

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM CSR
PT SPS II**

**(STUDI DI GAMPONG SUMBER BAKTI KEC. DARUL
MAKMUR KAB. NAGAN RAYA)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

**RAJUDIN RAHMAT WALI
NIM. 200404035
Prodi Pengembangan Masyarakat Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M / 1447 H**

LEMBAR PENGESAHAN

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM CSR PT SPS
II (STUDI DI GAMPONG SUMBER BAKTI KEC. DARUL
MAKMUR KAB. NAGAN RAYA)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi
Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam

Oleh:

RAJUDIN RAHMAT WALI
NIM. 200404035

جامعة الرانيري

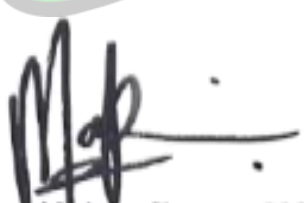
Disetujui Untuk Sidang Munagasyah Oleh :

A R - R A N I R Y

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. T. Lembong Misbah, MA
NIP. 197405222006041003


Marni Kristina Situmeng, M.Sos., MA
NIP. 199111272020122017

SKRIPSI S-1

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
Dan Dinyatakan Lulus Serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Program Sarjana (S-1)
Dalam Ilmu Pengembangan Masyarakat Islam**

**Diajukan oleh:
RAJUDIN RAHMAT WALI
NIM. 200404035**

**Pada Hari/Tanggal: Senin, 29 Januari 2026 M
10 Sya'ban 1447 H**

**Di Darussalam, Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi**

Ketua

Sekretaris

**Dr. T. Lembong Mishbah, S.Ag., M.A.
NIP. 197405222006041003**

**Marini Kristina Situmeang, M.Sos, M.A
NIP. 199111272020122017**

Penguji I

Penguji II

**Dr. Mahmuddin, S.Ag., M.Si
NIP. 197210201997031002**

**Ners. Hendra Cipta, S.Kep., M.Si
NIP. 197910272006041004**

A R - R A N I R Y



**Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

**Prof. Dr. Kusnawati Hatta, M.Pd.
NIP. 196412201984122001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Rajudin Rahmat Wali

NIM : 200404035

Jenjang : Sarjana S-1

Jurusan/Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 5 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Rajudin Rahmat Wali

NIM. 200404035

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Persepsi Masyarakat Terhadap Program Csr PT SPS II (Studi Di Gampong Sumber Bakti Kec. Darul Makmur Kab. Nagan Raya)”**. Tidak lupa pula, selawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry. Teristimewa penulis persembahkan skripsi ini kepada Ayahanda tercinta dan Ibunda tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dorongan yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan pendidikan, serta penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Mujiburrahman M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Ibu Prof Dr. Kusmawati Hatta, M.PD. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Bapak Dr. Mahmuddin, S.Ag., M.Si selaku wadek 1 Falkultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Bapak Fairus, S.Sos.I., M.A selaku wadek 2 Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
5. Bapak Dr. Sabirin, S.Sos.I., M.Si selaku wadek 3 Falkultas Dakwah dan Komunikasi.
6. Dr. Rasyidah, M.Ag, selaku Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, yang telah memberikan ruang, kesempatan, serta motivasi dalam menyelesaikan tugas akademik ini.
7. Dr. T. Lembong Misbah, S.Ag.,MA, selaku Pembimbing I yang telah memberikan wawasan kritis dalam memahami aspek teoritis serta menjadi sosok pembina yang inspiratif.
8. Marini Kristina Situmeng, M.Sos., MA selaku Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan membimbing penulis, memberikan arahan yang berharga, serta menjadi sumber inspirasi intelektual.
9. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.

10. Alm. Abdullah Yunus dan Nurhayati, orang tua tercinta yang selalu hadir dalam setiap doa, perjuangan, dan tetes air mata penulis. Terima kasih atas cinta yang tak ternilai dan dukungan yang tiada henti.
11. Kepada seluruh informan yang sudah membantu penulis dalam hal pengumpulan data penelitian, dan juga memberikan informasi sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi dengan maksimal.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alam.

Banda Aceh, 19 Januari 2025

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Rajudin Rahmat Wali

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT SPS II serta faktor-faktor yang memengaruhinya di Gampong Sumber Bakti, Kecamatan Darul Makmur, Kabupaten Nagan Raya. CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah operasionalnya, khususnya bagi perusahaan yang bergerak di sektor perkebunan kelapa sawit. Persepsi masyarakat menjadi aspek penting karena mencerminkan sejauh mana program CSR dirasakan manfaatnya dan mampu menjawab kebutuhan riil masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari masyarakat penerima manfaat, tokoh masyarakat, serta pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan CSR PT SPS II. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum masyarakat Gampong Sumber Bakti memiliki persepsi yang cenderung positif terhadap program CSR PT SPS II. Program CSR seperti bantuan sembako, bantuan ternak ayam, budidaya ikan lele, dan bantuan mesin jahit dinilai memberikan manfaat, terutama dalam membantu meringankan beban ekonomi masyarakat. Namun demikian, persepsi positif tersebut disertai dengan kritik konstruktif, terutama terkait keberlanjutan program. Masyarakat menilai bahwa sebagian program CSR masih bersifat sementara dan belum didukung oleh pendampingan serta pembinaan lanjutan yang memadai. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap CSR PT SPS II terdiri atas faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi pengalaman masyarakat, tingkat kebutuhan ekonomi, dan harapan terhadap keberlanjutan program. Sementara faktor eksternal mencakup intensitas pendampingan, pemerataan manfaat, komunikasi perusahaan, serta keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan program. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan CSR tidak hanya ditentukan oleh jenis bantuan, tetapi juga oleh keberlanjutan dan partisipasi masyarakat dalam program CSR.

Kata Kunci: *Persepsi Masyarakat, Corporate Social Responsibility, Pemberdayaan Masyarakat, PT SPS II.*

ABSTRACT

This study aimed to analyze community perceptions of the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) programs conducted by PT SPS II, as well as the factors influencing these perceptions in Gampong Sumber Bakti, Darul Makmur District, Nagan Raya Regency. CSR was a form of corporate social responsibility toward communities and the environment surrounding the company's operational area, particularly for companies operating in the oil palm plantation sector. Community perception was an important aspect because it reflected the extent to which CSR programs were perceived as beneficial and were able to address the real needs of the community. This study used a descriptive qualitative approach, with data collection techniques consisting of in-depth interviews, observation, and documentation. The research informants included beneficiary community members, community leaders, and parties involved in the implementation of CSR programs at PT SPS II. The data were analyzed through stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study indicated that, in general, the community of Gampong Sumber Bakti had a tendency toward positive perceptions of the CSR programs implemented by PT SPS II. CSR programs such as basic food assistance, chicken livestock assistance, catfish cultivation, and sewing machine assistance were considered beneficial, particularly in helping to alleviate the community's economic burden. However, these positive perceptions were accompanied by constructive criticism, especially regarding program sustainability. The community perceived that some CSR programs were still temporary in nature and were not supported by adequate follow-up assistance and continuous mentoring. The factors influencing community perceptions of CSR programs implemented by PT SPS II consisted of internal and external factors. Internal factors included community experiences, levels of economic need, and expectations regarding program sustainability. Meanwhile, external factors included the intensity of assistance, equity in benefit distribution, corporate communication, and community involvement in program implementation. This study concluded that the success of CSR programs was not only determined by the type of assistance provided, but also by program sustainability and the level of community participation in CSR activities.

Keywords: *Community Perception, Corporate Social Responsibility, Community Empowerment, PT SPS II.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
1. Manfaat Teoritis	14
2. Manfaat Praktis	14
E. Penjelasan Istilah	14
1. Persepsi	14
2. Masyarakat	15
3. Corporate Social Responsibility (CSR).....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Landasan Teori	23
1. Persepsi Masyarakat	23
2. Teori Partisipasi Masyarakat (Community Participation Theory)	25
3. Konsep CSR (Corporate Social Responsibility)	28
4. Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
C. Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian	43
D. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel	43
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	49

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
B. Persepsi Masyarakat Terhadap Program CSR PT SPS II Nagan Raya	56
1. Persepsi Masyarakat terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Sembako	57
2. Persepsi Masyarakat terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Ternak Ayam	60
3. Persepsi Masyarakat terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Budidaya Ikan Lele	64
4. Persepsi Masyarakat terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Mesin Jahit	68
C. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap Program CSR PT SPS II	78
1. Faktor Internal.....	78
2. Faktor Eksternal.....	82
BAB V PENUTUP DAN KESIMPULAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	96

BAB I

PENDAHULUAAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan di Indonesia saat ini mulai menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan hidup demi kelangsungan operasional perusahaan serta dalam upaya meningkatkan citra dan keuntungan perusahaan. Akan tetapi, dalam praktiknya masih terdapat sejumlah perusahaan yang belum sepenuhnya serius dalam melaksanakan CSR. Sebagian di antaranya memandang bahwa pelaksanaan CSR hanya akan menambah beban biaya perusahaan dan bukan merupakan kewajiban dunia usaha, melainkan tanggung jawab pemerintah semata.¹

Kehadiran perusahaan di suatu wilayah idealnya tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga harus mampu bersinergi dengan kehidupan sosial masyarakat sekitarnya. Lembong (2017) menjelaskan bahwa industrialisasi seringkali menimbulkan berbagai persoalan sosial, seperti konflik antara perusahaan dan masyarakat, apabila tidak diimbangi dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial yang berorientasi pada pemberdayaan. Dalam konteks tersebut, peran pekerja sosial industri menjadi sangat penting sebagai agen perubahan yang menjembatani kepentingan perusahaan dan masyarakat. Melalui keterlibatan pekerja sosial industri, program *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan tidak bersifat top-down, melainkan disusun berdasarkan

¹ Sugeng Lako, *Paradigma CSR di Indonesia: Isu, Praktik, dan Agenda* (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 23.

kebutuhan riil masyarakat sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan sosial secara berkelanjutan.²

CSR merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat serta pelestarian lingkungan di wilayah tempat perusahaan beroperasi. Konsep CSR berkembang seiring meningkatnya kesadaran publik bahwa aktivitas perusahaan dapat memberikan dampak ganda, baik positif maupun negatif, terhadap kehidupan sosial dan lingkungan. CSR kemudian dipahami bukan hanya sebagai aktivitas sosial tambahan, tetapi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang.³

Sebagian besar literatur CSR sepakat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan mencakup tiga dimensi utama, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan yang sering dikenal dengan istilah *triple bottom line*. Konsep ini menekankan bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan (profit), tetapi juga harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat (people) dan kelestarian lingkungan (planet). Dengan demikian, keberhasilan perusahaan tidak semata-mata diukur dari aspek finansial, tetapi juga dari kontribusi sosial dan lingkungan yang diberikan.⁴

² Lembong, T. Misbah. "Pekerja Sosial Industri dan Pemberdayaan Masyarakat Aceh Singkil." *Jurnal Al-Ijtima'iyah*, Vol. 4, No. 2, Juli–Desember 2017, hlm. 106–117

³ Carroll, Archie B. "Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct." *Business & Society* Vol. 38 No. 3 (1999), hlm. 269–273

⁴ John Elkington, *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business* (Oxford: Capstone Publishing, 1997), hlm. 71

Perkembangan konsep CSR menunjukkan terjadinya pergeseran paradigma dunia usaha dari orientasi keuntungan semata menuju prinsip keberlanjutan (sustainability). Perusahaan dituntut untuk menjalankan aktivitas ekonomi yang bertanggung jawab secara sosial agar tetap memperoleh kepercayaan dan dukungan masyarakat sebagai pemangku kepentingan utama. Dengan kata lain, legitimasi sosial perusahaan sangat bergantung pada sejauh mana perusahaan mampu menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Di Indonesia, pelaksanaan CSR telah memperoleh legitimasi hukum yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Pasal 74 dijelaskan bahwa setiap perusahaan yang bergerak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini diperkuat kembali dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.⁵

Kebijakan ini menegaskan bahwa CSR bukan lagi aktivitas pilihan (*voluntary*), melainkan kewajiban hukum bagi perusahaan yang aktivitasnya berpotensi mempengaruhi kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan masyarakat. Dengan demikian, perusahaan dituntut untuk beroperasi secara etis, mematuhi peraturan, serta mampu memberikan manfaat nyata bagi masyarakat sekitar wilayah operasionalnya..

⁵ Pemerintah Republik Indonesia. 2012. *Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas*. Jakarta: Sekretariat Negara.

Ketentuan ini lahir dari kesadaran bahwa aktivitas industri, khususnya yang terkait dengan pemanfaatan sumber daya alam, seringkali membawa dampak ekologis dan sosial. Oleh sebab itu, perusahaan diharapkan tidak hanya mengambil keuntungan ekonomi dari lingkungan, tetapi juga berkontribusi dalam menjaga keberlanjutan sumber daya dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Provinsi Aceh merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, terutama di sektor perkebunan kelapa sawit. Industri ini memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian daerah melalui penyediaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penerimaan pajak dan kontribusi lainnya bagi daerah.⁶

Namun demikian, kehadiran industri kelapa sawit juga membawa berbagai konsekuensi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Pembukaan lahan perkebunan, perubahan tata guna lahan, serta peningkatan aktivitas produksi berpotensi mempengaruhi kehidupan masyarakat setempat. Oleh karena itu, implementasi CSR pada sektor perkebunan kelapa sawit menjadi sangat penting dalam rangka menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi perusahaan dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Dalam konteks ini, CSR dipandang sebagai instrumen strategis untuk membangun hubungan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat lokal. CSR tidak hanya diarahkan pada kegiatan filantropi jangka pendek, tetapi diharapkan mampu mendorong pembangunan berkelanjutan (*sustainable*

⁶ Badan Pusat Statistik Aceh, *Provinsi Aceh dalam Angka 2023* (Banda Aceh: BPS Provinsi Aceh, 2023), hlm. 115–116.

development) melalui peningkatan kapasitas ekonomi, sosial, dan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

Dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat yang masih bergantung pada sektor agraris dan hasil alam, program CSR memiliki peran penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi keluarga, memperluas kesempatan usaha, serta meningkatkan akses masyarakat terhadap fasilitas pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur dasar

PT SPS II merupakan salah satu perusahaan perkebunan kelapa sawit yang beroperasi di Kabupaten Nagan Raya, Provinsi Aceh, tepatnya di Gampong Sumber Bakti, Kecamatan Darul Makmur. Perusahaan ini memiliki peran strategis dalam dinamika ekonomi wilayah setempat karena menyerap tenaga kerja lokal dan berkontribusi terhadap aktivitas ekonomi masyarakat.⁷

Keberadaan PT SPS II diharapkan tidak hanya memberikan manfaat ekonomi melalui aktivitas produksi, tetapi juga mampu berkontribusi secara nyata dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar melalui pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang sistematis, terarah, dan berkelanjutan. Salah satu pendekatan strategis dalam pelaksanaan CSR adalah pemberdayaan masyarakat desa melalui penguatan kelembagaan lokal, seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Penelitian yang dilakukan oleh Siregar dkk. menunjukkan bahwa peran BUMDes dalam pendampingan usaha, penyediaan fasilitas produksi, serta perluasan akses pemasaran mampu mendorong

⁷ PT SPS II, *Profil Perusahaan PT SPS II Kabupaten Nagan Raya*, Nagan Raya: PT SPS II, tahun terbit.

peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat desa dan memperkuat keberlanjutan usaha berbasis potensi lokal.⁸

Secara umum, persepsi masyarakat terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) sangat dipengaruhi oleh sejauh mana program tersebut dirasakan manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat cenderung memiliki persepsi positif apabila program CSR dipandang mampu menjawab kebutuhan riil, seperti peningkatan kesejahteraan ekonomi, penyediaan sarana sosial, kesempatan kerja, maupun dukungan terhadap pendidikan dan kesehatan. Dalam kondisi demikian, CSR tidak hanya dipahami sebagai bentuk bantuan, tetapi sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat yang berada di sekitar wilayah operasionalnya. Persepsi positif ini biasanya muncul ketika perusahaan menjalin komunikasi yang baik, melibatkan masyarakat dalam perencanaan program, serta melaksanakan kegiatan yang berkelanjutan dan konsisten.⁹

Namun, di sisi lain masih terdapat sebagian masyarakat yang memiliki persepsi berbeda terhadap pelaksanaan CSR. Persepsi yang kurang positif muncul ketika program CSR dianggap bersifat sementara, tidak merata, kurang transparan, atau belum sepenuhnya menyentuh kebutuhan mendasar masyarakat. Dalam beberapa kasus, masyarakat menilai bahwa CSR hanya menjadi kegiatan simbolis perusahaan untuk menjaga citra, bukan sebagai upaya serius dalam

⁸ Khairunnisa Siregar dkk., *Pemberdayaan Pengrajin Rotan Lewat Program BUMDes Berkat Mandiri di Gampong Lamgaboh Aceh Besar*, JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin, Vol. 2, No. 3 (2025), hlm. 410–422.

⁹ Mardikanto, Totok. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta, 2014, hlm. 102–103.

meningkatkan kesejahteraan sosial. Ketika program tidak dikomunikasikan dengan baik atau masyarakat tidak dilibatkan secara aktif, hal ini dapat menimbulkan kesenjangan harapan antara masyarakat dengan pihak perusahaan.¹⁰

Dengan demikian, persepsi masyarakat terhadap CSR pada hakikatnya terbentuk melalui proses interaksi sosial, pengalaman langsung, serta penilaian rasional terhadap manfaat yang diterima. CSR akan dipandang bernilai apabila mampu memberikan dampak sosial yang nyata, terukur, dan berkelanjutan. Sebaliknya, apabila pelaksanaannya tidak sesuai harapan, maka persepsi masyarakat dapat berubah menjadi kritis, bahkan berpotensi memengaruhi hubungan antara perusahaan dan masyarakat sekitar.

Gampong Sumber Bakti dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan wilayah yang berada langsung dalam radius operasional perusahaan, sehingga masyarakat di desa tersebut secara langsung merasakan dampak keberadaan perusahaan baik dari sisi sosial, ekonomi, maupun lingkungan. Kondisi ini memberikan gambaran empiris yang relevan untuk menilai bagaimana persepsi masyarakat terbentuk terhadap pelaksanaan program CSR, masyarakat Gampong Sumber Bakti sebagian besar bekerja sebagai petani, buruh kebun, peternak, dan pelaku usaha ekonomi mikro berbasis keluarga. Struktur mata pencaharian ini menunjukkan bahwa kehidupan ekonomi masyarakat masih didominasi oleh sektor informal dengan pendapatan yang relatif terbatas.¹¹

¹⁰ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Jakarta: PT Gramedia, 2007), hlm. 134–136

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 297.

