untuk menunjukkan adanya Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yang mana perbedaannya adalah untuk mendeskripsikan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap kesejahteraan hidup masyarakat sekitar perusahaan.

C. Kerangka Pikir

Strategi merupakan langkah yang cukup baik untuk digunakan oleh para manajer untuk menghadapi dunia bisnis yang semakin tahun terus mengalami perkembangan, mulai dari strategi pertanggungjawaban masyarakat sekitar perusahaan. Maka dari itu untuk menghadapi maraknya pelaku bisnis yang berkembang solusinya strategi cukup tepat untuk ikut andil dalam dunia bisnis, strategi memiliki poin-poin tersendiri untuk menghadapi dunia bisnis modern. Adapun kerangka pikir dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Gambar2.1
Kerangka pikir



Untuk mengetahui tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya, apakah perusahaan sudah memenuhi aturan undang-undang yang berlaku untuk mengetahuinya digunakan dengan cara.

- a. Analisis tanggung jawab yang sudah di jalankan perusahaan.
- b. Besar tanggung jawab yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat.

Kepuasan masyarakat dalam tanggung jawab sosial yang diberikan perusahaan atas kerugian yang dialami oleh masyarakat sekitarnya.

D. Hipotesis

Secara etimologis, hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat. Kedua kata itu kemudian digunakan secara bersama menjadi *hypothesis* yang maksudnya adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian. Penggunaan hipotesis dalam penelitian karena hipotesis sesungguhnya baru sekadar jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan.²⁹ Sehubungan dengan pengamatan dan penelitian terdahulu, maka terdapat pengaruh positif Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutalombang pada PT. Viktorindo Alam Lestari.

²⁹Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 75.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di sekitar PT. Viktorindo Alam Lestari yang beralamat di Desa Hotalombang Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas. Penelitian ini dilaksanakan mulaidari bulan Juni2016 sampai dengan April 2017.

B. Jenis Penelitian

Menggunakan penelitian deskriptif dengan penelitian pendekatan kuantitatif.¹Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa yang sebenarnya.²Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.Sesuai dengan namanya penelitian kuantatif adalah penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan di hasilnya.³

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari satu sumber yaitu data primer, data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data

¹Tim Penyusun, *Panduan Penulisan Skripsi* (Stain Padangsidempuan, 2012), hlm. 45.

² Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2004), hlm. 157.

³Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung : Tarsito,1994), hlm.131.

pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.⁴ Untuk penelitian ini, data primeryaitu sumber data yang pokok dalam penelitian ini yang diperoleh dari masyarakat sekitar perusahaan yang menjadi sampel penelitian, data yang bersumber dari kusioner atau angket yang telah disebarkan ke Masyarakat Desa Hualombang.

D. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan dari elemen-elemen yang akan dibuat kesimpulan. Sedangkan elemen (unsur) adalah subjek dimana pengukuran akan dilakukan. Besarnya populasi yang akan digunakan dalam suatu penelitian tergantung pada jangkauan kesimpulan yang akan dibuat atau dihasilkan.⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh masyarakat Desa Hualombang Kabupaten Padang Lawas, seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1
Data Jumlah Masyarakat Desa Hualombang

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	314
2	Perempuan	328
Total		642

Sumber: Kantor Kepala Desa Hualombang Tahun 2016

⁴Burhan Bungin, *Op. Cit.*, hlm. 122

⁵Mudrajad Kuncoro. *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 36.

2) Sampel

Suharsimi Arikunto mengemukakan bahwa "sampel penelitian adalah sebagian atau mewakili dari jumlah populasi yang diteliti".⁶ Menurut Ahmad Nizar pengertian sampel adalah "sebagian dari objek yang akan diteliti yang dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili keseluruhan objek (populasi) yang ingin diteliti".⁷ Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel.⁸ Untuk memperoleh sampel peneliti menggunakan rumus sesuai pendekatan statistik menurut *Slovin*, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

n = Besaran sampel
 N = Besaran populasi
 e = Nilai kuitis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).⁹

Maka perhitungannya adalah:

$$n = \frac{642}{1 + 642(0,1)^2}$$

$$n = 86,5$$

⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 130.

⁷Ahmad Nizar, *Metodologi Penelitian* (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 46.

⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 174.

⁹Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 137-138.