Dalam kehidupan sosial, masyarakat Gampong Sumber Bakti dikenal memiliki ikatan sosial yang kuat, budaya gotong royong, serta nilai keagamaan yang cukup tinggi. Kondisi sosial semacam ini menjadikan setiap bentuk bantuan dan program sosial yang masuk ke desa dipersepsikan sebagai bentuk perhatian terhadap kesejahteraan masyarakat.

Sebagai perusahaan yang aktivitasnya berkaitan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam, PT SPS II telah melaksanakan berbagai program Corporate Social Responsibility (CSR) di Gampong Sumber Bakti sebagai wujud kepedulian terhadap masyarakat sekitar wilayah operasionalnya. Program CSR yang dilaksanakan antara lain mencakup bantuan ekonomi produktif, seperti pemberian bibit ternak dan dukungan usaha mikro bagi masyarakat yang memiliki potensi untuk mengembangkan kegiatan ekonomi keluarga. Selain itu, perusahaan juga memberikan bantuan sosial kepada masyarakat yang membutuhkan, dukungan terhadap pembangunan dan pemeliharaan sarana keagamaan, pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat, serta penyediaan berbagai fasilitas sosial yang dapat dimanfaatkan bersama oleh warga. Melalui program-program tersebut, sebagian masyarakat menilai bahwa keberadaan CSR PT SPS II telah memberikan manfaat nyata, khususnya dalam membantu meringankan beban ekonomi rumah tangga dan membuka peluang usaha baru yang dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga. Namun demikian, persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan CSR tidak sepenuhnya homogen.

Masyarakat Gampong Sumber Bakti merasa bahwa manfaat program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dijalankan perusahaan belum

sepenuhnya dirasakan secara merata. Meskipun terdapat masyarakat yang menyampaikan bahwa program CSR telah membantu meringankan beban ekonomi rumah tangga, namun sebagian lainnya menilai bahwa manfaatnya belum menyentuh seluruh kelompok masyarakat secara proporsional. Kondisi ini memunculkan persepsi bahwa program CSR masih cenderung bersifat terbatas dan belum memberikan dampak yang merata di tingkat gampong.

Selain persoalan pemerataan manfaat, masyarakat juga menilai bahwa sebagian program CSR masih memerlukan peningkatan, khususnya pada aspek pendampingan usaha dan keberlanjutan program. Program bantuan ekonomi produktif seperti bibit ternak dan usaha mikro dinilai memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan masyarakat apabila dikelola secara serius dan berkesinambungan. Namun dalam praktiknya, terdapat program yang berhenti setelah tahap penyaluran bantuan, tanpa diikuti pembinaan intensif dari pihak perusahaan. Hal ini menyebabkan masyarakat kesulitan mempertahankan keberlanjutan usaha.

Hal tersebut diperkuat oleh keterangan Bapak Sulaiman yang menyatakan bahwa ada beberapa program bantuan CSR yang sudah disalurkan, tapi tidak berkelanjutan. Banyak masyarakat yang sudah diberikan bantuan seperti bibit ayam ternak dan bibit ikan lele, namun sampai sekarang sudah tidak berjalan lagi karena tidak ada pendampingan program,¹² Pernyataan ini menunjukkan bahwa masalah utama tidak hanya terletak pada jenis bantuan yang diberikan, tetapi juga pada lemahnya pendampingan setelah program berjalan.

¹² Hasil wawancara dengan bapak Sulaiman, (kepala desa Sumber Bakti) pada 22 Agustus 2025

Pandangan yang hampir senada juga disampaikan oleh informan lain, yaitu Ibu Timah yang mengatakan bahwa Kalau bantuannya memang ada, tapi setelah bantuan itu diberikan kami seperti jalan sendiri. Tidak ada lanjutan atau bimbingan bagaimana supaya usaha itu tetap berjalan.¹³ Kutipan ini menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan kehadiran perusahaan secara berkelanjutan, bukan hanya pada saat penyerahan bantuan semata. Pendampingan teknis dan monitoring dipandang sebagai komponen penting agar program benar-benar memberi dampak jangka panjang.

Persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan CSR sangat dipengaruhi oleh keberlanjutan program serta intensitas pendampingan yang dilakukan perusahaan. Ketika program hanya berorientasi pada distribusi bantuan tanpa monitoring dan pembinaan, maka masyarakat cenderung menilai bahwa manfaatnya tidak optimal dan bersifat sementara. Oleh karena itu, masyarakat berharap agar program CSR ke depan lebih terarah pada pemberdayaan jangka panjang, sehingga mampu mendorong kemandirian ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Persepsi masyarakat terhadap CSR PT SPS II dapat digambarkan sebagai positif namun kritis. Program CSR dinilai telah memberikan kontribusi sosial, tetapi masyarakat tetap memberikan catatan agar program CSR tidak hanya berorientasi pada bantuan jangka pendek, melainkan benar-benar mampu membangun kemandirian ekonomi masyarakat.

¹³ Hasil wawancara dengan Ibu Timah (Penerima bantuan mesin jahit), 28 Agustus 2025

Di lapangan ditemukan bahwa sebagian penerima bantuan usaha produktif masih menghadapi kendala dalam pengelolaan usaha, akses pasar, serta keberlanjutan modal. Hal ini menunjukkan bahwa CSR perlu dilengkapi dengan mekanisme pembinaan dan monitoring agar manfaatnya dapat dirasakan secara lebih optimal.¹⁴

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR sangat dipengaruhi oleh tingkat partisipasi dan persepsi masyarakat. Penelitian Dendy Jaya Putra (2013) menemukan bahwa partisipasi masyarakat dalam program CSR PT Pertamina tergolong aktif, terutama pada tahap perencanaan dan pelaksanaan, meskipun partisipasi pada tahap evaluasi belum optimal.¹⁵ Sementara itu, Stephanus Rio Irawan (2014) menunjukkan bahwa meskipun persepsi masyarakat terhadap hasil CSR PT Holcim Indonesia cenderung negatif, partisipasi masyarakat tetap berlangsung cukup aktif. Berbeda dengan temuan tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Gampong Sumber Bakti umumnya memiliki persepsi positif terhadap CSR PT SPS II, disertai kritik konstruktif terhadap pelaksanaannya, sehingga memberikan perspektif baru mengenai hubungan antara persepsi, partisipasi, dan keberhasilan CSR di sektor perkebunan kelapa sawit.¹⁶ Meskipun penelitian mengenai Corporate Social Responsibility (CSR) telah banyak dilakukan, kajian yang secara

¹⁴ Hasil wawancara dengan bapak Edi Santoso (Penerima program bantuan bibit ikan lele), 29 Agustus 2025

¹⁵ Dendy Jaya putra, (2013), *Persepsi Masyarakat Terhadap Program Corporate Social Responsibility Sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap*

¹⁶ Stephanus Rio Irawan (2014), dengan judul, *Persepsi Masyarakat Terhadap Partisipasi Mereka dalam Program CSR PT Holcim Indonesia Tbk – Cilacap Plant*

husus menelaah persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan CSR pada perusahaan perkebunan kelapa sawit di Aceh masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada dampak ekonomi, efektivitas program, dan tingkat partisipasi masyarakat, sementara aspek pemaknaan dan penilaian masyarakat sebagai bagian dari interaksi sosial antara perusahaan dan masyarakat belum mendapat perhatian yang memadai. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji persepsi, pengalaman, dan penilaian masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap pelaksanaan CSR PT SPS II, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran CSR sebagai instrumen penting dalam membangun hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat di wilayah yang terdampak langsung aktivitas pemanfaatan sumber daya alam.¹⁷

Keberhasilan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) tidak hanya ditentukan oleh besarnya anggaran atau jumlah program yang dijalankan, tetapi sangat bergantung pada bagaimana masyarakat penerima manfaat memersepsikan dan merasakan dampaknya dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian mengenai persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap pelaksanaan CSR PT SPS II serta faktor-faktor yang memengaruhinya menjadi penting untuk dilakukan, baik sebagai kontribusi akademik dalam pengembangan kajian CSR berbasis sosiologis maupun sebagai bahan evaluasi

¹⁷ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Jakarta: PT Gramedia, 2007), hlm. 23–25.

bagi perusahaan dan pemerintah daerah dalam merancang program pemberdayaan masyarakat yang lebih efektif, tepat sasaran, dan berkelanjutan.¹⁸

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, ada beberapa rumusan masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT SPS II?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) PT SPS II ??

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka permasalahan yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi Masyarakat terhadap program csr yang dilaksanakan oleh PT SPS II Nagan Raya.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) PT SPS II

¹⁸ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 56–58.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis berupa:

1. Manfaat Teoritis

yaitu penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian pada Pengembangan Masyarakat Islam, khususnya dibidang analisis sosial serta Secara akademis penelitian ini dapat menjadi referensi baru mengenai analisis sosial.

2. Manfaat Praktis

yaitu Bagi peneliti untuk dijadikan pemahaman dalam memahami dan memecahkan masalah secara ilmiah. Serta Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian dan pengetahuan terkait Persepsi masyarakat terhadap Program Csr PT SPS II Nagan Raya.

E. Penjelasan Istilah

1. Persepsi

Persepsi adalah proses kognitif yang digunakan individu untuk mengorganisasi, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap rangsangan yang diterima melalui pancaindra. Proses ini melibatkan interpretasi yang dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, nilai, harapan, serta kondisi psikologis seseorang. Karena itu, persepsi tidak selalu mencerminkan realitas objektif, melainkan merupakan konstruksi subjektif yang bisa berbeda antara individu satu dengan yang lain, meskipun berhadapan dengan stimulus yang sama. Dalam konteks sosial, persepsi menentukan bagaimana seseorang menilai suatu peristiwa,

kebijakan, atau program, termasuk kebijakan yang dijalankan oleh organisasi atau perusahaan .¹⁹

2. Masyarakat

Masyarakat adalah sekelompok individu yang hidup bersama dalam suatu wilayah tertentu dan terikat oleh sistem nilai, norma, budaya, serta struktur sosial yang mengatur pola interaksi di antara mereka. Keberadaan masyarakat ditandai oleh adanya rasa kebersamaan, ketergantungan sosial, dan kesadaran sebagai satu kesatuan sosial. Dalam sosiologi, masyarakat dipahami sebagai entitas dinamis yang terus mengalami perubahan akibat faktor internal maupun eksternal, seperti perkembangan ekonomi, budaya, teknologi, dan kebijakan sosial. Oleh karena itu, pemahaman terhadap masyarakat sangat penting dalam melihat bagaimana suatu kebijakan atau program pembangunan diterima dan dimaknai oleh warga.²⁰

3. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan melalui aktivitas yang memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan (stakeholders), termasuk karyawan, masyarakat, dan lingkungan. CSR tidak hanya dipahami sebagai aktivitas filantropi atau bantuan sosial, tetapi sebagai bagian dari strategi perusahaan dalam menciptakan nilai bersama (shared value), menjaga reputasi, serta membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar. Dalam praktiknya, CSR mencakup berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan,

¹⁹ Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17th ed.). Pearson.

²⁰ Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 45

pemberdayaan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan pengembangan infrastruktur.²¹



²¹ Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 87(1), 62–77.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya penelitian yang bertujuan untuk mencari perbandingan dan mencari inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengkaji variabel-variabel tersebut sehingga dapat memperkuat landasan teori dan menjadi acuan bagi penulis dalam pembuatan penelitian baru di kemudian hari, sehingga dapat lahir penelitian baru yang dapat dijadikan pedoman dalam masa depan. Penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini meliputi lainnya:

Pertama, penelitian yang telah dilakukan oleh Shella Defisa dengan judul (2018) dengan judul “*Analisis Persepsi Masyarakat Pada Corporate Social Responsibility Sebagai Upaya Kesejahteraan Masyarakat*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan meliputi polusi udara, polusi suara, dan udara panas akibat asap yang dirasakan oleh masyarakat. Informasi terkait CSR telah disampaikan kepada masyarakat sebagai bentuk pengetahuan atas kegiatan perusahaan. Program CSR dinilai telah memberikan manfaat, namun pemerataannya masih kurang. Secara umum, masyarakat merasa puas terhadap CSR yang diberikan oleh perusahaan Tossa Shakti. Hasil uji korelasi Rank Spearman menunjukkan bahwa variabel dampak lingkungan, informasi CSR, dan manfaat CSR memiliki hubungan dengan kesejahteraan masyarakat. Namun, nilai *t-hitung* lebih rendah dari *t-tabel*, sehingga secara

statistik tidak terdapat korelasi yang signifikan antara ketiga variabel tersebut dengan kesejahteraan masyarakat.²²

Kedua, penelitian yang telah dilakukan oleh Fadlan Satria (2017), dengan judul “*Persepsi Masyarakat Dan Persepsi Perusahaan Terhadap Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Bukit Asam Tarahan, Bandar Lampung*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penerapan program berada pada klasifikasi tinggi, persepsi masyarakat terhadap program CSR berada pada klasifikasi baik, dengan rata-rata skor 62,13, persepsi perusahaan berada pada klasifikasi baik dengan rata-rata skor 45,97, tidak terdapat hubungan nyata antara persepsi masyarakat dengan penerapan program dan terdapat hubungan nyata antara persepsi perusahaan dengan penerapan program CSR PT Bukit Asam Tarahan.²³

Ketiga, penelitian yang telah dilakukan oleh Besse Wenny Fitriana (2014), dengan judul “*Persepsi Masyarakat tentang Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT Antam Tbk di Pomalaa*”. Penelitian ini merupakan hasil penelitian deskriptif kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 164 responden menggunakan teknik *simple random sampling*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap implementasi program CSR PT Antam Tbk di Pomalaa adalah positif. Indikator seperti peningkatan kualitas sarana dan prasarana umum, kemandirian ekonomi, dan kualitas hidup

²²Defisa, Shella. “Analisis Persepsi Masyarakat Pada *Corporate Social Responsibility* Sebagai Upaya Kesejahteraan Masyarakat.” *Economics Development Analysis Journal* 7, no. 3 (2018): 339-347.

²³Satria, Fadlan. “*Persepsi Masyarakat dan Persepsi Perusahaan terhadap Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Bukit Asam Unit Pelabuhan Tarahan, Bandar Lampung*.” Skripsi, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, 2017.

masyarakat dinilai baik. Namun, persepsi terhadap frekuensi konflik sosial, kualitas hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat, serta tingkat kepuasan masyarakat berada pada kategori cukup baik²⁴.

Keempat, penelitian yang telah dilakukan oleh Herawati Ningrum et al. (2019), dengan judul “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Perusahaan*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor CSR yang diimplementasikan di perusahaan misalnya usia perusahaan, jenis industri, ukuran perusahaan, permintaan karyawan, kebijakan pemerintah, budaya organisasi, dan permintaan pelanggan. Faktor tersebut berpengaruh sesuai dengan situasi dan kondisi di lingkungannya. Keterbatasan artikel penelitian ini adalah penulis hanya menggunakan beberapa jurnal yang diteliti sehingga kurang relevan serta terdapat perbedaan dari faktor-faktor CSR yang diterapkan oleh setiap perusahaan. Implikasi penelitian ini adalah untuk menunjukkan karakteristik perusahaan yang memainkan peran penting dalam praktik penerapan CSR perusahaan.²⁵

Kelima, penelitian yang telah dilakukan oleh Miftachul Mawaddah (2015), dengan judul “*Persepsi Masyarakat Terhadap Program CSR PT. Apac Inti Corpora dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pendidikan dan Kesehatan (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Masyarakat Terhadap Program-Program CSR PT*

²⁴Fitriana, Wenny. “Persepsi Masyarakat tentang Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Antam Tbk di Pomalaa”. *Skripsi*, Universitas Halu Oleo, 2014.

²⁵Ningrum, Herawati, Alma Avida Purnama, Alysa Oktaviana, Giovani Calista, Ida Farida Adi Perwira, and Arim Nasim. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Perusahaan." *Journal of Business Management Education* 4, no. 3 (2019): 46-53.