$n = 87$ responden

Dalam pengambilan sampel dilakukan dengan *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota dari populasi maka dengan pertimbangan kemudahan merupakan teknik penentuan sampel dilakukan dengan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Beberapa masyarakat dari Desa Huta Lombang dijadikan sebagai sampel.

E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya, atau alat bantu bagi peneliti didalam menggunakan metode pengumpulan data.¹⁰ Instrumen sebagai pegangan para petugas lapangan merupakan pedoman satu-satunya yang sengaja disiapkan dalam bentuk yang dikehendaki untuk dipakai secara serempak dalam waktu yang ditentukan.¹¹ Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu observasi, wawancara, dan kuesioner.

1. Observasi

Observasi atau pengamatan, yaitu kegiatan keseharian manusia menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan

¹⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 101.

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 135.

pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.¹² Observasi dilaksanakan peneliti pada masyarakat desa Hotalombang Kabupaten Padang Lawas untuk mengetahui bagaimana kepuasan masyarakat yang telah dilaksanakan perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut.

2. Wawancara

Wawancara merupakan alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kuantitatif proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawacarai, dengan tanpa menggunakan pedoman wawancara.¹³ Wawancara harus difokuskan pada kandungan isi yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak masyarakat Desa Hotalombang Kabupaten Padang Lawas. Metode wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai tanggung jawab social perusahaan terhadap kepuasan masyarakat sekitarnya.

3. Angket atau Kuisioner

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui. Pengukuran kuisioner dengan

¹²Ahmad Nijar Rangkuti, *Op. Cit.*, hlm. 120

¹³*Ibid*, hlm. 127.

menggunakan skala likert, dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena social. Instrument pernyataan ini akan menghasilkan total skor bagi tiap-tiap anggota sampel yang mewakili oleh setiap nilai skor.¹⁴ Angket ini menggunakan skala likert yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Kategori	Bobot
Sangat Puas	5
Puas	4
Kurang Puas	3
Tidak Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

Sumber, Dikutip Dari Buku Statistik: Ahmad Nizar Rangkti

Dengan menyusun angket, agar tidak keluar dari pembahasan yang diteliti, maka peneliti menyusun kisi-kisi angket sebagai berikut:

Tabel. 3.3
Kisi-Kisi Angket *Corporate Social Responsibility* (CSR)

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
1	Strategi CSR	1. Perspektif Masyarakat	1, 2, 3
		2. Perspektif Lingkungan	4, 5, 6, 10
		3. Perspektif Ekonomi	7, 8, 9
Jumlah			10

¹⁴Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta :Kencana,2011), hlm.133.

Tabel. 3.4
Kisi-Kisi Angket Kepuasan Masyarakat

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
2	Kepuasan Masyarakat	1. Kepedulian Perusahaan	1, 2, 3, 4
		2. Inisiatif	5, 6, 7
		3. Responsi	8, 9, 10
Jumlah			10

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas suatu instrumen penelitian adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur.¹⁵ Dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bentuk aplikasi *Software SPSSversi 23.00* untuk memperoleh hasil yang terarah, dengan taraf signifikansi 0,05 berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Syarat lainnya yang juga penting bagi seorang peneliti adalah reliabilitas. Suatu instrumen penelitian dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi, apabila tes yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur yang hendak diukur. Uji reliabilitas dilakukan

¹⁵Sukardi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 122.

dengan bantuan aplikasi *Software SPSSversi 23.00* untuk memperoleh hasil yang terarah. Uji signifikansi dilakukan dengan taraf signifikansi 0,05. Artinya kepuasan dapat dikatakan reliabel bila nilai cronbach alpha lebih besar dari r kritis *products momen* atau kita menggunakan batasan tertentu seperti 0,6.

G. Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data terkumpul, tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data tersebut. Analisis data tentunya disesuaikan dengan tujuan dari riset yang dilakukan. Kajian dalam bidang penelitian sebenarnya sangat luas sehingga terdapat banyak sekali alat analisis yang dapat digunakan oleh para peneliti dalam mengelolah datanya.

Akan diuraikan pokok-pokok bahasan yang berkaitan dengan pemanfaatan alat analisis statistik untuk menganalisis gejala penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan aplikasi program komputer *SPSSversi 23*.¹⁶

Untuk mengetahui kepuasan masyarakat, maka data diolah dan dianalisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan rumus korelasi *product moment* dan regresi sederhana. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Deskriptif Kuantitatif

Deskriptif kuantitatif merupakan metode ilmiah untuk pencapaian validitas yang tinggi reliabilitasnya dan mempunyai peluang kebenaran ilmiah yang tinggi, sifat kuantitatif memberi bobot (*rating*), peringkat

¹⁶Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 199.