Apac Inti Corpora, Semarang, Jawa Tengah, Dalam Bidang Peningkatan Kualitas Pendidikan dan Kesehatan)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kegiatan CSR PT Apac Inti Corpora di bidang pendidikan dan kesehatan dilakukan melalui beberapa tahapan: observasi lapangan, perencanaan program dengan melibatkan masyarakat, pelaksanaan program dengan koordinasi erat, serta evaluasi rutin. Masyarakat memberikan persepsi positif terhadap program-program tersebut, berawal dari pengetahuan mereka tentang kegiatan CSR. Masyarakat juga memiliki harapan besar agar program CSR ke depan menjadi lebih baik dan memberikan manfaat yang lebih luas.²⁶

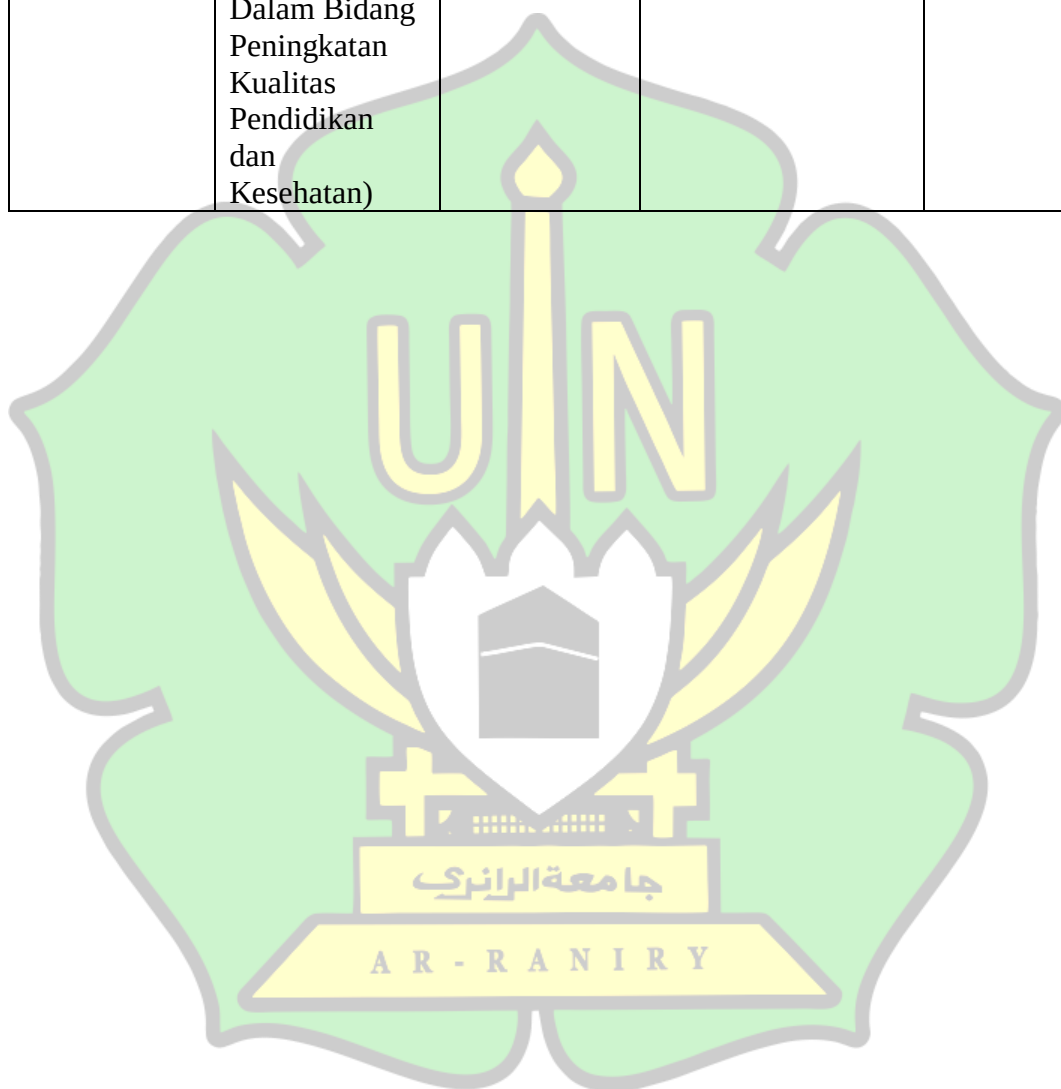
Tabel 2.1 Orsinalitas Penelitian

Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Lokasi Penelitian	Perbedaan	Relevansi
Shella Defisa (2018)	Analisis Persepsi Masyarakat Pada <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Upaya Kesejahteraan Masyarakat	Desa Nolakerto Kabupaten Kendal	• Lokasi dan objek perusahaan berbeda • Penelitian ini menitikberatkan pada kesejahteraan secara umum.	Sama-sama membahas persepsi masyarakat terhadap CSR untuk kesejahteraan.
Fadlan Satria (2017)	Persepsi Masyarakat Dan Persepsi Perusahaan Terhadap Program <i>Corporate</i>	PT. Bukit Asam Tarahan, Bandar Lampung	Penelitian ini tidak membahas persepsi perusahaan, hanya fokus pada masyarakat.	Sama-sama meneliti persepsi dari dua pihak (masyarakat dan

²⁶Mawaddah, Miftachul. “Persepsi Masyarakat Terhadap Program CSR PT. Apac Inti Corpora dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pendidikan dan Kesehatan (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Masyarakat Terhadap Program-Program CSR PT Apac Inti Corpora, Semarang, Jawa Tengah, Dalam Bidang Peningkatan Kualitas Pendidikan dan Kesehatan).” (2015).

	<i>Social Responsibility</i> (CSR) PT. Bukit Asam Tarahan, Bandar Lampung			perusahaan) terhadap program CSR.
Besse Wenny Fitriana (2014)	Persepsi Masyarakat tentang Implementasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada PT Antam Tbk di Pomalaa	PT Antam Tbk di Pomalaa	Perbedaan terletak pada lokasi, sektor industri, dan kemungkinan pendekatan data yang digunakan.	Sama-sama meneliti implementasi CSR berdasarkan sudut pandang masyarakat .
Herawati Ningrum et al. (2019)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) di Perusahaan	-	Penelitian ini tidak berfokus pada persepsi masyarakat, melainkan pada faktor internal perusahaan.	Sama-sama membahas faktor yang memengaruhi penerapan CSR yang dapat memperkaya pemahaman latar belakang.
Miftachul Mawaddah (2015)	Persepsi Masyarakat Terhadap Program CSR PT. Apac Inti Corpora dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pendidikan dan Kesehatan (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi	PT Apac Inti Corpora, Semarang, Jawa Tengah	Penelitian ini lebih spesifik pada dua bidang (pendidikan dan kesehatan), sedangkan penelitian yang dilakukan mencakup keseluruhan program CSR di PT SPS II.	Sama-sama mengkaji persepsi masyarakat terhadap CSR, terutama di bidang pendidikan dan kesehatan.

	Masyarakat Terhadap Program-Program CSR PT Apac Inti Corpora, Semarang, Jawa Tengah, Dalam Bidang Peningkatan Kualitas Pendidikan dan Kesehatan)			
--	--	--	--	--



B. Landasan Teori

Landasan teori merupakan pijakan konseptual yang digunakan untuk memahami dan menganalisis permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Keberadaan landasan teori sangat penting karena berfungsi sebagai kerangka berpikir dalam menafsirkan fenomena sosial yang terjadi di lapangan serta sebagai dasar dalam menganalisis data penelitian secara sistematis dan objektif. Melalui landasan teori, peneliti dapat mengaitkan temuan empiris dengan konsep, definisi, dan pandangan ilmiah yang telah dikembangkan oleh para ahli sebelumnya.

1. Persepsi Masyarakat

a) Konsep Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh suatu penginderaan yaitu merupakan proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat reseptornya. Oleh karena itu, kemampuan manusia untuk membedakan mengelompokkan dan memfokuskan yang ada dilingkungan mereka disebut sebagai kemampuan untuk mengorganisasikan pengamatan atau persepsi.² Setiap orang mempunyai kecenderungan dalam melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman dan sudut pandangnya. Persepsi juga bertautan dengan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda dengan menggunakan alat indera yang dimiliki,

kemudian berusaha untuk menafsirkannya. Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya.²⁷

b) Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Miftah Toha, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

1) Faktor internal

Berupa perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.

2) Faktor eksternal

Latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsikan suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama. Perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap atau perbedaan dalam motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi

²⁷ Pitus A Partanto and M. Dahlan Al Barry, "Pitus A Partanto, M. Dahlan Al Barry, Kamus Ilmiah Populer (Surabaya: 2001, Arkola), 591.," *Kamus Ilmiah Populer* 591 (2001): 12–35.

ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya.²⁸

2. Teori Partisipasi Masyarakat (Community Participation Theory)

Teori Partisipasi Masyarakat (Community Participation Theory) merupakan salah satu pendekatan penting dalam kajian pembangunan yang menekankan bahwa keberhasilan program pembangunan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana masyarakat terlibat secara aktif dalam seluruh tahapan program. Partisipasi tidak hanya dipahami sebagai keterlibatan fisik atau kehadiran masyarakat dalam kegiatan, tetapi juga mencakup keterlibatan mereka dalam proses berpikir, perencanaan, pengambilan keputusan, dan evaluasi program. Menurut Cohen dan Uphoff, partisipasi masyarakat tidak hanya menempatkan mereka sebagai penerima manfaat (beneficiaries), tetapi sebagai subjek atau aktor utama pembangunan. Dengan demikian, partisipasi masyarakat mencerminkan hubungan timbal balik antara masyarakat dan penyelenggara program pembangunan, termasuk perusahaan yang melaksanakan program Corporate Social Responsibility (CSR).²⁹

Partisipasi masyarakat mencakup empat tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, pemanfaatan hasil, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, masyarakat berperan dalam mengidentifikasi masalah, kebutuhan, dan prioritas pembangunan. Keterlibatan ini sangat penting karena masyarakatlah yang paling memahami kondisi nyata di lapangan. Ketika masyarakat dilibatkan sejak awal,

²⁸ Walgito, B. (2010). *Psikologi sosial: Suatu pengantar* (Edisi Revisi). Yogyakarta: ANDI.

²⁹ Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*, 8(3), 213–235.

program yang dirumuskan akan lebih sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga mengurangi potensi ketidaktepatan sasaran.³⁰ Dalam konteks CSR, pelibatan masyarakat pada tahap perencanaan berarti perusahaan mendengarkan aspirasi masyarakat, melakukan dialog terbuka, serta melibatkan perwakilan masyarakat dalam perumusan program. Hal ini akan menumbuhkan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap program CSR, yang pada akhirnya membentuk persepsi positif terhadap perusahaan.

Tahap kedua adalah pelaksanaan program, Pada tahap ini, masyarakat tidak hanya hadir sebagai penerima bantuan, tetapi juga mengambil peran aktif sebagai pelaksana, mitra, atau pengawas kegiatan. Partisipasi dalam pelaksanaan memberikan ruang bagi masyarakat untuk terlibat langsung dalam proses perubahan sosial yang terjadi di lingkungan mereka. Selain itu, keterlibatan ini dapat meningkatkan kapasitas masyarakat, baik dari segi keterampilan, pengetahuan, maupun kepercayaan diri.³¹ Dalam program CSR, partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan dapat berupa keterlibatan dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi, pembangunan infrastruktur sosial, pelatihan, maupun program lingkungan. Semakin besar ruang yang diberikan kepada masyarakat untuk berperan, semakin tinggi pula tingkat penerimaan dan kepercayaan mereka terhadap CSR yang dijalankan perusahaan.

Tahap ketiga adalah pemanfaatan hasil program, Pada tahap ini, masyarakat terlibat dalam menggunakan, mengelola, dan menjaga keberlanjutan

³⁰ Uphoff, N. (1985). Fitting projects to people: Reflections on participatory planning. *Community Development Journal*, 20(4), 327–336.

³¹ Wibisono, Y. (2019). *Mengukur Keberhasilan Program CSR*. Jakarta: Gramedia.

hasil program yang telah dilaksanakan. Cohen dan Uphoff menegaskan bahwa keberhasilan program pembangunan tidak hanya diukur dari terlaksananya program, tetapi juga dari sejauh mana hasilnya dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh masyarakat. Dalam konteks CSR, pemanfaatan hasil dapat berupa penggunaan fasilitas umum yang dibangun perusahaan, pengembangan usaha ekonomi produktif, peningkatan pendapatan masyarakat, atau perbaikan kualitas hidup secara umum. Jika masyarakat merasa hasil program CSR memberikan manfaat nyata, maka persepsi mereka terhadap perusahaan cenderung positif. Sebaliknya, apabila hasil program tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal, masyarakat mungkin menilai bahwa CSR tidak memberikan dampak signifikan terhadap kehidupan mereka.

Tahap terakhir adalah evaluasi program. Pada tahap ini, masyarakat diberi kesempatan untuk menyampaikan penilaian, pengalaman, dan kritik terhadap pelaksanaan program. Evaluasi partisipatif memungkinkan perusahaan atau pelaksana program mengetahui sejauh mana keberhasilan program, kendala yang muncul, serta perbaikan yang perlu dilakukan pada masa mendatang. Melalui evaluasi, hubungan antara perusahaan dan masyarakat dapat terbangun secara dialogis dan setara, sehingga menciptakan transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan CSR. Evaluasi yang melibatkan masyarakat juga memperkuat posisi mereka sebagai subjek pembangunan, bukan sekadar objek kebijakan.

Jika dikaitkan dengan persepsi masyarakat terhadap program CSR, teori partisipasi masyarakat menjadi sangat relevan. Persepsi masyarakat terbentuk melalui pengalaman langsung, interaksi sosial, serta penilaian subjektif terhadap

manfaat program. Masyarakat yang dilibatkan dalam setiap tahapan program CSR cenderung memiliki persepsi yang lebih positif karena mereka merasa dihargai, diakui, dan diberi ruang untuk berperan. Keterlibatan tersebut juga menumbuhkan rasa keadilan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap perusahaan. Sebaliknya, ketika program CSR dirancang dan dilaksanakan secara top-down tanpa melibatkan masyarakat, mereka mungkin merasa program tersebut tidak sesuai kebutuhan, bersifat formalitas, atau hanya upaya pencitraan perusahaan. Kondisi ini dapat melahirkan persepsi negatif, bahkan berpotensi menimbulkan konflik sosial.

Dengan demikian, tingkat partisipasi masyarakat dapat dipahami sebagai salah satu faktor penting yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap CSR, sebagaimana tercermin dalam rumusan masalah pertama penelitian ini. Partisipasi masyarakat tidak hanya berdampak pada keberhasilan teknis pelaksanaan CSR, tetapi juga pada pembentukan persepsi, sikap, dan hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat. Teori Partisipasi Masyarakat membantu menjelaskan bahwa persepsi positif tidak muncul secara otomatis dari pemberian bantuan atau fasilitas, tetapi terbentuk melalui proses interaksi, pelibatan, dan penghargaan terhadap martabat masyarakat sebagai subjek pembangunan.

3. Konsep CSR (Corporate Social Responsibility)

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya, serta masyarakat luas. CSR merupakan bentuk tanggung

jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi³². CSR juga dapat dipahami sebagai cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada masyarakat, yang melampaui tanggung jawabnya di bidang hukum dan ekonomi. Ini mencakup kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melindungi lingkungan, dan memastikan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang³³. Dalam konteks yang lebih luas, CSR dapat dilihat sebagai kontribusi bisnis untuk pembangunan berkelanjutan, yang didefinisikan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri³⁴.

Banyak istilah tentang tanggungjawab perusahaan, dalam perundang-undangan menggunakan tanggungjawab sosial dan lingkungan atau *corporate social responsibility* atau kadangkala orang menyebut juga dengan *business social responsibility* atau *corporate citizenship* atau *corporate responsibility* atau *business citizenship*. Istilah-istilah diatas sama artinya dan sering digunakan untuk merujuk pengertian CSR. CSR walau masih sangat sedikit tapi sudah diatur secara tegas di Indonesia, yaitu dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-

³² Suharto, E. (2010). *CSR & COMDEV: Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Alfabeta, Bandung.

³³ Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung jawab Sosial Korporasi)*. Alfabeta, Bandung.

³⁴ Lako, A. (2011). *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Erlangga, Jakarta.

5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN. Setelah itu tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Terdapat dua jenis konsep CSR, yaitu dalam pengertian luas dan dalam pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas, berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Keberlanjutan kegiatan ekonomi bukan hanya terkait soal tanggungjawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan terhadap masyarakat dan bangsa serta dunia internasional.³⁵

Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa pendekatan yang biasa digunakan perusahaan dalam menerapkan CSR. Pertama, pendekatan filantropi, yaitu perusahaan secara sukarela memberikan sumbangan kepada masyarakat atau lembaga sosial tanpa keterkaitan langsung dengan kegiatan bisnis inti. Kedua, pendekatan kepatuhan, yang mana perusahaan melaksanakan CSR sebagai bentuk tanggung jawab hukum dan peraturan pemerintah seperti pengelolaan limbah, ketenagakerjaan, dan aspek lingkungan. Ketiga, pendekatan strategis, yaitu CSR menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan yang diarahkan untuk memberikan nilai tambah bagi masyarakat sekaligus mendukung keberlanjutan usaha.

³⁵ Marnelly, T. Romi. "Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia." *Jurnal aplikasi bisnis* 2.2 (2012): 49-59.

Keempat, pendekatan inovatif dilakukan dengan menciptakan produk atau layanan yang memberikan dampak sosial positif sekaligus menguntungkan perusahaan.³⁶

CSR diperlukan dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan lingkungan. Salah satunya adalah dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup, seperti melalui pengelolaan limbah, penggunaan sumber daya secara efisien, dan penggunaan energi terbarukan. Selain itu, CSR juga berperan penting dalam pemberdayaan masyarakat, di mana perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui pelatihan, pendidikan, dan program kewirausahaan. Dalam hal ketenagakerjaan, CSR dibutuhkan untuk memastikan bahwa hak-hak pekerja dipenuhi, termasuk dalam hal keselamatan kerja, kesehatan, serta kesejahteraan karyawan dan keluarganya. CSR juga penting dalam penerapan etika bisnis dan tata kelola perusahaan yang baik, termasuk praktik transparansi, akuntabilitas, serta anti-korupsi. CSR juga mendukung hubungan yang harmonis antara perusahaan dan para pemangku kepentingan seperti pemerintah, konsumen, investor, dan masyarakat umum.³⁷

Untuk merumuskan program CSR yang efektif, terdapat lima langkah utama yang dapat diikuti. Pertama, perusahaan perlu mengidentifikasi isu sosial dan lingkungan yang relevan dengan aktivitas bisnis dan kebutuhan masyarakat. Langkah kedua adalah melakukan analisis terhadap kepentingan para pemangku kepentingan guna memahami harapan dan kebutuhan mereka terhadap

³⁶ Suherwin, Suherwin. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dengan Pendekatan Islamic Social Reporting Terhadap Peningkatan Kinerja Keuangan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Tahun 2018-2022*. Diss. IAIN ParePare, 2024.

³⁷ Ardani, N. K. S., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 12-23.

perusahaan. Selanjutnya, perusahaan merumuskan tujuan dan strategi CSR yang jelas dan sejalan dengan visi serta misi perusahaan. Setelah strategi ditetapkan, program CSR diimplementasikan secara terencana dan melibatkan pihak-pihak terkait agar pelaksanaannya tepat sasaran. Langkah terakhir adalah melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan CSR untuk menilai efektivitas program, mengidentifikasi kekurangan, serta melakukan perbaikan guna memastikan keberlanjutan dan dampak positif yang maksimal.³⁸

Pelaksanaan CSR di Indonesia mencakup berbagai aspek², antara lain:

- a. Pengembangan Masyarakat: Program-program yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar, termasuk pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi.
- b. Perlindungan Lingkungan: Inisiatif untuk mengurangi dampak negatif operasi perusahaan terhadap lingkungan, seperti pengelolaan limbah, konservasi energi, dan reboisasi.
- c. Etika Bisnis: Penerapan praktik bisnis yang etis dan transparan, termasuk anti-korupsi dan penghormatan terhadap hak asasi manusia.
- d. Ketenagakerjaan: Penjaminan hak-hak pekerja, keselamatan kerja, dan pengembangan sumber daya manusia.
- e. Tanggung Jawab Produk: Menjamin kualitas dan keamanan produk serta memberikan informasi yang jelas kepada konsumen.

³⁸ Rachman, Nurdizal M., Asep Efendi, And Emir Wicaksana. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Penebar Swadaya Grup, 2011.