(*ranking*), atau skor. Metode ini digunakan untuk pengukuran Kepuasan Masyarakat.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data secara ordinal, interval maupun rasio. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*, dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

3. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam menganalisis korelasi atau regresi linier. Pengujian SPSS dengan menggunakan *Test for linierity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*linierity*) kurang dari 0,05. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan bantuan *Software SPSSversi 23.00*.

4. Uji Hipotesis

Untuk menentukan kriteria signifikan atau tidaknya hubungan antara kedua variabel tersebut maka perlu dirumuskan hipotesis penelitian terdahulu yaitu: Ada Pengaruh positif dan signifikan strategi

Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat pada PT. Viktorindo Alam Lstari Kabupaten Padang Lawas

Selanjutnya adalah menentukan Kepuasan pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}(\alpha, dk)$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}(\alpha, dk)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
3. Menentukan taraf signifikan (α) yaitu sebesar 5% (0,05) dengan tingkat keyakinan 95 %.
4. Menentukan derajat kebebasan (dk) sebesar $n-2$.¹⁷

5. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang bertujuan untuk menunjukkan hubungan matematis antara variabel respons dan variabel penjelas.¹⁸ Analisis regresi sederhana merupakan suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel tidak bebas (Y) dengan variabel bebas (X) dan sekaligus untuk menentukan nilai ramalan atau dugaan.

Adapun bentuk persamaan regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:¹⁹

$$Y = a + bX$$

¹⁷Gama Luky Yoastri, "Pengaruh Implementasi Program Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Konsumen Sebagai Salah Satu Ukuran Balanced Scorecard Pada PT. Madubaru Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta" (Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), hlm. 71.

¹⁸Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm. 61.

¹⁹Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 261.

Dari persamaan regresi sederhana di atas, peneliti menurunkan persamaan regresi yaitu:

$$\text{CSR} = a + b \text{ KM}$$

Dimana: CSR= *Corporate Social Responsibility*

a = Konstanta

b = Angka arah atau koefisiensi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

KM=Kepuasan Masyarakat

6. Koefisien Determinasi $(R)^2$

Koefisien determinasi $(R)^2$ pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Menurut Andi Supangat, “Koefisien determinasi adalah merupakan ukuran (besaran) untuk menyatakan tingkat kekuatan hubungan dalam bentuk persen”.²⁰ Besaran ini dinyatakan dengan notasi R. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Jika Koefisien determinasi $(R)^2$ mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Ini berarti instrumen yang digunakan semakin kuat untuk

²⁰ Andi Supangat, *Statistik: Dalam Kajian Deskriptif dan Nonparametrik* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 241.

menerangkan pengaruh variabel independen yang teliti terhadap variabel dependen.²¹

7. Uji Signifikansi Koefisien Korelasi dengan Uji t

Untuk mencari hubungan antar variabel dapat dilakukan dapat menghitung korelasi antar variabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah (dinyatakan dalam hubungan positif dan negatif) dan kuatnya hubungan antar variabel (dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi).

Selanjutnya untuk menentukan nilai koefisien korelasi maka harga t_{hitung} harus dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan taraf kesalahan tertentu. Untuk memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi (r) yang ditemukan tersebut besar atau kecil maka dapat menggunakan tabel interpretasi tingkat hubungan koefisien korelasi.

²¹Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Ed-3 (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm. 240.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan

PT. Viktorindo Alam Lestari ini dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 09 tahun 1996 tentang penggabungan kebun2 yang berada di Sumatera Utara dan Akte Notaris Harun Kamil, SH No. 37 tanggal 11 Maret 1996. Mendapat pengesahaan dari Mentri Kehakiman dengan surat keputusan No. C2-8332 HT,01,01 tanggal 08 Agustus 1996, dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 81 tanggal 08 Oktober 1996 dan perubahan anggaran dasar berdasakan Akte No. 18 dari Notaris Sri Rahayu, H.Prasetio, SH tanggal 26 September 2002 yang disetujui oleh Mentri Kehakiman dan Hak Azasi Manusia RI dengan surat keputusan NO. C-20652 HT,01,04 tanggal 23 Oktober 2002. Yang diubah terakhir kali berdasarkan akte Notaris Sri Ismiati, SH No. 11 tanggal 04 Agustus 2008, diumumkan dalam Berita Negara RI No. 90 tanggal 17 Nopember 2008, tambahan Berita Negara No. 22826.