Selain itu, berbagai macam faktor yang menjadi penyebab mengapa tanggung jawab sosial menjadi begitu penting dalam lingkup organisasi, diantaranya adalah:³⁹

- a. Adanya arus globalisasi, yang memberikan gambaran tentang hilangnya garis pembatas diantara berbagai wilayah di dunia sehingga menghadirkan universalitas. Dengan demikian menjadi sangat mungkin perusahaan multinasional dapat berkembang dimana saja sebagai mata rantai globalisasi;
- b. Konsumen dan investor sebagai public primer organisasi profit membutuhkan gambaran mengenai tanggung jawab organisasi terhadap isu sosial dan lingkungannya;
- c. Sebagai bagian dalam etika berorganisasi, maka dibutuhkan tanggung jawab organisasi untuk dapat mengelola organisasi dengan baik (lebih layak dikenal dengan *good corporate governance*);
- d. Masyarakat pada beberapa negara menganggap bahwa organisasi sudah memenuhi standard etika berorganisasi, ketika organisasi tersebut peduli pada lingkungan dan masalah sosial;
- e. Tanggung jawab sosial setidaknya dapat mereduksi krisis yang berpotensi terjadi pada organisasi;
- f. Tanggung jawab sosial dianggap dapat meningkatkan reputasi organisasi.

CSR bukan saja upaya menunjukkan kepedulian sebuah organisasi pada persoalan sosial dan lingkungan, namun juga dapat menjadi pendukung terwujudnya pembangunan yang berkesinambungan dengan menyeimbangan

³⁹ Marnelly, T. Romi. "Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia." *Jurnal aplikasi bisnis* 2.2 (2012): 49-59.

aspek ekonomi dan pembangunan sosial yang didukung dengan perlindungan lingkungan hidup

Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia diatur oleh berbagai peraturan perundang-undangan yang memberikan landasan hukum bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Berikut adalah kerangka hukum dan regulasi yang mengatur CSR di Indonesia:

- a. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) Undang-undang tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL). Kewajiban ini tidak hanya berlaku untuk perusahaan besar tetapi juga untuk semua jenis perusahaan. Undang-undang tersebut juga menegaskan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan⁴⁰.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012) Peraturan ini menyatakan bahwa setiap perseroan sebagai subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL). TJSL wajib dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan perusahaan. Pelaksanaan TJSL harus berdasarkan rencana kerja tahunan yang disetujui oleh dewan komisaris atau RUPS⁴¹.

⁴⁰ Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

⁴¹ Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Dalam menyikapi CSR, terdapat pendapat yang setuju dan juga yang menolaknya. Argumentasi yang mendukung menyatakan bahwa CSR diperlukan untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Menyeimbangkan antara kekuatan korporasi dengan aspek tanggung jawab;
2. Mengurangi adanya regulasi pemerintah (yang berlebihan);
3. Meningkatkan keuntungan jangka panjang;
4. Meningkatkan nilai dan reputasi korporasi;
5. Memperbaiki permasalahan sosial yang disebabkan oleh perusahaan.

Kemudian Kotler & Nance menambahkan dengan menekankan pada aspek bisnis yaitu CSR dapat:

1. Meningkatkan penjualan dan pangsa pasar;
2. Memperkuat posisi merek dagang;
3. Meningkatkan kemampuan untuk menarik, memotivasi, dan memelihara karyawan;
4. Menurunkan biaya operasi;
5. Menarik minat investor dan para analis keuangan.

Sedangkan argumentasi yang menentang menyatakan bahwa pada dasarnya CSR hanya:

1. Menurunkan efisiensi ekonomi dan keuntungan usaha;
2. Membuat biaya perusahaan lebih tinggi dibandingkan kompetitornya;
3. Menimbulkan biaya tersembunyi yang secara tidak langsung akan dibebankan kepada *stakeholder*;

4. Mensyaratkan tambahan kemampuan sosial yang sebenarnya tidak dimiliki oleh perusahaan; dan
5. Membebankan tanggung jawab kepada perusahaan yang seharusnya dibebankan kepada individu.⁴²

Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) pada dasarnya tidak dilakukan secara spontan, tetapi melalui tahapan yang sistematis agar program yang dijalankan perusahaan benar-benar tepat sasaran, berkelanjutan, dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Dalam praktiknya, pelaksanaan CSR juga merujuk pada prinsip-prinsip ISO 26000 tentang Social Responsibility serta agenda pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs). Secara umum, tahapan pelaksanaan CSR dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap Identifikasi Isu dan Pemangku Kepentingan (Stakeholder Identification)

Pada tahap ini perusahaan melakukan pemetaan terhadap seluruh pihak yang berkepentingan atau terdampak oleh aktivitas perusahaan, seperti masyarakat sekitar, pemerintah desa, tokoh agama, pemuda, pelaku usaha kecil, dan kelompok sosial lainnya. Perusahaan juga mengidentifikasi berbagai isu sosial, ekonomi, dan lingkungan yang berkembang di masyarakat sebagai dasar penyusunan program CSR.

2. Tahap Analisis Kebutuhan (*Needs Assessment*)

Pada tahap ini perusahaan melakukan pengkajian langsung di lapangan melalui observasi, diskusi, musyawarah, maupun wawancara dengan

⁴² Marnelly, T. Romi. "Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia." *Jurnal aplikasi bisnis* 2.2 (2012): 49-59.

masyarakat dan pemerintah setempat. Tujuannya adalah untuk mengetahui kebutuhan riil masyarakat sehingga program CSR tidak hanya didasarkan pada asumsi perusahaan, tetapi benar-benar sesuai dengan kondisi objektif masyarakat.

3. Tahap Perencanaan Program (*Program Planning*)

Setelah kebutuhan masyarakat dipetakan, perusahaan menyusun rencana CSR yang mencakup tujuan kegiatan, sasaran penerima manfaat, bentuk program yang akan dijalankan, indikator keberhasilan, jangka waktu pelaksanaan, serta mekanisme evaluasi. Pada tahap ini CSR diposisikan sebagai program strategis yang terintegrasi dengan kebijakan perusahaan.

4. Tahap Penganggaran Program (*Budgeting*)

Pada tahap ini perusahaan menetapkan alokasi dana CSR sesuai dengan prioritas program yang telah dirumuskan. Penganggaran dilakukan secara terukur, transparan, dan disesuaikan dengan kemampuan perusahaan serta ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

5. Tahap Pelaksanaan Program (*Implementation*)

Pada tahap ini program CSR diimplementasikan dalam berbagai bentuk kegiatan, seperti bantuan ekonomi produktif, program pemberdayaan masyarakat, pelatihan keterampilan, bantuan sosial, dukungan sarana keagamaan, dan penyediaan fasilitas sosial. Pelaksanaan program idealnya melibatkan masyarakat secara partisipatif, sehingga masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai objek penerima bantuan, tetapi juga sebagai subjek pembangunan.

6. Tahap Pendampingan dan Monitoring (*Assistance and Monitoring*)

Tahap ini bertujuan memastikan bahwa program CSR berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Perusahaan melakukan pembinaan, kunjungan lapangan, konsultasi, serta pemantauan berkala terhadap penerima manfaat. Monitoring yang efektif dapat mencegah program berhenti di tengah jalan dan mendorong keberlanjutan usaha masyarakat.

7. Tahap Evaluasi Program (*Evaluation*)

Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana program CSR berhasil mencapai tujuan, memberikan dampak sosial dan ekonomi bagi masyarakat, serta mengidentifikasi kendala yang muncul di lapangan. Hasil evaluasi selanjutnya dijadikan dasar dalam perbaikan dan penyempurnaan program pada periode berikutnya.

8. Tahap Pelaporan dan Perbaikan Berkelanjutan (*Reporting and Sustainability Improvement*)

Pada tahap ini perusahaan menyusun laporan CSR secara akuntabel serta menggunakan hasil evaluasi sebagai dasar perencanaan program CSR di masa mendatang. Tahap ini menegaskan bahwa CSR tidak bersifat insidental atau filantropi semata, tetapi merupakan program pembangunan sosial yang dirancang untuk berkelanjutan.

Dengan mengikuti tahapan-tahapan tersebut, diharapkan pelaksanaan CSR mampu menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat, sekaligus mendukung terwujudnya tujuan pembangunan berkelanjutan.⁴³

4. Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam

CSR dalam konteks Islam dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan nilai-nilai moral dan etika. Ini mencakup tanggung jawab terhadap lingkungan, kesejahteraan masyarakat, dan keadilan sosial. Dalam Al-Qur'an dan Hadis, terdapat banyak ajaran yang mendorong umat Islam untuk berbuat baik kepada sesama dan menjaga lingkungan⁴⁴. Seperti yang disebutkan dalam Q.S. Al-Maidah: 2, *“Dan tolong-menolonglah kamu dalam kebajikan dan takwa, dan janganlah tolong-menolong dalam dosa dan permusuhan”*. Ayat ini menekankan pentingnya kolaborasi untuk kebaikan bersama, yang menjadi dasar bagi perusahaan untuk berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perspektif Islam berlandaskan pada prinsip-prinsip etika dan tanggung jawab sosial yang mendalam. CSR dalam Islam tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai strategi untuk mencapai kesejahteraan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan, sejalan dengan tujuan syariah yaitu masalah atau kebaikan bagi masyarakat secara

⁴³ International Organization for Standardization, *ISO 26000: Guidance on Social Responsibility* (Geneva: ISO, 2010).

⁴⁴ Harni, Mustakim. (2023). *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perspektif Etika Bisnis Islam*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(3).

keseluruhan⁴⁵. Terdapat beberapa prinsip utama yang menjadi landasan CSR dalam Islam, antara lain:

- a. Tauhid: Prinsip ini menekankan bahwa segala sesuatu berasal dari Allah dan harus dijalankan sesuai dengan perintah-Nya. Dalam konteks CSR, ini berarti bahwa perusahaan harus beroperasi dengan niat yang baik dan bertanggung jawab terhadap seluruh aspek kehidupan, termasuk lingkungan dan masyarakat.
- b. Keseimbangan (Equilibrium): CSR dalam Islam mengharuskan adanya keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan tanggung jawab sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar profit, tetapi juga menjaga kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.
- c. Keadilan (Al-Adl): Islam mengajarkan pentingnya keadilan dalam semua transaksi bisnis. Hal ini mencakup perlakuan yang adil terhadap semua pihak yang terlibat, termasuk karyawan, konsumen, dan masyarakat sekitar.
- d. Ihsan: Konsep ihsan mendorong individu dan perusahaan untuk melakukan perbuatan baik tanpa mengharapkan imbalan. Dalam CSR, ini berarti berkontribusi kepada masyarakat secara sukarela dan dengan niat yang tulus.
- e. Amanah: Dalam Islam, amanah adalah tanggung jawab untuk mengelola sumber daya dengan baik. Perusahaan harus bertindak sebagai pengelola yang bertanggung jawab atas sumber daya yang dimiliki, baik itu finansial maupun lingkungan.

⁴⁵ Ullly, A., & Kelib, A. (2012) Penerapan Prinsip-prinsip Islam Dalam Pengaturan Corporate Social Responsibility Di Indonesia. *Jurnal Law Reform*. 3(1)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan dalam kondisi alami, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data. Pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran yang menyeluruh dan mendalam mengenai objek yang diteliti. Data yang dihasilkan bersifat deskriptif, disajikan dalam bentuk kata-kata, bukan angka. Peneliti memilih pendekatan ini karena dianggap paling sesuai untuk menggali fenomena secara mendalam, memahami makna yang terkandung di dalamnya, serta menyajikan fakta-fakta secara rinci sesuai dengan konteks penelitian.⁴⁶

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Gampong Sumber Bakti, Kecamatan Darul Makmur, Kabupaten Nagan Raya, Provinsi Aceh. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*, dengan pertimbangan bahwa Gampong Sumber Bakti merupakan salah satu wilayah pemukiman masyarakat yang berada dalam radius operasional PT SPS II, sebuah perusahaan yang melaksanakan program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan. Keberadaan perusahaan ini tidak hanya berperan dalam aktivitas ekonomi produksi, tetapi juga memiliki keterkaitan langsung dengan dinamika

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D), (Bandung: Alfabeta), 2019. hlm. 14

kehidupan sosial, ekonomi, serta lingkungan masyarakat setempat. Dengan demikian, Gampong Sumber Bakti menjadi lokasi yang sangat relevan untuk meneliti bagaimana persepsi masyarakat terbentuk terhadap pelaksanaan CSR, baik dari sisi manfaat, penerimaan, maupun respon sosial masyarakat.⁴⁷

Gampong Sumber Bakti merupakan kawasan pemukiman yang mayoritas penduduknya menggantungkan sumber penghidupan pada sektor perkebunan, pertanian, serta kegiatan ekonomi lokal yang berkembang seiring dengan kehadiran perusahaan. Kondisi sosial ekonomi masyarakat yang relatif dekat dengan aktivitas perusahaan menjadikan mereka sebagai kelompok yang berpotensi langsung menerima dampak, baik positif maupun negatif, dari program CSR yang dijalankan. Oleh karena itu, lokasi ini memberikan peluang bagi peneliti untuk memperoleh data empiris yang kaya terkait pengalaman, pandangan, interaksi, serta penilaian masyarakat terhadap implementasi CSR PT SPS II.

Pemilihan lokasi ini juga didasarkan pada pertimbangan akademik bahwa persepsi masyarakat terbentuk melalui pengalaman sosial dan interaksi sehari-hari dengan perusahaan serta program CSR yang dihadirkan. Lokasi yang secara geografis dekat dengan perusahaan memungkinkan peneliti melakukan observasi lapangan, wawancara, serta penggalan data secara lebih intensif. Dengan menjadikan Gampong Sumber Bakti sebagai lokasi penelitian, diharapkan hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antara perusahaan dan masyarakat sebagai penerima manfaat CSR, sekaligus

⁴⁷ Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian tentang implementasi CSR di tingkat lokal.

C. Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pada persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. SPS II Nagan Raya. Penelitian difokuskan untuk mengkaji bagaimana masyarakat menilai kebermanfaatan program CSR tersebut dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi di Desa Sumber Bakti, Kecamatan Darul Makmur, Kabupaten Nagan Raya. Ruang lingkup penelitian mencakup kegiatan CSR yang telah dilaksanakan oleh perusahaan, keterlibatan masyarakat dalam program tersebut, serta dampaknya terhadap lingkungan sosial dan ekonomi setempat.

D. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel

Subjek dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok utama, yaitu petugas PT. SPS II Nagan Raya yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program CSR, serta masyarakat Desa Sumber Bakti yang menjadi penerima manfaat program tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan permasalahan penelitian. Informan dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dengan pelaksanaan program CSR, sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan persepsi masyarakat secara mendalam dan sesuai dengan tujuan penelitian. Setiap data yang diperoleh

dari mereka akan tetap divalidasi dengan kondisi aktual di lapangan. Berikut adalah informan yang terlibat dalam penelitian ini:

Tabel 1: Informan Penelitian

No	Nama/Inisial	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan/Posisi	Keterangan (Kelompok)
1	A1	55	Laki-laki	Staf CSR PT SPS II	Kepala Bidang Humas perusahaan
2	A2	35	Laki-laki	Staf CSR PT SPS II	Petugas perusahaan
3	B1	50	Laki-laki	Petani	Masyarakat penerima manfaat
4	B2	35	Perempuan	Ibu rumah tangga	Masyarakat penerima manfaat
5	B3	42	Laki-laki	Petani	Masyarakat penerima manfaat
6	B4	40	Laki-Laki	Keuchik	Kepala desa
7	B5	29	Laki-Laki	Perangkat desa	Kaur desa
8	C1	39	Laki-Laki	Petani	Masyarakat penerima manfaat
9	C2	48	Laki-Laki	Petani	Masyarakat penerima manfaat
10	C3	40	Laki-Laki	Petani	Masyarakat penerima manfaat
11	D2	35	Perempuan	Ibu rumah tangga	Masyarakat penerima manfaat
12	D3	39	Perempuan	Ibu rumah tangga	Masyarakat penerima manfaat
13	D4	40	Perempuan	Ibu rumah tangga	Masyarakat penerima manfaat
14	D5	30	Perempuan	Ibu rumah tangga	Masyarakat penerima

					manfaat
15	D6	49	Perempuan	Ibu rumah tangga	Masyarakat penerima manfaat
TOTAL					15 Orang

Meskipun informan telah dipilih, namun informasi yang diberikan oleh informan yang telah dipilih tetap di uji ulang sesuai yang terjadi dilapangan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data utama dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti memperoleh informasi mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Wawancara pada dasarnya adalah proses komunikasi dua arah antara pewawancara dan informan untuk bertukar informasi, gagasan, serta pandangan melalui interaksi tanya jawab., proses ini dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dengan tujuan menggali pengetahuan, pengalaman, persepsi, dan interpretasi informan terhadap suatu peristiwa atau program tertentu.⁴⁸

Dalam penelitian ini, metode wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi rinci mengenai persepsi masyarakat terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) PT SPS II Nagan Raya. Teknik ini dipilih karena

⁴⁸ Lexy J Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 186

ada banyak hal yang tidak dapat ditangkap hanya melalui observasi, seperti pengalaman personal, pendapat, serta penilaian subjektif masyarakat terhadap efektivitas program CSR. Wawancara dilakukan kepada agen atau staf perusahaan yang menangani CSR, aparat desa, serta masyarakat penerima manfaat, sehingga diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai pelaksanaan program di lapangan.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur (semi-structured interview) atau yang dalam konteks penelitian kualitatif sering disebut sebagai “benang merah umum”, yaitu wawancara yang berpedoman pada garis besar pertanyaan tetapi tetap memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara bebas. Jenis wawancara ini dipilih karena lebih fleksibel, memungkinkan peneliti menggali informasi yang tidak terduga, serta memberikan kesempatan bagi informan untuk mengungkapkan pendapat secara lebih alamiah.⁴⁹

Dalam pelaksanaannya, peneliti menyiapkan daftar pertanyaan pokok mengenai jenis bantuan CSR, pengalaman penerima manfaat, hambatan dalam pengembangan usaha, serta persepsi masyarakat terhadap keberadaan perusahaan. Namun peneliti tetap memberikan keleluasaan kepada informan untuk memperluas jawaban, menambah informasi baru, atau mengemukakan contoh konkret di lapangan. Dengan demikian, wawancara tidak hanya

⁴⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 233.

menghasilkan data deskriptif tetapi juga menghasilkan interpretasi mendalam mengenai hubungan antara masyarakat dan perusahaan.

Wawancara dilakukan secara langsung (tatap muka) dengan memperhatikan etika penelitian, seperti meminta izin kepada informan, menjaga kerahasiaan data, serta memastikan bahwa jawaban yang diberikan merupakan pendapat asli informan tanpa tekanan. Proses wawancara dicatat dalam bentuk catatan lapangan serta direkam apabila informan memberikan persetujuan. Hal ini bertujuan untuk menjaga keakuratan data dan memungkinkan peneliti melakukan analisis secara lebih teliti.

Melalui wawancara ini, peneliti memperoleh data yang sangat berharga berupa pengalaman nyata masyarakat dalam menerima bantuan CSR, pandangan mereka mengenai keberlanjutan program, serta harapan yang ingin mereka sampaikan kepada perusahaan. Data wawancara kemudian dianalisis, dibandingkan dengan dokumen pendukung, dan digunakan untuk memperkuat kesimpulan penelitian. gagasannya.⁵⁰

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data penting dalam penelitian kualitatif yang berfungsi untuk melengkapi, memperkaya, dan memverifikasi informasi dari hasil observasi serta wawancara. Teknik ini dilakukan melalui pengumpulan berbagai bentuk rekaman dan bahan tertulis seperti catatan lapangan, arsip, laporan resmi, transkrip, foto, video, surat

⁵⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 233.

keputusan, serta dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian, dalam konteks penelitian sosial, dokumentasi berperan sebagai bukti objektif yang dapat memperkuat validitas dan kredibilitas temuan penelitian.⁵¹

Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) PT SPS II Nagan Raya. Data dokumenter yang dikumpulkan meliputi catatan perusahaan terkait pelaksanaan program CSR, daftar penerima manfaat, notulen musyawarah perencanaan pembangunan (musrenbang), laporan tahunan perusahaan, foto kegiatan, serta dokumen pendukung lain yang menggambarkan implementasi CSR di lapangan. Selain itu, peneliti juga menggunakan transkrip hasil wawancara, berita terkait aktivitas perusahaan, serta referensi berupa buku, artikel jurnal, dan regulasi pemerintah yang relevan.⁵²

Penggunaan dokumentasi dalam penelitian ini berfungsi untuk melengkapi data primer dari hasil wawancara dan observasi, sehingga analisis yang dilakukan menjadi lebih mendalam, akurat, dan sesuai konteks. Dokumen-dokumen tersebut membantu peneliti menelusuri bagaimana program CSR direncanakan, dilaksanakan, dan diterima oleh masyarakat. Selain itu, dokumentasi juga memberikan gambaran visual dan faktual mengenai situasi

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

⁵² Creswell, John W. *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications, 2013.

sosial di lapangan, sehingga memperkuat interpretasi peneliti terhadap fenomena yang diteliti.

Melalui kombinasi antara data dokumentasi dan data lapangan, penelitian ini mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai persepsi masyarakat serta efektivitas program CSR PT SPS II. Dokumen perusahaan dan hasil arsip kegiatan memberikan kerangka historis, sedangkan transkrip wawancara dan catatan observasi memberikan perspektif langsung dari para informan. Dengan demikian, teknik dokumentasi menjadi instrumen penting dalam mendukung triangulasi data demi meningkatkan keabsahan hasil penelitian.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan dan analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mengorganisasi data, memecahnya ke dalam bagian-bagian yang lebih kecil, menyusunnya dalam pola atau kategori, dan menafsirkan maknanya untuk memperoleh pemahaman yang mendalam berdasarkan teori Miles & Huberman (1994). Dalam penelitian ini, data yang diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan studi literatur diolah secara sistematis melalui tahapan reduksi data untuk menyaring informasi penting, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif untuk mempermudah pembacaan pola, serta penarikan kesimpulan yang

didukung oleh temuan lapangan sehingga hasil analisis dapat menjawab rumusan masalah secara komprehensif. Tahapan pengolahan datanya masing-masing:

1. Pemeriksaan Ulang

Dengan mengecek kembali seluruh masukan, proses penyuntingan ini benar-benar memperhatikan aspek kesesuaian, kelengkapan, dan kejelasan. Karena tidak semua data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan berdasarkan rumusan masalah, maka peneliti hanya memperoleh informasi (data) yang diperlukan dan sesuai dengan rumusan masalah yang ada.

2. Klasifikasi Data

Tahapan ini peneliti klasifikasi data-data yang terkumpul dan telah direduksi sesuai rumusan masalah, yaitu mengelompokkan data-data tentang program kerja yang menjadi preferensi dalam Melihat Program Csr Dalam Mendukung Kesejahteraan Masyarakat Tani Di Desa Sumber Bakti Kab. Nagan Raya. Agar data yang diperoleh benar-benar memuat permasalahan yang ada.

3. Pembuktian

Periksa dengan teliti data yang diperoleh dari wawancara, sehingga diperoleh data yang valid. Pengecekan verifikasi ini dilakukan dengan cara bertemu dengan sumber data kemudian memastikan hasil wawancara dengan mereka untuk mengetahui kesesuaian data dengan apa yang dilaporkan..

4. Analisis Data

Dalam proses analisis ini, peneliti mengolah data yang telah diverifikasi dengan cara menyederhanakannya ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis tersebut meliputi menganalisis, menelaah data

yang telah dikumpulkan untuk menyimpulkan atau mencapai suatu hasil akhir.

5. Kesimpulan

Penyelesaian atau penghentian merupakan tahap akhir dari pengolahan data. Kesimpulan merupakan suatu kesimpulan dari data-data yang diperoleh setelah dilakukan analisis untuk mempunyai jawaban bagi pembaca atas keresahan terhadap apa yang dipaparkan dalam latar belakang suatu permasalahan yang sebelumnya permasalahan tersebut tidak cukup jelas untuk menjadi seperti itu. Dalam hal ini, Persepsi Masyarakat terhadap program CSR PT SPS 2 Kab. Nagan Raya.



BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Gampong Sumber Bakti merupakan salah satu gampong yang terletak di Kecamatan Darul Makmur, Kabupaten Nagan Raya, Provinsi Aceh. Secara geografis, wilayah gampong ini berada di kawasan pedesaan yang dikelilingi oleh areal perkebunan kelapa sawit, lahan pertanian, dan permukiman penduduk. Kondisi geografis ini menjadikan masyarakat Gampong Sumber Bakti sangat bergantung pada sumber penghidupan berbasis sektor primer, terutama pertanian, perkebunan, dan kegiatan ekonomi lokal lainnya. Pola kehidupan masyarakat yang berada dalam ruang lingkup agraris inilah yang membentuk karakter sosial, ekonomi, serta budaya masyarakat setempat. Selain itu, keberadaan perusahaan perkebunan yang beroperasi di sekitar wilayah gampong turut memberikan pengaruh terhadap dinamika kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat.⁵³

Secara administratif, Gampong Sumber Bakti termasuk dalam kategori wilayah yang berada paling dekat dengan kawasan industri perkebunan di Kecamatan Darul Makmur. Kedua gampong ini sering diposisikan sebagai wilayah prioritas penerima manfaat program pembangunan sosial yang berasal dari kerja sama pemerintah desa, pihak perusahaan, dan lembaga lain yang terlibat. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa masyarakat di wilayah tersebut secara langsung merasakan dampak dari aktivitas ekonomi dan sosial yang terjadi di sekitarnya. Adapun mata pencaharian masyarakat didominasi oleh petani,

⁵³ Badan Pusat Statistik Kabupaten Nagan Raya. (2023). *Kabupaten Nagan Raya dalam angka 2023*. Badan Pusat Statistik.

buruh kebun, peternak, pedagang kecil, serta ibu rumah tangga yang menjalankan usaha mikro berbasis keluarga. Variasi mata pencaharian ini menunjukkan bahwa struktur ekonomi Gampong Sumber Bakti dan Alue Raya masih didominasi oleh sektor informal dan usaha berskala kecil.

Dalam kehidupan sosial sehari-hari, masyarakat Gampong Sumber Bakti dikenal memiliki pola hubungan sosial berbasis kekeluargaan, gotong royong, serta nilai-nilai adat istiadat Aceh yang masih terjaga dengan baik. Nilai kebersamaan tercermin dalam berbagai aktivitas sosial seperti kerja bakti, kenduri, kegiatan keagamaan, dan musyawarah desa. Ikatan sosial yang kuat ini membuat setiap bentuk bantuan, program pembangunan, maupun dukungan sosial dari pihak luar dipersepsikan sebagai bagian dari perhatian terhadap kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, berbagai program yang masuk ke desa termasuk program pemberdayaan masyarakat selalu dikaitkan dengan harapan meningkatnya kualitas hidup dan kesejahteraan keluarga.⁵⁴

Gampong Sumber Bakti juga mengalami perkembangan dalam hal infrastruktur dasar desa. Akses jalan desa, saluran air, dan fasilitas umum lainnya secara bertahap mengalami perbaikan melalui kerja sama antara pemerintah desa, masyarakat, dan pihak-pihak yang berkepentingan. Perbaikan infrastruktur ini berdampak pada meningkatnya mobilitas masyarakat, kelancaran transportasi hasil kebun, serta kemudahan akses pendidikan bagi anak-anak sekolah. Dengan akses yang lebih baik, aktivitas ekonomi masyarakat menjadi lebih lancar sehingga mendukung peningkatan taraf hidup masyarakat desa.

⁵⁴ Putra, Fadhil. "Efektivitas Program CSR Berbasis Ekonomi Produktif." *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 2020.

Dari sisi pemerintahan, aparatur gampong memiliki peran penting sebagai penghubung antara masyarakat dengan pihak luar. Pemerintah desa secara rutin melaksanakan musyawarah gampong untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat serta menyusun prioritas pembangunan. Proses pengambilan keputusan yang bersifat partisipatif ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki ruang untuk menyampaikan aspirasi dan terlibat dalam pembangunan desa. Namun demikian, keterbatasan anggaran desa sering kali menjadi kendala sehingga tidak semua kebutuhan dapat dipenuhi secara optimal.⁵⁵

Karakteristik ekonomi masyarakat Gampong Sumber Bakti yang masih bertumpu pada sektor primer menjadikan mereka cukup rentan terhadap perubahan kondisi ekonomi dan lingkungan. Oleh karena itu, program pemberdayaan ekonomi masyarakat memiliki arti penting dalam membantu meningkatkan pendapatan keluarga. Beberapa warga yang pernah mengikuti program pemberdayaan menyatakan bahwa bantuan yang diberikan pada awalnya cukup membantu, namun keberlanjutan usaha sering kali terhambat oleh keterbatasan modal, biaya operasional, akses pasar, serta kurangnya pendampingan lanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan program pembangunan masyarakat sangat dipengaruhi oleh dukungan sistem yang berkelanjutan.

Selain kondisi ekonomi, kehidupan sosial budaya masyarakat juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi mereka terhadap berbagai program pembangunan. Nilai-nilai religiusitas, adat, solidaritas sosial, dan

⁵⁵ Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

penghormatan terhadap tokoh masyarakat masih sangat kental. Tokoh-tokoh agama, kepala desa, dan pemuka adat memiliki peranan yang signifikan dalam memengaruhi pandangan masyarakat terhadap berbagai kebijakan atau program yang hadir di desa. Oleh karena itu, keterlibatan tokoh masyarakat dalam proses sosial di desa menjadi aspek penting dalam menjaga keharmonisan hubungan antarwarga dan dengan pihak luar.

Secara umum, gambaran kondisi sosial, ekonomi, budaya, dan geografis Gampong Sumber Bakti menunjukkan bahwa masyarakat desa memiliki ketergantungan yang cukup tinggi pada sektor agraris serta dukungan program pembangunan dari berbagai pihak. Hal ini menjadikan masyarakat cukup peka terhadap berbagai bentuk intervensi sosial, termasuk program pemberdayaan ekonomi, bantuan sosial, dan pengembangan infrastruktur. Dengan karakteristik masyarakat seperti ini, persepsi terhadap program pembangunan sangat dipengaruhi oleh pengalaman langsung yang mereka rasakan, manfaat yang diterima, serta kesesuaian program dengan kebutuhan hidup sehari-hari.

Dengan demikian, Gampong Sumber Bakti merupakan lokasi yang tepat untuk mengkaji persepsi masyarakat terhadap program-program sosial dan pemberdayaan, karena desa ini berada dalam dinamika sosial ekonomi yang terus berkembang. Pemahaman terhadap karakteristik masyarakat desa, struktur ekonomi, nilai-nilai sosial budaya, serta pola hubungan sosial yang ada menjadi landasan penting dalam menganalisis bagaimana persepsi masyarakat terbentuk sebagai respons terhadap berbagai program yang hadir di tengah-tengah kehidupan mereka.

B. Persepsi Masyarakat Terhadap Program CSR PT SPS II Nagan Raya

Persepsi masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT SPS II Nagan Raya merupakan aspek penting dalam menilai sejauh mana program-program perusahaan memberikan manfaat nyata dan diterima oleh masyarakat sebagai pihak yang langsung merasakan dampaknya. Persepsi ini terbentuk melalui pengalaman langsung, interaksi sosial, latar belakang ekonomi, serta kebutuhan masyarakat terhadap bentuk bantuan yang diberikan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum masyarakat memiliki persepsi positif terhadap keberadaan program CSR, namun terdapat sejumlah catatan kritis terkait keberlanjutan dan pendampingan pasca-penyaluran.

Dari perspektif perusahaan, pelaksanaan CSR PT SPS II telah dijalankan berdasarkan mekanisme resmi yang melibatkan unsur pemerintah dan pemangku kepentingan desa.

“bahwa seluruh program CSR disalurkan melalui prosedur musyawarah perencanaan pembangunan (musrenbang) yang mempertemukan pihak perusahaan, kepala desa, serta Bappeda Kabupaten Nagan Raya. Dalam mekanisme tersebut, setiap desa mengusulkan kebutuhan masyarakat yang kemudian diverifikasi agar selaras dengan prioritas CSR perusahaan. Melalui proses ini, bantuan seperti sembako, mesin jahit, bibit ikan lele, serta ternak kambing ditetapkan sebagai program yang dianggap relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat. Namun demikian, pihak perusahaan mengakui bahwa di lapangan, tidak semua bantuan tersebut berjalan optimal. Beberapa program produktif tidak berkelanjutan karena adanya hambatan dari sisi penerima manfaat, seperti keterbatasan modal, kurangnya kemampuan manajemen usaha, dan minimnya akses pemasaran.”⁵⁶

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Deri, (Humas PT SPS II) pada 14 Agustus 2025.

Hal ini menunjukkan bahwa dari sudut pandang perusahaan, implementasi CSR telah sesuai pedoman dan regulasi, namun masih dihadapkan pada tantangan keberlanjutan dan efektifitas program.

1. Persepsi Masyarakat terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Sembako

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap Program Bantuan Sembako CSR PT SPS II dapat dilihat dari beberapa tahapan pelaksanaan program. Pada tahap identifikasi isu, masyarakat menilai bahwa program ini muncul sebagai respons terhadap kondisi ekonomi masyarakat yang rentan, khususnya pada saat harga kebutuhan pokok meningkat dan pendapatan masyarakat tidak stabil. Identifikasi isu tersebut dinilai cukup relevan karena sebagian besar penerima bantuan memang berasal dari kelompok masyarakat berpenghasilan rendah.

“Pada saat bantuan sembako diberikan, kondisi ekonomi keluarga kami memang sedang sulit. Pendapatan tidak menentu, sementara kebutuhan rumah tangga terus meningkat. Oleh karena itu, bantuan sembako dari perusahaan sangat membantu kami dalam memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari dan sedikit meringankan beban ekonomi keluarga.”⁵⁷

Pada tahap analisis kebutuhan, masyarakat memersepsikan bahwa jenis bantuan sembako yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dasar rumah tangga, seperti beras, minyak goreng, dan bahan pangan lainnya. Namun demikian, sebagian masyarakat menilai bahwa analisis kebutuhan belum sepenuhnya dilakukan secara mendalam karena belum semua kelompok rentan terdata secara merata sebagai penerima bantuan.

⁵⁷ Hasil wawancara dengan bapak malik, (penerima bantuan sembako) pada 20 Agustus 2025

‘isi bantuan sembako yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan dasar masyarakat. Namun, masih terdapat beberapa warga yang seharusnya berhak menerima bantuan, tetapi belum terdata sebagai penerima, sehingga distribusi bantuan dirasakan belum sepenuhnya merata.’⁵⁸

Selanjutnya pada tahap perencanaan dan persiapan program, masyarakat menyampaikan bahwa keterlibatan mereka masih terbatas. Perencanaan program umumnya dilakukan oleh pihak perusahaan dengan koordinasi aparat gampong, tanpa melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini menyebabkan sebagian masyarakat kurang memahami tujuan jangka panjang dari program tersebut.

“Kami ini biasanya cuma dikabari kapan bantuan dibagi. Untuk musyawarah atau perencanaan sebelumnya, kami tidak pernah diajak”.⁵⁹

Pada tahap penggunaan anggaran, masyarakat pada umumnya tidak mengetahui secara rinci mekanisme pengelolaan dana CSR untuk program bantuan sembako. Kurangnya transparansi anggaran menimbulkan persepsi beragam, meskipun tidak sampai menimbulkan penolakan terhadap program.

“Soal anggaran bantuan ini kami tidak tahu. Kami hanya menerima sembako tanpa mengetahui berapa dana yang dikeluarkan.”⁶⁰

Dalam hal pendampingan dan monitoring, masyarakat menilai bahwa program bantuan sembako bersifat insidental dan belum disertai dengan pendampingan atau pemantauan berkelanjutan dari pihak perusahaan. Program ini

⁵⁸ Hasil wawancara dengan bapak Yunus, (penerima bantuan sembako) pada 20 Agustus 2025

⁵⁹ Hasil wawancara dengan ibu Eka Erlina, (penerima bantuan sembako) pada 20 Agustus 2025

⁶⁰ Hasil wawancara dengan bapak Malik, (penerima bantuan sembako) pada 20 Agustus 2025

lebih dipersepsikan sebagai bantuan sosial jangka pendek untuk meringankan beban ekonomi masyarakat.

“bantuannya memang terasa, tapi setelah dibagikan untuk kami, tidak ada lagi tindak lanjut atau pendampingan”⁶¹

Pada tahap evaluasi, sebagian besar masyarakat merasakan manfaat langsung dari bantuan sembako, namun menilai bahwa program ini belum mampu memberikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan kesejahteraan. Kendala utama yang dirasakan adalah keterbatasan jumlah bantuan dan belum meratanya distribusi.

Terakhir, pada tahap tindak lanjut dan keberlanjutan, masyarakat memersepsikan bahwa program bantuan sembako belum memiliki rencana keberlanjutan yang jelas. Hingga saat ini, belum terdapat upaya perbaikan program yang bersifat berkelanjutan, seperti pengembangan program pemberdayaan ekonomi sebagai pelengkap bantuan sosial.