PT. Viktorindo Alam Lestari salah satu.

2. Visi dan Misi

a. Visi

PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas “menjadi perusahaan unggul dalam usaha agro industry yang terintegrasi”.

b. Misi

Menjalankan usaha dengan prinsip-prinsip dengan usaha terbaik, inovatif dan berdaya saing tinggi.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas adalah sebagai berikut:

- a) Ketua umum PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas
- b) Ka.Dis. Tan Ryn A, terdiri dari:
 - 1) Asisten Afdeling I
 - 2) Asisten Afdeling II
 - 3) Asisten Afdeling III
 - 4) Asisten Hema/penyakit
- c) Ka.Dis. Tan Ryn B, terdiri dari:
 - 1) Asisten Afdeling IV
 - 2) Asisten Afdeling V
 - 3) Asisten Afdeling VI
 - 4) pembibitan
- d) Ka.Dis. Tan Ryn C, terdiri dari:
 - 1) Asisten Afdeling VII
 - 2) Asisten Afdeling VIII
 - 3) Asisten Afdeling IX
 - 4) transport
- e) Ka.Dis. tata usaha terdiri dari:
 - 1) Asisten gedung

- 2) Asisten tehnik
- 3) Transport produksi
- 4) Pa-pan kebun
- f) Ka.Dis. pengelolaan terdiri dari:
 - 1) Asisten pengelolaan I
 - 2) Asisten pengelolaan II
 - 3) Asisten tehnik pabrik
 - 4) Pa-pan PKS
 - 5) Asisten SDM dan umum
 - 6) Asisten puskesmas
 - 7) Dokter puskesmas
 - 8) Wakil Pa-pam

4. Sasaran dan Tujuan Tanggung Jawab

a) Sasaran

- 1) Mematuhi dan mempedomani segala bentuk ketentuan dan peraturan undang-undang Negara Republik Indonesia yang mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan
- 2) Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dilingkungan perusahaan dengan penuh komitmen dan rasa tanggung jawab melalui tata cara yang dipersyaratkan yang berlandaskan kepada sistem manajemen tanggung jawab sosial
- 3) Melakukan evaluasi secara berkesinambungan atas implementasi sistem manajemen tanggung jawab sosial perusahaan dalam rangka

peninjauan kesusilaannya dengan perkembangan perusahaan maupun peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b) Tujuan

1. Menciptakan lingkungan perusahaan yang aman sehat dan selamat dimasyarakat bagi seluruh masyarakat Desa Hualomabang Kabupaten Padang Lawas sehingga dapat mencegah terjadinya segala sesuatu yang dapat menimbulkan kerugian atau kehilangan material maupun non material.
2. Meminimalisasi akibat kurangnya tanggung jawab sosial perusahaan sehingga terciptanya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan kepatuhan tanggung jawab perusahaan yang sesuai standar operasional produksi maupun yang telah ditetapkan.
3. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman kepada seluruh masyarakat Desa Hualombang maupun pihak yang berkewajiban tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan di lingkungan perusahaan baik untuk kepentingan perusahaan maupun masyarakat secara umumnya.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kesahihan sejauh mana suatu ukuran yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mampu mengukur apa yang diukur. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid atau sah, maka perlu di uji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap item pertanyaan dengan skor total kuesioner

tersebut. Untuk item-item pertanyaan yang tidak valid harus di buang atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan. Berikut uji validitas strategi *Corporate Social Responsibility*(CSR), dan Kapuasan Masyarakat.