Berdasarkan uraian persepsi masyarakat terhadap program bantuan sembako maka dapat dibuatkan matriks kesimpulan sebagaimana berikut:

Tabel 4.1 Persepsi Terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Sembako

No	Indikator Pelaksanaan Program CSR	Positif	Negatif
1	Identifikasi Isu	Program sesuai kondisi ekonomi masyarakat	-
2	Analisis Kebutuhan	Jenis bantuan sesuai kebutuhan dasar	Pendataan penerima belum merata
3	Perencanaan dan Persiapan Program	-	Keterlibatan masyarakat masih terbatas
4	Penggunaan	-	Kurang transparan bagi

⁶¹ Hasil wawancara dengan bapak Yunus (penerima bantuan sembako) pada 20 Agustus 2025

	Anggaran		masyarakat
5	Pelaksanaan Monitoring	-	Tidak ada pendampingan berkelanjutan
6	Pelaksanaan Evaluasi	Manfaat dirasakan secara langsung	Dampak jangka panjang belum terlihat
7	Tindak Lanjut dan Keberlanjutan Program	-	Belum ada program lanjutan yang berkelanjutan



Gambar 4.1 : Program Bantuan Sembako

2. Persepsi Masyarakat terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Ternak Ayam

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap Program Bantuan Ternak Ayam CSR PT SPS II menunjukkan beragam penilaian pada setiap tahapan pelaksanaan program. Pada tahap identifikasi isu, masyarakat memersepsikan bahwa program ini dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi masyarakat yang masih terbatas serta ketergantungan pada sektor informal, sehingga diperlukan alternatif sumber pendapatan tambahan berbasis usaha rumah tangga. Program bantuan ternak ayam

dinilai relevan karena dapat dijalankan dengan modal relatif kecil dan sesuai dengan kondisi pedesaan.

“penghasilan kami sehari-hari tidak menentu, jadi bantuan ternak ayam ini dianggap bisa jadi tambahan pendapatan keluarga”⁶²

Pada tahap analisis kebutuhan, masyarakat menilai bahwa jenis bantuan berupa bibit ayam, pakan awal, dan kandang sederhana telah sesuai dengan kebutuhan dasar usaha ternak. Namun, sebagian masyarakat berpendapat bahwa analisis kebutuhan belum sepenuhnya mempertimbangkan kemampuan dan pengalaman penerima dalam beternak ayam, sehingga terdapat perbedaan tingkat keberhasilan antar penerima bantuan.

“bantuannya sudah lengkap, tapi ada juga warga yang belum pernah beternak ayam jadi agak kesulitan”⁶³

Dalam tahap perencanaan dan persiapan program, masyarakat menyampaikan bahwa keterlibatan mereka masih terbatas. Perencanaan program umumnya ditentukan oleh pihak perusahaan dengan koordinasi aparat gampong, sementara masyarakat hanya berperan sebagai penerima. Kondisi ini menyebabkan sebagian masyarakat kurang memahami tujuan jangka panjang dan mekanisme pengembangan usaha ternak ayam tersebut.

“kami hanya diberi tahu kapan ayam dibagikan, tidak ikut dilibatkan dalam perencanaannya”⁶⁴

⁶² Hasil wawancara dengan bapak Maulidin, (penerima bantuan ternak ayam) pada 21 Agustus 2025

⁶³ Hasil wawancara dengan bapak Maulidin, (penerima bantuan ternak ayam) pada 21 Agustus 2025

⁶⁴ Hasil wawancara dengan bapak Maulidin, (penerima bantuan ternak ayam) pada 21 Agustus 2025

Pada tahap penggunaan anggaran, masyarakat tidak memperoleh informasi secara rinci mengenai besaran dana CSR yang dialokasikan untuk program bantuan ternak ayam. Meskipun demikian, masyarakat menilai bahwa bantuan yang diterima cukup bermanfaat, walaupun transparansi penggunaan anggaran masih dirasakan kurang.

“kami tidak tahu berapa anggarannya, tapi ayam dan pakannya cukup membantu untuk memulai”⁶⁵

Kemudian, pada tahap pendampingan dan monitoring, masyarakat memersepsikan bahwa pendampingan teknis masih terbatas. Monitoring dari pihak perusahaan atau pendamping hanya dilakukan pada tahap awal penyaluran bantuan, sementara pembinaan lanjutan terkait perawatan ayam, pencegahan penyakit, dan manajemen usaha belum dilakukan secara berkelanjutan.

“setelah ayam dibagikan, jarang ada pendampingan lagi, padahal kami butuh arahan soal penyakit ayam”⁶⁶

Pada tahap evaluasi, sebagian masyarakat menyatakan bahwa program bantuan ternak ayam memberikan manfaat ekonomi tambahan, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun penjualan. Namun, kendala yang dihadapi antara lain kematian ayam akibat penyakit, keterbatasan pakan lanjutan, dan kurangnya pengetahuan teknis dalam beternak.

Terakhir, pada tahap tindak lanjut dan keberlanjutan, masyarakat menilai bahwa program ini belum memiliki rencana keberlanjutan yang jelas. Hingga saat ini, belum terdapat pengembangan lanjutan seperti penambahan modal, pelatihan

⁶⁵ Hasil wawancara dengan bapak Rahmat, (penerima bantuan ternak ayam) pada 21 Agustus 2025

⁶⁶ Hasil wawancara dengan bapak Rahmat, (penerima bantuan ternak ayam) pada 21 Agustus 2025

intensif, atau integrasi dengan program pemberdayaan ekonomi lainnya, sehingga keberlanjutan usaha ternak ayam masih sangat bergantung pada kemampuan masing-masing penerima bantuan.

Berdasarkan uraian persepsi masyarakat terhadap program bantuan ternak ayam dapat dibuatkan matriks kesimpulan sebagaimana berikut:

Tabel 4.2 Persepsi Terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Ternak Ayam

No	Indikator Pelaksanaan Program CSR	Positif	Negatif
1	Identifikasi Isu	Program sesuai kebutuhan peningkatan ekonomi	-
2	Analisis Kebutuhan	Bantuan ternak sesuai kondisi pedesaan	Kemampuan penerima belum sepenuhnya diperhitungkan
3	Perencanaan dan Persiapan Program	-	Keterlibatan masyarakat masih terbatas
4	Penggunaan Anggaran	Bantuan dirasakan bermanfaat	Transparansi anggaran masih rendah
5	Pelaksanaan Monitoring	-	Pendampingan dan monitoring belum berkelanjutan
6	Pelaksanaan Evaluasi	Memberi tambahan pendapatan	Kendala penyakit dan keterbatasan pakan
7	Pelaksanaan Tindak Lanjut Keberlanjutan Program	-	Belum ada program lanjutan yang jelas



Gambar 4.2 : Program Bantuan Ternak Ayam

3. Persepsi Masyarakat terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Budidaya Ikan Lele

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap Program Bantuan Budidaya Ikan Lele CSR PT SPS II dapat dilihat dari beberapa tahapan pelaksanaan program. Pada tahap identifikasi isu, masyarakat memersepsikan bahwa program ini dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi masyarakat yang masih terbatas serta kebutuhan akan sumber pendapatan alternatif yang dapat dijalankan di lingkungan rumah tangga. Budidaya ikan lele dipandang relevan karena tidak memerlukan lahan yang luas, biaya relatif terjangkau, dan memiliki peluang pasar yang cukup baik.

“budidaya lele ini cocok karena bisa dikerjakan di rumah dan tidak perlu lahan luas”⁶⁷

Pada tahap analisis kebutuhan, masyarakat menilai bahwa bantuan berupa bibit ikan lele, pakan awal, serta sarana pendukung seperti kolam terpal telah sesuai dengan kebutuhan dasar budidaya. Namun demikian, sebagian masyarakat menilai bahwa analisis kebutuhan belum sepenuhnya mempertimbangkan kemampuan teknis dan pengalaman penerima bantuan dalam mengelola usaha budidaya ikan lele.

“peralatannya sudah lengkap, tapi tidak semua warga paham cara merawat lele dengan baik”⁶⁸

Dalam tahap perencanaan dan persiapan program, masyarakat menyampaikan bahwa keterlibatan mereka masih terbatas. Perencanaan program lebih banyak ditentukan oleh pihak perusahaan dengan koordinasi aparaturnya, sementara masyarakat berperan sebagai penerima program. Kondisi ini menyebabkan sebagian masyarakat kurang memahami perencanaan jangka panjang dan target keberhasilan program.

“kami hanya diberi tahu saat bantuan mau disalurkan, tidak dilibatkan dalam perencanaannya”⁶⁹

Pada tahap penggunaan anggaran, masyarakat tidak memperoleh informasi secara rinci mengenai besaran dan mekanisme penggunaan dana CSR untuk

⁶⁷ Hasil wawancara dengan bapak Edi, (penerima bantuan bibit ikan lele) pada 29 Agustus 2025

⁶⁸ Hasil wawancara dengan bapak Edi, (penerima bantuan bibit ikan lele) pada 29 Agustus 2025

⁶⁹ Hasil wawancara dengan bapak Parna, (penerima bantuan bibit ikan lele) pada 29 Agustus 2025

program budidaya ikan lele. Meskipun demikian, masyarakat menilai bahwa bantuan yang diberikan cukup membantu sebagai modal awal, meskipun aspek transparansi masih perlu ditingkatkan.

“kami tidak tahu anggarannya berapa, tapi bantuan kolam dan bibit sangat membantu untuk mulai usaha”⁷⁰

Selanjutnya, pada tahap pendampingan dan monitoring, masyarakat memersepsikan bahwa pendampingan teknis masih terbatas dan belum dilakukan secara berkelanjutan. Monitoring umumnya hanya dilakukan pada awal pelaksanaan program, sementara pendampingan lanjutan terkait manajemen pakan, kualitas air, dan pengendalian penyakit ikan belum berjalan optimal.

“setelah lele ditebar, jarang ada pendampingan lagi, padahal kami butuh arahan soal pakan dan penyakit”⁷¹

Pada tahap evaluasi, sebagian masyarakat menyatakan bahwa program budidaya ikan lele memberikan manfaat ekonomi tambahan, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun untuk dijual. Namun, kendala yang dihadapi meliputi tingkat kematian ikan, fluktuasi harga pakan, serta keterbatasan pengetahuan teknis yang memengaruhi hasil panen.

Terakhir, pada tahap tindak lanjut dan keberlanjutan, masyarakat menilai bahwa program budidaya ikan lele belum memiliki rencana keberlanjutan yang jelas. Hingga saat ini, belum terdapat upaya pengembangan lanjutan seperti pelatihan lanjutan, bantuan modal tambahan, atau pembentukan kelompok usaha

⁷⁰ Hasil wawancara dengan bapak Parna, (penerima bantuan bibit ikan lele) pada 29 Agustus 2025

⁷¹ Hasil wawancara dengan bapak Edi, (penerima bantuan bibit ikan lele) pada 29 Agustus 2025

bersama, sehingga keberlanjutan program masih bergantung pada kemampuan masing-masing penerima bantuan.

Tabel 4.3 Persepsi Terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Budidaya Ikan

No	Indikator Pelaksanaan Program CSR	Positif	Negatif
1	Identifikasi Isu	Program sesuai kebutuhan ekonomi masyarakat	-
2	Analisis Kebutuhan	Sarana budidaya sesuai kebutuhan dasar	Kemampuan teknis penerima belum sepenuhnya dianalisis
3	Perencanaan dan Persiapan Program	-	Keterlibatan masyarakat masih terbatas
4	Penggunaan Anggaran	Bantuan dirasakan membantu	Transparansi penggunaan anggaran rendah
5	Pelaksanaan Monitoring	-	Pendampingan dan monitoring belum berkelanjutan
6	Pelaksanaan Evaluasi	Memberi tambahan pendapatan	Kendala teknis dan biaya pakan
7	Pelaksanaan Tindak Lanjut Keberlanjutan Program	-	Belum ada program lanjutan yang jelas



Gambar 4.3 : Program Bantuan Ternak Ayam

4. Persepsi Masyarakat terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Mesin Jahit

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap Program Bantuan Mesin Jahit CSR PT SPS II dapat dilihat dari beberapa tahapan pelaksanaan program. Pada tahap identifikasi isu, masyarakat memersepsikan bahwa program ini dilatarbelakangi oleh keterbatasan peluang kerja, khususnya bagi perempuan dan pelaku usaha rumahan, sehingga diperlukan dukungan sarana produksi untuk meningkatkan keterampilan dan pendapatan keluarga. Salah satu informan menyatakan bahwa *“di desa ini sulit mencari pekerjaan, jadi bantuan mesin jahit sangat membantu ibu-ibu untuk usaha di rumah”*.⁷² Hal ini menunjukkan bahwa program dinilai relevan dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat.

⁷² Hasil wawancara dengan ibu Ida, (penerima bantuan mesin jahit) pada 28 Agustus 2025

Pada tahap analisis kebutuhan, masyarakat menilai bahwa bantuan mesin jahit telah sesuai dengan kebutuhan sebagian warga yang memiliki keterampilan menjahit atau minat mengembangkan usaha konveksi skala kecil. Namun, sebagian masyarakat menilai bahwa analisis kebutuhan belum sepenuhnya mempertimbangkan tingkat keterampilan penerima. Hal ini diungkapkan oleh informan yang menyatakan *“mesinnya bagus, tapi ada juga penerima yang belum terlalu bisa menjahit”*.⁷³ Kondisi tersebut menyebabkan pemanfaatan bantuan belum merata secara optimal.

Dalam tahap perencanaan dan persiapan program, masyarakat menyampaikan bahwa keterlibatan mereka masih terbatas. Perencanaan program umumnya dilakukan oleh pihak perusahaan dengan melibatkan aparaturnya, sementara masyarakat hanya dilibatkan sebagai penerima bantuan. Seorang informan menyampaikan *“kami hanya diberi tahu saat bantuan akan dibagikan, tidak pernah dilibatkan dalam perencanaannya”*.⁷⁴ Akibatnya, sebagian masyarakat kurang memahami tujuan jangka panjang program dan arah pengembangan usaha menjahit.

Pada tahap penggunaan anggaran, masyarakat tidak memperoleh informasi secara rinci terkait besaran dan mekanisme penggunaan dana CSR yang dialokasikan untuk program bantuan mesin jahit. Meskipun demikian, masyarakat menilai bahwa bantuan yang diberikan cukup membantu sebagai modal awal usaha. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan yang

⁷³ Hasil wawancara dengan ibu Tiamah, (penerima bantuan mesin jahit) pada 28 Agustus 2025

⁷⁴ Hasil wawancara dengan ibu Ruslaini, (penerima bantuan mesin jahit) pada 28 Agustus 2025

menyatakan *“kami tidak tahu anggarannya, tapi mesin jahit ini sangat membantu untuk mulai usaha”*.⁷⁵ Namun demikian, transparansi penggunaan anggaran masih dirasakan kurang oleh masyarakat.

Selanjutnya, pada tahap pendampingan dan monitoring, masyarakat memersepsikan bahwa pendampingan teknis dan monitoring dari pihak perusahaan belum dilakukan secara intensif. Tidak semua penerima mendapatkan pelatihan penggunaan mesin atau pembinaan usaha. Seorang informan menyampaikan *“setelah mesin dibagikan, tidak ada lagi pelatihan lanjutan, padahal kami butuh arahan supaya usaha bisa berkembang”*.⁷⁶ Hal ini menyebabkan pemanfaatan bantuan sangat bergantung pada kemampuan masing-masing individu.

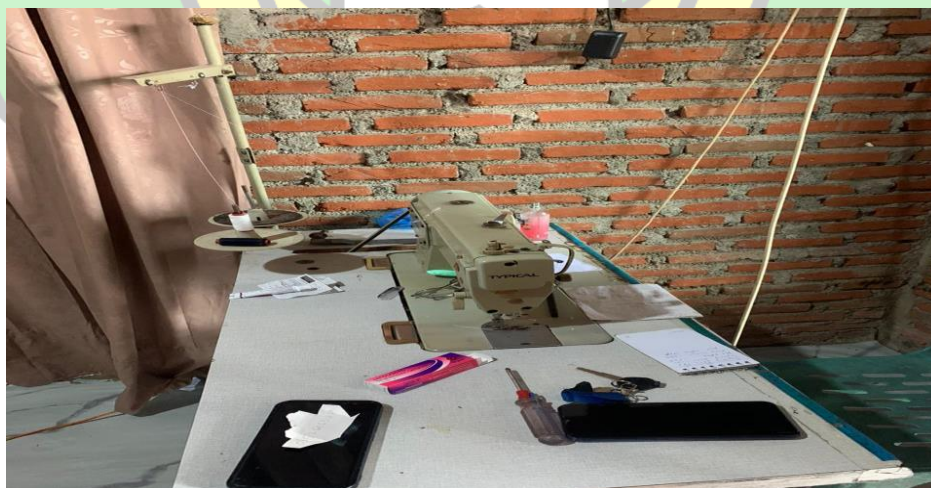
Pada tahap evaluasi, sebagian masyarakat menyatakan bahwa program bantuan mesin jahit memberikan manfaat ekonomi, seperti menambah penghasilan keluarga melalui usaha menjahit. Namun, kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan bahan baku, akses pasar, serta kurangnya pelatihan lanjutan untuk meningkatkan kualitas produk. Terakhir, pada tahap tindak lanjut dan keberlanjutan, masyarakat menilai bahwa program bantuan mesin jahit belum memiliki rencana keberlanjutan yang jelas, seperti pelatihan keterampilan lanjutan, bantuan modal tambahan, atau pembentukan kelompok usaha bersama, sehingga keberlanjutan program masih sangat bergantung pada inisiatif masing-masing penerima bantuan.

⁷⁵ Hasil wawancara dengan ibu Ida, (penerima bantuan mesin jahit) pada 28 Agustus 2025

⁷⁶ Hasil wawancara dengan ibu Tiamah, (penerima bantuan mesin jahit) pada 28 Agustus 2025

Tabel 4.4 Persepsi Terhadap Pelaksanaan Program Bantuan Mesin Jahit

No	Indikator Pelaksanaan Program CSR	Positif	Negatif
1	Identifikasi Isu	Program sesuai kebutuhan peningkatan ekonomi keluarga	-
2	Analisis Kebutuhan	Bantuan sesuai potensi usaha rumahan	Keterampilan penerima belum sepenuhnya dianalisis
3	Perencanaan dan Persiapan Program	-	Keterlibatan masyarakat masih terbatas
4	Penggunaan Anggaran	Bantuan dirasakan bermanfaat	Transparansi penggunaan anggaran masih rendah
5	Pelaksanaan Monitoring	-	Pendampingan dan monitoring belum optimal
6	Pelaksanaan Evaluasi	Menambah penghasilan keluarga	Kendala bahan baku dan akses pasar
7	Pelaksanaan Tindak Lanjut Keberlanjutan Program	-	Belum ada program lanjutan yang berkelanjutan

**Gambar 4.4 : Program Bantuan Mesin Jahit**

Analisis persepsi masyarakat menunjukkan bahwa program CSR PT SPS II diapresiasi karena mampu membantu kebutuhan dasar masyarakat dan memberi peluang tambahan pendapatan, namun terdapat harapan besar agar program dapat dirancang lebih berkelanjutan. Hambatan yang dialami masyarakat sebagian besar

bersifat struktural, seperti minimnya akses pasar, keterbatasan modal, rendahnya literasi kewirausahaan, dan kurangnya pendampingan teknis. Hambatan-hambatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR tidak hanya tergantung pada penyaluran bantuan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh proses pasca-penyaluran, yaitu monitoring, pendampingan, pelatihan, serta dukungan pemasaran.⁷⁷

Penilaian masyarakat terhadap CSR PT SPS II sangat dipengaruhi oleh pengalaman langsung mereka terhadap program, persepsi dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengalaman, harapan, kebutuhan, dan motivasi, serta faktor eksternal seperti lingkungan sosial dan kondisi ekonomi. Dalam konteks penelitian ini, masyarakat memberikan persepsi positif karena program CSR memenuhi sebagian kebutuhan dasar mereka, namun juga memberikan penilaian kritis karena kurangnya pendampingan membuat program produktif tidak berkelanjutan. Dengan demikian, persepsi masyarakat tidak hanya ditentukan oleh manfaat langsung yang diterima, tetapi juga oleh kualitas pelaksanaan program dan dampak jangka panjangnya terhadap kehidupan mereka.

Secara keseluruhan, persepsi masyarakat terhadap CSR PT SPS II dapat disimpulkan sebagai “positif namun kritis”. Program CSR dinilai membantu meringankan beban ekonomi, memperbaiki sarana sosial, serta memberikan peluang ekonomi baru. Namun masyarakat menilai bahwa efektivitas program masih dapat ditingkatkan, terutama dalam aspek pendampingan usaha, akses pasar, dan pemantauan berkelanjutan. Persepsi positif ini merupakan modal sosial yang penting bagi perusahaan untuk terus membangun hubungan harmonis

⁷⁷ Toha, Miftah. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.

dengan masyarakat. Namun catatan kritis dari masyarakat merupakan masukan penting yang perlu diperhatikan perusahaan dalam merancang strategi CSR agar lebih adaptif, berkelanjutan, dan sesuai dengan konteks sosial ekonomi masyarakat desa.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dipahami bahwa persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT SPS II secara umum berada pada kategori positif namun bersifat kritis. Persepsi tersebut terbentuk melalui pengalaman langsung masyarakat sebagai penerima manfaat program CSR, baik dalam bentuk bantuan sosial maupun bantuan ekonomi produktif. Untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana persepsi tersebut terbentuk, diperlukan analisis yang dikaitkan dengan teori-teori yang telah dibahas pada Bab II, khususnya teori persepsi masyarakat, teori partisipasi masyarakat, serta konsep CSR.

Dalam perspektif teori persepsi, sebagaimana dikemukakan oleh Miftah Toha, persepsi merupakan proses kognitif yang dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal individu. Faktor internal mencakup pengalaman, harapan, kebutuhan, serta motivasi, sedangkan faktor eksternal meliputi informasi yang diterima, intensitas interaksi, serta kondisi lingkungan sosial.⁷⁸ Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat yang merasakan manfaat langsung dari program CSR, seperti bantuan sembako, ternak ayam, budidaya ikan lele, dan mesin jahit, cenderung memiliki persepsi positif terhadap PT SPS II. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman empiris masyarakat sebagai penerima manfaat menjadi faktor

⁷⁸ Miftah Toha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014)

internal yang dominan dalam membentuk persepsi positif terhadap pelaksanaan CSR perusahaan.

Namun demikian, persepsi positif tersebut tidak sepenuhnya bersifat mutlak. Sebagian masyarakat menilai bahwa pelaksanaan program CSR belum sepenuhnya berkelanjutan dan belum disertai pendampingan yang memadai. Kondisi ini menunjukkan adanya pengaruh faktor eksternal, khususnya yang berkaitan dengan mekanisme pelaksanaan program CSR. Ketika bantuan diberikan tanpa pembinaan lanjutan dan monitoring yang berkesinambungan, masyarakat mengalami kesulitan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha yang telah dirintis. Akibatnya, persepsi yang terbentuk tidak hanya bersifat positif, tetapi juga disertai sikap kritis. Temuan ini sejalan dengan teori persepsi yang menyatakan bahwa persepsi tidak hanya ditentukan oleh objek yang dipersepsikan, melainkan juga oleh konteks sosial serta proses interaksi yang menyertainya.

Jika dikaitkan dengan Teori Partisipasi Masyarakat (*Community Participation Theory*) yang dikemukakan oleh Cohen dan Uphoff, persepsi masyarakat terhadap CSR PT SPS II sangat dipengaruhi oleh tingkat keterlibatan masyarakat dalam setiap tahapan program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat masih lebih dominan pada tahap penerimaan manfaat, sementara keterlibatan dalam tahap perencanaan, pendampingan, dan evaluasi program relatif terbatas. Kondisi ini menyebabkan masyarakat memandang CSR

lebih sebagai program bantuan yang bersifat *top-down*, bukan sebagai proses pemberdayaan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan.⁷⁹

Teori partisipasi menegaskan bahwa keterlibatan masyarakat sejak tahap perencanaan akan menumbuhkan rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program yang dijalankan. Ketika masyarakat tidak dilibatkan secara aktif, program cenderung tidak sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan riil di lapangan. Hal inilah yang terlihat pada beberapa program CSR PT SPS II, di mana bantuan ekonomi produktif dinilai memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan, namun tidak berlanjut secara optimal karena minimnya pendampingan dan monitoring. Akibatnya, masyarakat menilai bahwa manfaat program belum sepenuhnya maksimal, meskipun secara umum keberadaan CSR tetap diapresiasi.

Ditinjau dari konsep CSR, kondisi ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR PT SPS II masih berada pada perpaduan antara pendekatan filantropi dan pendekatan kepatuhan. Program bantuan sosial seperti sembako lebih mencerminkan pendekatan filantropi yang bersifat jangka pendek, sementara bantuan ekonomi produktif menunjukkan upaya menuju pendekatan strategis. Namun demikian, belum optimalnya pendampingan dan evaluasi mengindikasikan bahwa pelaksanaan CSR belum sepenuhnya diarahkan pada prinsip pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Padahal, dalam konsep CSR modern, keberhasilan CSR tidak hanya diukur dari jumlah bantuan

⁷⁹ John M. Cohen dan Norman T. Uphoff, *Rural Development Participation: Concepts and Measures for Project Design, Implementation, and Evaluation*, (Ithaca: Cornell University, 1980).

yang disalurkan, tetapi dari sejauh mana program tersebut mampu menciptakan dampak jangka panjang terhadap kemandirian dan kesejahteraan masyarakat.⁸⁰

Dalam perspektif CSR Islam, pelaksanaan CSR seharusnya berlandaskan pada prinsip keadilan, amanah, dan ihsan. Prinsip amanah menuntut perusahaan untuk tidak hanya menyalurkan bantuan, tetapi juga memastikan bahwa bantuan tersebut benar-benar memberikan kemaslahatan bagi masyarakat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa masyarakat berharap PT SPS II tidak berhenti pada tahap penyaluran bantuan semata, melainkan hadir secara berkelanjutan melalui pembinaan dan pendampingan. Harapan ini mencerminkan nilai keadilan dan ihsan, di mana CSR dipahami sebagai bentuk tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya.⁸¹

Dengan demikian, persepsi masyarakat terhadap program CSR PT SPS II dapat dipahami sebagai hasil dari interaksi antara pengalaman empiris masyarakat, tingkat partisipasi, serta kualitas pelaksanaan program. Persepsi positif muncul karena masyarakat merasakan manfaat nyata dari program CSR, sedangkan persepsi kritis muncul akibat belum optimalnya pendampingan dan keberlanjutan program. Analisis ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas CSR tidak hanya bergantung pada jenis bantuan yang diberikan, tetapi juga pada proses pelibatan masyarakat, pendampingan berkelanjutan, serta evaluasi program yang partisipatif.

⁸⁰ Archie B. Carroll, "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders," *Business Horizons*, Vol. 34, No. 4, 1991.

⁸¹ Yusuf Qardhawi, *Daur al-Qiyam wa al-Akhlāq fī al-Iqtisād al-Islāmī*, (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995)

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Aziz, Zulfadli, dan Nurainiah (2019) yang menegaskan bahwa keberhasilan program sosial sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi sosial dan pendekatan yang sesuai dengan kondisi masyarakat. Ketika program tidak disertai komunikasi yang intensif dan pemahaman terhadap kebutuhan masyarakat, maka persepsi yang terbentuk cenderung bersifat kritis.⁸² Selanjutnya, Muhtadi dan Anggara (2019) dalam kajiannya tentang *Community Action Plan* menekankan bahwa program pemberdayaan masyarakat akan berjalan efektif apabila disertai dengan pendampingan, keterlibatan aktif masyarakat, serta evaluasi yang berkelanjutan. Program yang bersifat sementara dan minim pendampingan cenderung tidak memberikan dampak jangka panjang bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat.⁸³

Kedua kajian tersebut relevan dengan penelitian ini karena memperkuat temuan bahwa persepsi masyarakat terhadap CSR terbentuk melalui pengalaman langsung, tingkat partisipasi, serta keberlanjutan program. Oleh karena itu, penelitian ini memosisikan CSR sebagai bagian dari proses pengembangan masyarakat Islam yang menuntut keterlibatan sosial, keadilan, dan keberlanjutan dalam pelaksanaannya.

⁸² Aziz, M., Zulfadli, dan Nurainiah, "Problematisa Dakwah di Negeri Minoritas Muslim," *Al-Ijtima'iyyah: Media Kajian Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol. 5, No. 2 (2019), hlm. 37–54.

⁸³ Muhtadi dan Alvin Anggara, "Evaluasi Proses Program *Community Action Plan* dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Lingkungan di Kampung Akuarium Jakarta Utara," *Al-Ijtima'iyyah: Media Kajian Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol. 6, No. 1 (2019), hlm. 31–52.

C. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap Program CSR PT SPS II

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan, persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) PT SPS II dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Faktor-faktor tersebut membentuk cara pandang masyarakat dalam menilai keberadaan perusahaan, proses pelaksanaan program CSR, serta dampak yang dirasakan dalam kehidupan sosial dan ekonomi sehari-hari. Persepsi masyarakat tidak terbentuk secara tunggal, melainkan merupakan hasil dari pengalaman langsung, tingkat keterlibatan, pola komunikasi, serta interaksi antara masyarakat, perusahaan, dan pemangku kepentingan lokal selama pelaksanaan program CSR. Secara umum, faktor-faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat dapat diklasifikasikan ke dalam faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut.

1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri masyarakat itu sendiri, khususnya yang berkaitan dengan tingkat partisipasi dan pengalaman langsung masyarakat sebagai penerima manfaat program CSR PT SPS II.

a. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, pemanfaatan, hingga evaluasi program Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu faktor internal yang sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi masyarakat. Tingkat keterlibatan masyarakat menentukan sejauh mana program CSR dipahami, diterima, dan dirasakan manfaatnya secara berkelanjutan.

Semakin besar ruang partisipasi yang diberikan kepada masyarakat, semakin kuat pula rasa memiliki (sense of ownership) terhadap program yang dijalankan perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat Gampong Sumber Bakti dalam program CSR PT SPS II masih tergolong terbatas. Keterlibatan masyarakat umumnya hanya terjadi pada tahap penerimaan dan pemanfaatan bantuan, sedangkan partisipasi pada tahap perencanaan dan pengambilan keputusan masih sangat minim. Kondisi ini tercermin dari pernyataan salah satu informan yang menyampaikan bahwa:

“Kami biasanya hanya diberi tahu kalau bantuan sudah ada. Untuk perencanaan atau menentukan jenis bantuannya, itu lebih banyak dari perusahaan dan aparat gampong.”⁸⁴

Minimnya keterlibatan masyarakat dalam tahap awal program menyebabkan sebagian warga kurang memahami tujuan, sasaran, serta arah jangka panjang dari program CSR yang dilaksanakan. Akibatnya, program CSR lebih sering dipersepsikan sebagai bantuan yang bersifat top-down dan sementara, bukan sebagai program pemberdayaan yang dirancang untuk mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Persepsi ini muncul karena masyarakat merasa hanya menjadi penerima manfaat, bukan sebagai subjek yang ikut menentukan bentuk dan mekanisme program.

Pandangan serupa juga disampaikan oleh informan lain yang menilai bahwa keterlibatan masyarakat sejak awal akan sangat menentukan keberhasilan program.

⁸⁴ Hasil wawancara dengan bapak Yunus, (penerima bantuan sembako) pada 20 Agustus 2025

“Kalau kami dilibatkan dari awal, mungkin bantuannya bisa lebih sesuai dengan kondisi kami. Jadi bukan cuma terima, tapi kami juga tahu bagaimana program itu bisa berjalan lama.”⁸⁵

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sebenarnya memiliki keinginan untuk terlibat lebih aktif dalam program CSR. Mereka menilai bahwa pelibatan masyarakat sejak tahap perencanaan akan membuat program lebih tepat sasaran, sesuai kebutuhan riil, serta memiliki peluang keberlanjutan yang lebih besar. Dengan adanya ruang partisipasi yang lebih luas, masyarakat tidak hanya memahami tujuan program, tetapi juga merasa dihargai dan dipercaya sebagai mitra perusahaan.

Dengan demikian, keterbatasan partisipasi masyarakat menjadi faktor internal yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap program CSR PT SPS II. Meskipun masyarakat mengakui adanya manfaat dari program CSR, minimnya keterlibatan dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan menyebabkan persepsi yang terbentuk cenderung positif namun kritis. Hal ini menegaskan bahwa partisipasi masyarakat merupakan elemen penting dalam membangun persepsi positif dan keberhasilan program CSR secara berkelanjutan.

Pengalaman Langsung Masyarakat terhadap Program CSR PT SPS II

Pengalaman langsung masyarakat dalam menerima dan memanfaatkan bantuan CSR merupakan faktor internal yang sangat menentukan pembentukan persepsi. Masyarakat yang merasakan manfaat nyata dari program CSR cenderung memiliki persepsi positif terhadap perusahaan. Pengalaman tersebut terutama

⁸⁵ Hasil wawancara dengan bapak Maulidin, (penerima bantuan ternak ayam) pada 21 Agustus 2025

dirasakan oleh masyarakat yang memperoleh bantuan usaha produktif maupun bantuan sosial yang secara langsung membantu perekonomian rumah tangga.

“Bantuan dari perusahaan itu memang sangat membantu, terutama waktu ekonomi sedang susah. Setidaknya ada tambahan untuk kebutuhan rumah tangga.”⁸⁶

Namun demikian, tidak semua pengalaman masyarakat bersifat positif. Sebagian masyarakat menilai bahwa manfaat bantuan belum maksimal karena tidak diikuti dengan pendampingan yang memadai.

“Awalnya memang membantu, tapi setelah itu tidak ada lagi pendampingan. Jadi usaha yang kami jalankan kadang berhenti di tengah jalan.”⁸⁷

Perbedaan pengalaman inilah yang kemudian membentuk variasi persepsi masyarakat, mulai dari yang merasa sangat terbantu hingga yang bersikap kritis terhadap keberlanjutan program CSR PT SPS II.

Tabel 4.5 Faktor Internal yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat

No	Faktor Internal	Keterangan
1	Pengalaman pribadi	Persepsi masyarakat dipengaruhi oleh pengalaman langsung dalam menerima program CSR, seperti bantuan sembako, ternak ayam, budidaya ikan lele, dan mesin jahit. Pengalaman positif membentuk persepsi baik, sedangkan pengalaman kurang berhasil menimbulkan persepsi kritis.
2	Tingkat kebutuhan ekonomi	Masyarakat dengan kebutuhan ekonomi yang tinggi cenderung menilai program CSR sebagai bantuan penting, terutama jika program tersebut mampu meringankan beban ekonomi keluarga.
3	Harapan terhadap	Persepsi masyarakat terbentuk dari harapan akan keberlanjutan dan dampak jangka panjang program CSR.

⁸⁶ Hasil wawancara dengan ibu Tiamah, (penerima bantuan mesin jahit) pada 28 Agustus 2025

⁸⁷ Hasil wawancara dengan ibu Ida, (penerima bantuan mesin jahit) pada 28 Agustus 2025

	program	Ketika harapan tersebut tidak terpenuhi, muncul penilaian bahwa program bersifat sementara.
4	Motivasi dan minat	Motivasi masyarakat untuk mengembangkan usaha produktif memengaruhi cara mereka menilai manfaat CSR. Masyarakat yang memiliki minat tinggi cenderung lebih aktif dan memiliki persepsi lebih positif.
5	Tingkat pengetahuan	Pengetahuan masyarakat tentang tujuan dan mekanisme program CSR memengaruhi pemahaman mereka terhadap manfaat program. Kurangnya pemahaman dapat menimbulkan persepsi yang kurang optimal.
6	Sikap dan nilai pribadi	Sikap terbuka, rasa syukur, serta nilai keagamaan dan sosial masyarakat memengaruhi cara mereka memaknai bantuan CSR sebagai bentuk kepedulian perusahaan.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar masyarakat, terutama berkaitan dengan kebijakan perusahaan, peran fasilitator, serta keterlibatan pemangku kepentingan lokal dalam pelaksanaan program CSR.

a. Kebijakan Perusahaan

Kebijakan perusahaan dalam merancang dan menyalurkan program CSR menjadi faktor eksternal penting dalam membentuk persepsi masyarakat. Berdasarkan keterangan pihak perusahaan, program CSR PT SPS II dirancang melalui mekanisme musyawarah perencanaan pembangunan (musrenbang) yang melibatkan pemerintah desa dan instansi terkait.