Tabel 4.1
Uji Validitas Strategi CSR (X)

NO	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangn
1	0.362	0,2108	Valid
2	0.663		Valid
3	0.553		Valid
4	0.630		Valid
5	0.590		Valid
6	0.669		Valid
7	0.701		Valid
8	0.595		Valid
9	0.482		Valid
10	0.659		Valid

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai r_{hitung} untuk item pertanyaan variabel strategi CSR sebanyak 10 pertanyaan. r_{tabel} dicaridengan uji 2 sisi pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 87, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,2108, dan dapat disimpulkan bahwa 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 item pertanyaan valid dan semua pertanyaan yang dinyatakan valid. Dapat disimpulkan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.2
Uji Validitas Kepuasan (Y)

NO	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.610	0.2108	Valid
2	0.765		Valid
3	0.798		Valid
4	0.587		Valid
5	0.539		Valid
6	0.646		Valid
7	0.463		Valid
8	0.615		Valid
9	0.740		Valid
10	0.661		Valid

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat item pertanyaan kepuasan dinyatakan valid yaitu 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 dan semua pertanyaan dinyatakan valid. Dapat disimpulkan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliability

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi Uji validitas dan yang tidak memenuhi maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas. Dengan menggunakan formula *cronbach alpha* $> 0,6$. Kriteria *cronbach's alpha* di bawah 0.6 dinyatakan tidak reliabilitas sedangkan 0.6-0.69 kurang baik, untuk 0.7-0.79 dinyatakan

dapat diterima dan di atas 0.8 adalah baik. Berikut hasil uji reliabilitas strategi CSR, Kepuasan Masyarakat.

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas Strategi CSR

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	10

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas, reliabilitas Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) dapat disimpulkan nilai *cronbach alpha* 0.791 > 0.6 yang berarti dinyatakan reliabel dapat di terima.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	10

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas, reliabilitas Kepuasan Masyarakat Desa Hutanlombang (Y) dapat disimpulkan nilai *cronbach alpha* 0.837 > 0.6 yang berarti dinyatakan reliabel dengan baik.

3. Deskriptif Kuantitatif

Analisis deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti min, max, mean, sum, standar deviasi, variasi, range, dan lain-lain dan untuk mengukur distribusi data dengan skewness dan kurtosis.

Tabel 4.5
Hasil Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
StrategiCSR	87	25	49	38.00	5.329
Kepuasan	87	20	50	40.16	5.320
Valid N (listwise)	87				

Sumber: Output SPSS 23

Dari output di atas dapat dilihat bahwa untuk variabel Strategi CSR, jumlah data (N) sebesar 87, Pengaruh CSR minimum sebesar 25, Strategi CSR maximum sebesar 49, Pengaruh CSR rata-rata sebesar 38.00 dan standar deviasi sebesar 5.329. untuk variabel kepuasan jumlah data (N) sebesar 87, kepuasan minimum sebesar 20, kepuasan maximum sebesar 50, kepuasan rata-rata sebesar 40.16 dan standar deviasi sebesar 5.320.

4. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Uji Normalitas

		srtategicsr	kepuasan
N		87	87
Normal	Mean	38.00	40.16
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	5.329	5.320
Most Extreme	Absolute	.095	.114
Differences	Positive	.060	.102
	Negatif	-.095	-.114
Test Statistic		.095	.114
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053 ^c	.007 ^c

Sumber: Output SPSS 23

Dari *output* tabel di atas dapat dilihat hasil signifikan untuk Strategi CSR sebesar $0.095 > 0.05$ dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal. Hasil signifikan Kepuasan Masyarakat sebesar $0.114 > 0.05$ dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal.

Jika nilai $p > 0.05$ maka distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, dan jika nilai $p < 0.05$ maka diinterpretasikan sebagai tidak normal.

Keterangan: nilai p diambil dari nilai absolute

5. Uji Linieritas

Secara umum Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel perindikator (X) dengan variabel (Y).

Tabel 4.7
Hasil Uji Linieritas

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan * strategi CSR	Between Groups	(Combined)	1320.580	21	62.885	3.672	.000
		Linierity	804.916	1	804.916	47.001	.000
		Deviation from Linierity	515.665	20	25.783	1.506	.110
	Within Groups		1113.167	65	17.126		
	Total		2433.747	86			

Sumber: *Output* SPSS 23

Berdasarkan *output* tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada uji linieritas variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap produktivitas sebesar 0.000, karena

signifikansi kurang dari 0.05 ($0.000 < 0.05$), maka dapat disimpulkan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Kepuasan Masyarakat mempunyai hubungan yang linier.

1. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 23 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 ^a	.331	.323	4.378

Sumber: Output SPSS 23

Dari tabel di atas diperoleh nilai R sebesar 0,575 hal ini menunjukkan terjadi hubungan yang kuat antara Strategi CSR terhadap Kepuasan Masyarakat sedangkan diketahui koefisien determinasi R^2 (R square) sebesar 0,331 atau 33,1% hal ini menunjukkan bahwa terjadi sumbangan pengaruh variable bebas (Pengaruh CSR) terhadap variabel terikat (Kepuasan Masyarakat) sebesar 33,1% atau variasi variable bebas yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 33,1% sedangkan sisanya sebesar 66,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Tabel 4.9
Hasil Coefficients Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.344	3.399		5.397	.000
Srtategic sr	.574	.089	.575	6.481	.000

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} = 6,481$ dan $t_{tabel} = 1,663$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(6,481 > 1,663)$ maka H_0 ditolak. Table distribusi T dibaca pada $\alpha = 5\%$ uji satu sisi $= 0,05$ dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $87-1-1=85$ ("n" adalah jumlah sampel, "k" adalah jumlah variabel bebas). Dengan pengujian satu sisi (signifikan $= 0,05$) hasil di peroleh untuk t_{tabel} sebesar 1,663 (dilihat pada lampiran tabel taraf signifikan 0,05). Sementara itu, berdasarkan nilai signifikan Pengaruh CSR ditunjukkan dengan 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Kemudian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak. Yang artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh CSR terhadap Kepuasan Masyarakat Desa.

2. Uji Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai

dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4.10
Hasil Uji Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	18.344	3.399	
StrategiCS	.574	.089	.575
R			

Sumber: Output SPSS 23

$$\text{CSR} = 18.344 + 0.574 \text{ KM} + e$$

Arti dari angka-angka ini adalah

- Nilai konstanta (a) adalah 18,344 ini dapat diartikan jika nilai Kepuasan Masyarakat sebesar 0 maka nilai Pengaruh CSR adalah 18,344.
- Nilai koefisien regresi variabel Kepuasan Masyarakat bernilai positif yaitu 0,574 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan Pengaruh CSR sebesar 1 satuan maka nilai Kepuasan Masyarakat juga akan meningkat sebesar 0,574.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutalombang Pada PT. Viktorindo Alam Lestari”. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pada prinsipnya CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas daripada sekedar

kepentingan perusahaan belaka. Meskipun secara moral adalah baik suatu perusahaan mengejar keuntungan, bukan berarti perusahaan dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan dari usahanya yang mempunyai dampak balik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders*-nya dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitas usahanya. Sehingga secara positif, hal ini bermakna bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa, pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan para *stakeholders*-nya dengan memperhatikan kualitas lingkungan ke arah yang lebih baik.

Kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon masyarakat terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja yang dirasakan setelah dilakukan. Yang menentukan kepuasan masyarakat yaitu apa yang diharapkan dan pelayanan yang diterima apabila pelayanan melebihi harapan masyarakat akan merasakan puas, apabila sebaliknya pelayanan yang diterima tidak sesuai yang diharapkan maka masyarakat tidak akan puas. Seseorang masyarakat yang puas adalah masyarakat yang merasa mendapatkan nilai dari penyedia saja.

Nilai ini bisa berasal dari pemberian tanggung jawab yang diberikan pihak perusahaan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hualombang Pada PT. Viktorindo Alam Lestari” dengan jumlah responden 87 orang. Berdasarkan uji validitas untuk variabel X (Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR)) 10 pertanyaan yang dinyatakan valid, sedangkan uji validitas yang dilakukan untuk variabel Y (Kepuasan Masyarakat Desa) 10 pertanyaan yang dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) dapat disimpulkan nilai *cronbach alpha* $0,791 > 0,6$ yang berarti dinyatakan reliabel. Sedangkan reliabilitas Kepuasan Masyarakat Desa (Y) dapat disimpulkan nilai *cronbach alpha* $0,837 > 0,6$ yang berarti dinyatakan reliabel.

Uji normalitas yang dilakukan melalui uji *kolmogrov simirnov* dinyatakan normal melalui nilai *absolute* untuk Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar $0,095 > 0,05$ dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal. Sedangkan hasil *absolute* Kepuasan Masyarakat sebesar $0,114 > 0,05$ dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal. Sedangkan melalui uji linieritas $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Kepuasan Masyarakat Desa mempunyai hubungan yang linier. Berdasarkan hasil R^2 sebesar 0,331 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR)) Terhadap variabel terikat (Kepuasan Masyarakat Desa) adalah sebesar

33,1%. Sedangkan sisanya sebesar 66,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan dari hasil uji regresi sederhana yang dilakukan peneliti diketahui $CSR = 18,344 + 0,574 KM$, artinya nilai konstanta sebesar 18,344 artinya jika Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) diabaikan maka Kepuasan Masyarakat Desa sebesar 0,574, dan jika Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) meningkat 1 satuan maka Kepuasan Masyarakat Desa juga akan meningkat sebesar 0,574. Berdasarkan hasil Uji t yang dilakukan diketahui t_{hitung} sebesar 6,481 dengan t_{tabel} sebesar 1,663 ($df = n - k - 1$ atau $87 - 1 - 1 = 85$) Artinya bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,481 > 1,663$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutanlombang Pada PT. Viktorindo Alam Lestari.

Teori ini didukung oleh buku *Corporate Social Responsibility* oleh Busyra Azheri yang menyatakan bahwa secara umum pengelolaan sumber daya alam di Indonesia sampai saat ini lebih di dasarkan pada upaya memenuhi kebutuhan investasi dalam rangka pemulihan kondisi ekonomi. Praktik pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) tidak memperhatikan aspek kerentanan dan keterbatasan daya dukung dari SDA, kesejahteraan masyarakat local/setempat, pekerja, dan kerusakan lingkungan. Sejak diperkenalkannya konsep pembangunan berwawasan lingkungan dalam Garis-Garis Besar Haluan Negara (GHBH) tahun 1973, sebagai tindak

lanjut dari Deklarasi Stockholm tahun 1972 tidak berdampak positif terhadap pengelolaan SDA di Indonesia, tetapi justru SDA dijadikan sebagai komoditas yang bersifat monopolistik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rimba Kusumadilagayang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility*(SCR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menunjukkan kecenderungan yang sama dimana *Corporate Social Responsibility*(CSR) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Hutalombang pada PT. Viktorindo Alam Lestari. Sehingga untuk memperoleh keinginan masyarakat dalam pertanggungjawaban sosial perusahaan, maka masyarakat harus memberikan unjuk rasa terhadap perusahaan.

D. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun dengan sedemikian rupa, agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.

2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
3. Dalam penyebaran angket, peneliti tidak mengetahui kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diambil kesimpulannya yaitu: ada pengaruh analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kepuasan masyarakat Desa Hualombang pada PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas.

Secara Uji Validitas variabel Strategi CSR dan Kepuasan Masyarakat adalah diketahui nilai r_{hitung} dari item pertanyaan sebanyak 10. r_{tabel} dicari dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) = 87 maka didapat r_{tabel} 0,2108 sehingga dapat dinyatakan bahwa 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 item pertanyaan valid sehingga dapat disimpulkan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dinyatakan tidak valid.

Secara Uji Hipotesa atau Uji t variabel Strategi CSR adalah $t_{hitung} = 6,481$ dan $t_{tabel} = 1,663$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($6,481 > 1,663$) maka H_0 ditolak. Table distribusi T dibaca pada $\alpha = 5\%$ uji satu sisi = 0,05 dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $87-1-1=85$ (“ n ” adalah jumlah sampel, “ k ” adalah jumlah variabel bebas). Dengan pengujian satu sisi (signifikan = 0,05) hasil di peroleh untuk t_{tabel} sebesar 1,663 (dilihat pada lampiran tabel taraf signifikan 0,05). Sementara itu, berdasarkan nilai signifikan Strategi CSR ditunjukkan dengan 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Kemudian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak. Yang artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Strategi CSR terhadap Kepuasan Masyarakat.

B. Saran-Saran

Melalui penelitian ini maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas, untuk lebih meningkatkan perhatian dengan memberikan perlindungan dasar untuk memenuhi kebutuhan hidup Masyarakat Desa Hualombang.
2. Disarankan kepada Masyarakat Desa Hualombang agar lebih tegas meningkatkan perlindungan lingkungan kepada PT. Viktorindo Alam Lestari Kabupaten Padang Lawas, dan meningkatkan mutu, kualitas kepada perusahaan.
1. Bagi peneliti selanjutnya yang meneliti penelitian yang sama, kiranya penelitian ini dapat memberikan inspirasi dan penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel yang diduga memiliki pengaruh kuat terhadap Kepuasan Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an al-Karim & Terjemahan, Surat Q.S. Al Baqarah ayat 11.
- Andi Supangat, *Statistik: Dalam Kajian Deskriptif dan Nonparametrik*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Aprilia Mardiasuti "Evaluasi Terhadap Kualitas Pelayanan Public Melalui Kajian Indaks Kepuasan Masyarakat (IKM) pada Unit References UPU perpustakaan Universitas Gadjah Mada", Skripsi, Fakultas Adab dan Budaya Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga Yogyakarta, 2011.
- Buchari Alma, *Bisnis*, Bandung: PT. Prenhallindo, 2008.
- _____, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Busyra Azhari, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Rajawali pers, 2012.
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality dan Satisfaction*, Yogyakarta: Andi, 2011.
- Filona Lestari Oskar, "Pengaruh tanggung jawab social (CSR) terhadap kepuasan masyarakat yang berdampak pada komitmen organisasi perusahaan dalam industri perbankan", skripsi, Fakultas Ekonomi Prokram Studi Ekstensi Manajemen Depok, 2012.
- Francis Tantri, *Pengantar bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Fred R. David, *Manajemen Strategis*, dono Sunardi "Strategic Management", Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Gama Luky Yoastri, "Pengaruh Implementasi Program Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Konsumen Sebagai Salah Satu Ukuran Balanced Scorecard Pada PT. Madubaru Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta", Skripsi: Uviversitas Negeri Yogyakarta, 2013.
- Gary Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Indonesia: PT INDEKS, 2006.
- Harentama Fardhani, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota

Semarang”, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010.

Hasil wawancara dengan Bapak Mulkan Anjali, Masyarakat desa Hotalombang, 19 Juni 2016, Pkl 15.00 WIB.

Hasil wawancara dengan Bapak Sutan Hasibuan, Masyarakat Desa Hotalombang, 19 Juni 2016, Pkl 14.30 WIB.

James A.F DKK., *Manajemen*, “Managemen” Alexander Sindoro, Jakarta:PT. Prenhallindo, 1996.

Leon Schiffman DKK, *Perilaku Konsumen*, “Consumer Behaviour” Zoelkifli kaip, Jakarta: PT INDEKS, 2007.

Lintang Triani Wibowo “Strategi Public Relations Dalam Pelaksanaan Corporate Social Responsibility PT. Unilever Indonesia, Tbk Sebagai Wujud Pelestarian Lingkungan”, Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2010.

Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Ed-3, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009.

_____, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.

Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.

Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011.

Novi Ayu Marina, “Peran dan Strategi Public Relations Melalui Corporate Social Responsibility”, Skripsi, Universitas Indonesia, 2012.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Rahmatullah, *Panduan Praktis Pengelolaan (CSR) Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Samudra Biru, 2011.

Rangkuti Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Media, 2014.

_____, *Statistik untuk Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Media, 2015.

Rendi Rifki, “Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pemerintah Di Kecamatan Medan Marelan Dan Kecamatan Medan

- Labuhan” skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan, 2014.
- Revita Novi Bintari, “*Peran Corporate Social Responsibility dalam Mencari Sustainable Growth*”, Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, 2013.
- Richard L. Daft, *management* Edward Tanujaya “manajemen”, Jakarta: Selemba Empat, 2007.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika*, Yogyakarta: Andi, 2010.
- Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi Organizational Behavior*, Jakarta: Selemba empat, 2008.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- _____, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Wawancara dengan Bapak Ahmadi Batubara, Masyarakat desa Hutalomban, 19 Juni 2016, Pkl, 16.00 WIB.
- Veitzhal, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: PT. Raja Agranfindo Perasa, 2003.
- Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung : Tarsito, 1994.
- Zulfi Ahaditya Arif Nugraheni “Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat Di Kantor Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang”, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama	: Lanni Dalimunthe
NIM	: 12 230 0103
Tempat/Tanggal Lahir	: Tanobato Sibuhuan/16 Juni 1991
Agama	: Islam
Anak ke	: Empat
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Alamat	: Desa Tano Bato Kec. Barumon Kab. Padanglawas

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah	: Sahut Dalimunthe
Pekerjaan	: Tani
Nama Ibu	: Ratna Wati Daulay
Pekerjaan	: Tani

C. Pendidikan

- SD Negeri Tanjungbotung, Tamat Tahun 2004
- Mtsn Sibuhuan, Tamat Tahun 2007
- MAN Sibuhuan, Tamat Tahun 2010
- Masuk IAIN Padangsidempuan Tahun 2012, Tamat Tahun 2017