“Program CSR disusun melalui musrenbang bersama pemerintah desa dan Bappeda, sehingga bantuan yang diberikan diharapkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.”⁸⁸

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Deri sebagai Umas PT SPS 2 pada 28 Agustus 2025

Meskipun demikian, di tingkat masyarakat masih terdapat persepsi bahwa kebijakan CSR lebih banyak ditentukan oleh perusahaan. Hal ini disampaikan oleh salah satu warga:

“Kalau kebijakan dari perusahaan kami tidak terlalu tahu detailnya, yang penting bantuan sampai. Tapi kadang bantuannya belum sesuai harapan.”⁸⁹

Kondisi ini menunjukkan bahwa kebijakan CSR yang terstruktur belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat, sehingga memengaruhi tingkat penerimaan dan persepsi terhadap program CSR.

b. Peran Fasilitator

Peran fasilitator dalam pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) sangat penting sebagai pendamping sekaligus penghubung antara perusahaan dan masyarakat penerima manfaat. Fasilitator tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam memberikan pembinaan, pendampingan teknis, serta membantu masyarakat mengatasi kendala yang muncul selama pelaksanaan program. Keberadaan fasilitator yang aktif dan berkelanjutan menjadi kunci dalam memastikan program CSR berjalan efektif dan memberikan dampak jangka panjang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran fasilitator dalam program CSR PT SPS II masih belum optimal, khususnya dalam aspek pendampingan dan pembinaan lanjutan setelah bantuan disalurkan. Pada tahap awal pelaksanaan program, masyarakat memang menerima penjelasan mengenai bentuk dan tujuan bantuan. Namun, setelah tahap penyaluran, intensitas kehadiran fasilitator

⁸⁹ Hasil wawancara dengan ibu Tiamah, (penerima bantuan mesin jahit) pada 28 Agustus 2025

cenderung menurun. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan yang menyatakan bahwa:

“Waktu awal bantuan diberikan memang ada yang datang menjelaskan, tapi setelah itu jarang ada pendampingan lagi.”⁹⁰

Minimnya peran fasilitator tersebut berdampak langsung pada kemampuan masyarakat dalam mengelola bantuan yang bersifat produktif, seperti bantuan ternak dan usaha ekonomi keluarga. Tanpa pendampingan yang memadai, masyarakat mengalami kesulitan dalam pengelolaan teknis, perawatan, serta pengembangan usaha. Kondisi ini menyebabkan sebagian program CSR tidak berjalan secara berkelanjutan dan berhenti setelah bantuan awal diberikan.

Pandangan yang hampir sama juga disampaikan oleh informan lain yang menekankan pentingnya kehadiran fasilitator secara rutin. Salah satu warga menyampaikan:

“Kalau ada yang mendampingi terus, mungkin usaha yang dibantu bisa berkembang. Tapi karena tidak ada yang membimbing, banyak yang akhirnya berhenti di tengah jalan.”⁹¹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya membutuhkan bantuan material, tetapi juga pendampingan berkelanjutan agar mampu mengelola dan mempertahankan usaha yang telah dirintis. Minimnya peran fasilitator kemudian memunculkan persepsi bahwa program CSR PT SPS II masih berorientasi pada penyaluran bantuan awal, belum sepenuhnya mengarah pada upaya pemberdayaan masyarakat jangka panjang.

⁹⁰ Hasil wawancara dengan bapak Parna, (penerima bantuan bibit ikan lele) pada 28 Agustus 2025

⁹¹ Hasil wawancara dengan bapak malik, (penerima bantuan sembako) pada 20 Agustus 2025

Dengan demikian, peran fasilitator menjadi salah satu faktor internal yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap program CSR PT SPS II. Ketika fasilitator tidak menjalankan fungsi pendampingan secara optimal, masyarakat cenderung menilai bahwa CSR bersifat sementara dan kurang memberikan dampak berkelanjutan. Hal ini menegaskan bahwa penguatan peran fasilitator sangat diperlukan agar program CSR dapat berjalan lebih efektif, berkelanjutan, serta membentuk persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan.

Keterlibatan Pemangku Kepentingan Lokal

Keterlibatan pemangku kepentingan lokal, seperti perangkat gampong dan tokoh masyarakat, turut memengaruhi persepsi masyarakat terhadap program CSR PT SPS II. Pemerintah gampong berperan sebagai penghubung antara perusahaan dan masyarakat dalam menyampaikan aspirasi serta mengoordinasikan pelaksanaan program.

“Kami hanya memfasilitasi dan menyampaikan usulan masyarakat ke perusahaan. Soal pelaksanaan dan kelanjutannya, tetap tergantung kebijakan perusahaan.”⁹²

Bagi masyarakat, keterlibatan aparat gampong dinilai cukup membantu dalam proses penyaluran bantuan. Namun, masyarakat juga berharap agar peran pemangku kepentingan lokal dapat diperkuat, terutama dalam memastikan pemerataan bantuan dan keberlanjutan program. Ketika koordinasi berjalan baik, persepsi masyarakat terhadap CSR cenderung positif, sebaliknya koordinasi yang kurang optimal memunculkan penilaian kritis.

⁹² Hasil wawancara dengan Bapak Sulaiman sebagai Kepala Desa Sumber Bakti pada 28 Agustus 2025

Tabel 4.5 Faktor Eksternal yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat

No	Faktor Internal	Keterangan
1	Bentuk dan jenis program CSR	Jenis program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, seperti bantuan ekonomi produktif, lebih mudah diterima dan dinilai bermanfaat dibandingkan bantuan yang bersifat konsumtif semata.
2	Keberlanjutan program	Program CSR yang tidak disertai pendampingan dan monitoring berkelanjutan cenderung dipersepsikan kurang efektif dan bersifat sementara oleh masyarakat.
3	Pola pendampingan perusahaan	Minimnya pembinaan setelah penyaluran bantuan memengaruhi persepsi masyarakat bahwa perusahaan belum sepenuhnya hadir dalam proses pemberdayaan.
4	Pemerataan penerima manfaat	Persepsi masyarakat dipengaruhi oleh sejauh mana program CSR dirasakan adil dan merata. Ketimpangan penerima bantuan menimbulkan penilaian kritis dari sebagian warga.
5	Komunikasi dan transparansi	Informasi yang jelas dan terbuka mengenai program CSR memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Kurangnya komunikasi menimbulkan kesalahpahaman.
6	Peran aparat desa dan tokoh masyarakat	Keterlibatan keuchik dan tokoh masyarakat dalam program CSR membantu membentuk persepsi positif karena meningkatkan kepercayaan dan legitimasi program di mata warga.
7	Kondisi sosial dan budaya masyarakat	Nilai gotong royong, solidaritas sosial, dan religiusitas masyarakat Gampong Sumber Bakti memengaruhi cara masyarakat menilai CSR sebagai bentuk kepedulian sosial perusahaan.

Berdasarkan tabel faktor internal dan eksternal di atas, dapat dipahami bahwa persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) PT SPS II tidak terbentuk secara tunggal, melainkan dipengaruhi oleh interaksi berbagai faktor yang saling berkaitan. Faktor internal

berangkat dari kondisi subjektif masyarakat, seperti pengalaman pribadi, tingkat kebutuhan ekonomi, harapan, serta sikap dan motivasi individu dalam memanfaatkan program CSR. Pengalaman langsung masyarakat dalam menerima bantuan menjadi faktor dominan yang membentuk penilaian terhadap kebermanfaatan program. Ketika program dirasakan mampu membantu kebutuhan ekonomi keluarga, persepsi yang muncul cenderung positif. Sebaliknya, pengalaman kurang berhasil akibat keterbatasan pendampingan melahirkan persepsi kritis terhadap pelaksanaan CSR.

Selain itu, tingkat kebutuhan ekonomi masyarakat turut memperkuat cara pandang mereka terhadap program CSR. Masyarakat dengan kondisi ekonomi yang rentan cenderung memiliki harapan besar terhadap keberlanjutan bantuan yang diberikan perusahaan. Harapan tersebut tidak hanya berkaitan dengan penerimaan bantuan awal, tetapi juga pada adanya pembinaan lanjutan agar usaha yang dirintis dapat berkembang secara mandiri. Oleh karena itu, ketika harapan tersebut tidak sepenuhnya terpenuhi, muncul penilaian bahwa program CSR masih bersifat sementara dan belum optimal dalam meningkatkan kesejahteraan jangka panjang.

Sementara itu, faktor eksternal berhubungan dengan cara perusahaan merancang dan melaksanakan program CSR. Bentuk dan jenis program, keberlanjutan kegiatan, pola pendampingan, serta pemerataan penerima manfaat menjadi aspek penting yang memengaruhi persepsi masyarakat. Program CSR yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, seperti bantuan ekonomi produktif, dinilai memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan. Namun,

minimnya pendampingan dan monitoring menyebabkan sebagian program tidak berjalan secara berkelanjutan, sehingga berdampak pada penilaian masyarakat terhadap efektivitas CSR.

Dengan demikian, persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap program CSR PT SPS II dapat dikategorikan sebagai persepsi yang relatif positif namun disertai sikap kritis. Masyarakat mengakui adanya manfaat program CSR, tetapi sekaligus mengharapkan perbaikan pada aspek keberlanjutan, pendampingan, dan pemerataan manfaat. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan CSR tidak hanya ditentukan oleh besarnya bantuan yang diberikan, melainkan oleh sejauh mana program tersebut mampu menjawab kebutuhan riil masyarakat serta dilaksanakan secara partisipatif dan berkelanjutan.



BAB V

PENUTUP DAN KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi masyarakat Gampong Sumber Bakti terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) PT SPS II, dapat disimpulkan bahwa secara umum masyarakat menunjukkan persepsi yang positif namun tetap bersifat kritis. Program CSR dinilai memberikan manfaat nyata, khususnya dalam meringankan beban ekonomi masyarakat melalui bantuan usaha produktif, bantuan sosial, serta dukungan terhadap kegiatan sosial kemasyarakatan. Namun demikian, masyarakat juga menilai bahwa pelaksanaan CSR masih memiliki sejumlah keterbatasan, terutama terkait keberlanjutan program dan pendampingan usaha setelah bantuan diberikan.

Persepsi tersebut terbentuk melalui berbagai faktor yang saling berkaitan, terutama pengalaman langsung masyarakat sebagai penerima bantuan, tingkat kebutuhan ekonomi, serta sejauh mana program CSR dipandang relevan dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Masyarakat yang merasakan dampak langsung cenderung memiliki penilaian lebih positif dibandingkan kelompok masyarakat yang tidak menerima manfaat secara langsung. Dengan demikian, persepsi masyarakat terhadap CSR PT SPS II merupakan refleksi dari pengalaman, penilaian, dan interaksi mereka dengan program CSR yang berjalan di Gampong Sumber Bakti.

Secara keseluruhan, dapat ditegaskan bahwa program CSR PT SPS II telah memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat, baik dalam aspek sosial maupun ekonomi. Namun efektivitasnya masih dapat ditingkatkan melalui perbaikan mekanisme pelaksanaan, penguatan monitoring, serta pemberian pendampingan berkelanjutan agar manfaat CSR dapat dirasakan secara lebih merata dan berkesinambungan.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT SPS II

Diharapkan perusahaan dapat meningkatkan keberlanjutan program CSR dengan tidak hanya memberikan bantuan secara langsung, tetapi juga melakukan pendampingan usaha, pelatihan manajemen, dan monitoring berkala terhadap penerima manfaat. Selain itu, proses perencanaan program CSR perlu semakin melibatkan masyarakat agar program yang dijalankan benar-benar sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat.

2. Bagi Pemerintah Gampong Sumber Bakti

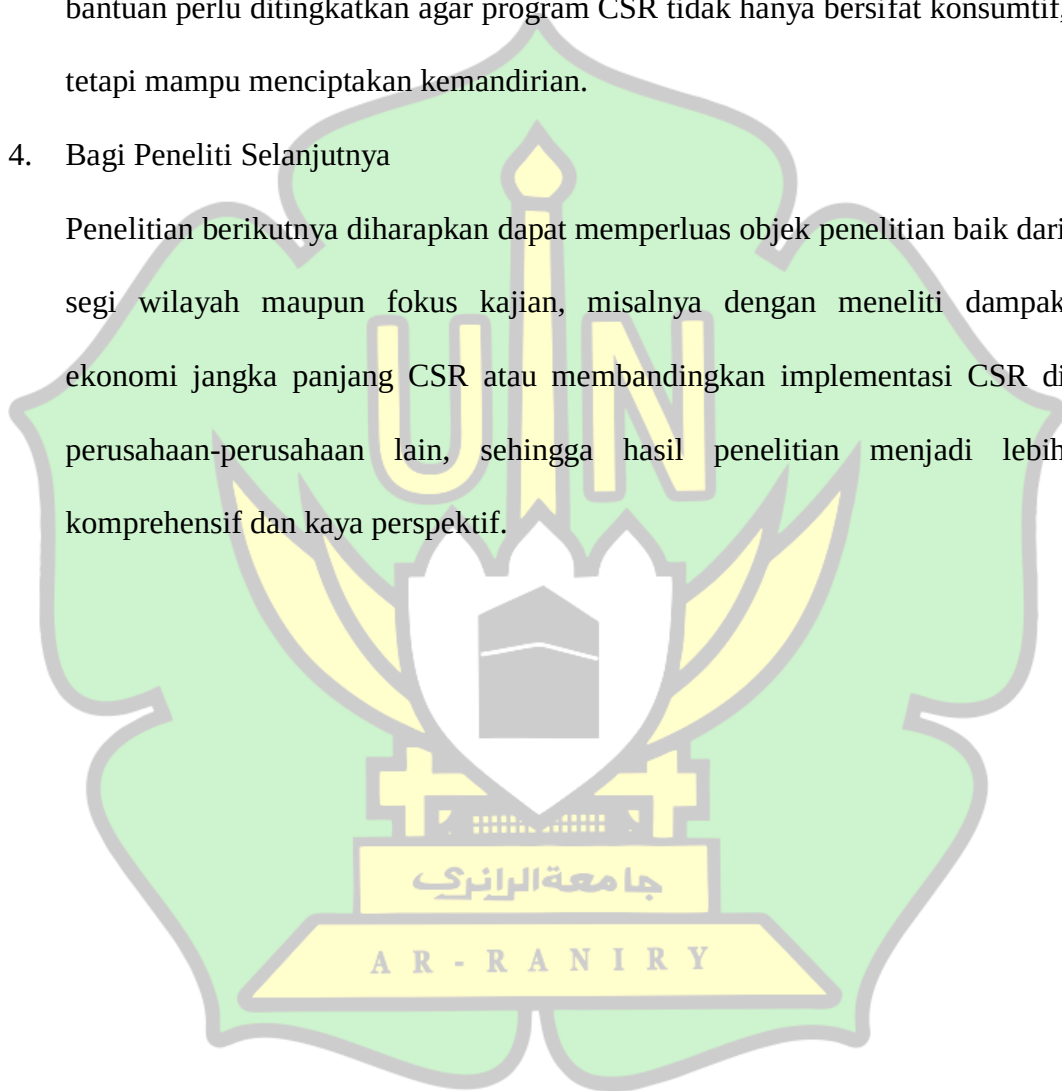
Diharapkan pemerintah desa dan pemerintah daerah dapat berperan aktif sebagai mitra pengawasan dan penghubung antara perusahaan dan masyarakat, sehingga koordinasi pelaksanaan CSR berjalan efektif. Pemerintah juga diharapkan dapat membantu mendorong program pemberdayaan yang berorientasi pada kemandirian ekonomi masyarakat.

3. Bagi Masyarakat Gampong Sumber Bakti

Masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan program CSR secara optimal sebagai peluang untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga. Partisipasi aktif, rasa tanggung jawab, dan komitmen dalam mengelola bantuan perlu ditingkatkan agar program CSR tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi mampu menciptakan kemandirian.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian baik dari segi wilayah maupun fokus kajian, misalnya dengan meneliti dampak ekonomi jangka panjang CSR atau membandingkan implementasi CSR di perusahaan-perusahaan lain, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan kaya perspektif.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, N. K. S., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1)
- Aziz, M., Zulfadli, dan Nurainiah. (2019). Problematika Dakwah di Negeri Minoritas Muslim. *Al-Ijtima'iyah: Media Kajian Pengembangan Masyarakat Islam*, 5(2).
- Badan Pusat Statistik. (2015). *Indikator Kesejahteraan Rakyat*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Nagan Raya. (2020). *Kabupaten Nagan Raya Dalam Angka 2020*. BPS Kabupaten Nagan Raya.
- Carroll, Archie B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3).
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*, 8(3).
- Creswell, John W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Defisa, Shella. (2018). Analisis Persepsi Masyarakat Pada Corporate Social Responsibility Sebagai Upaya Kesejahteraan Masyarakat. *Economics Development Analysis Journal*, 7(3), 339–347.
- Dendy Jaya Putra. (2013). Persepsi Masyarakat Terhadap Program Corporate Social Responsibility Sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap.
- Fitriana, Wenny. (2014). *Persepsi Masyarakat tentang Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT Antam Tbk di Pomalaa*. Skripsi, Universitas Halu Oleo.
- Haplah, N. (2019). *Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. Medan.
- Harni, Mustakim. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3).
- International Organization for Standardization. (2010). *ISO 26000: Guidance on Social Responsibility*. Geneva: ISO.

- John Elkington. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kusmanto, M. H. A. (2018). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) PT KSI (Kerry Sawit Indonesia) di Desa Danau Sembuluh Kabupaten Seryan. Palangka Raya.
- Lako, A. (2011). *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Lembong, T. Misbah. (2017). Pekerja Sosial Industri dan Pemberdayaan Masyarakat Aceh Singkil. *Jurnal Al-Ijtima'iyah*, 4(2).
- Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility): Tanggung Jawab Sosial Korporasi*. Bandung: Alfabeta.
- Marnelly, T. Romi. (2012). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2(2), 49–59.
- Mawaddah, Miftachul. (2015). Persepsi Masyarakat Terhadap Program CSR PT Apac Inti Corpora dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pendidikan dan Kesehatan.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi & Alvin Anggara. (2019). Evaluasi Proses Program Community Action Plan dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Lingkungan di Kampung Akuarium Jakarta Utara. *Al-Ijtima'iyah*, 6(1).
- Ningrum, H., Purnama, A. A., Oktaviana, A., Calista, G., Perwira, I. F. A., & Nasim, A. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Perusahaan. *Journal of Business Management Education*, 4(3), 46–53.
- Pahan, I. (2015). *Panduan Lengkap Kelapa Sawit: Manajemen Agribisnis dari Hulu hingga Hilir*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2012). *Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

- Pitus A. Partanto & M. Dahlan Al Barry. (2001). *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 87(1).
- Putra, Fadhil. (2020). Efektivitas Program CSR Berbasis Ekonomi Produktif. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*.
- Rachman, N. M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Penebar Swadaya Grup.
- Rahmatullah, R. (2011). *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Pearson.
- Rusdi, M., Rusdi, R., & Ikhsan, M. (2015). Analisis Kesesuaian Lahan Untuk Pengembangan Komoditas Perkebunan di Kabupaten Nagan Raya. *Jurnal Manajemen Sumberdaya Lahan*, 4(2), 572–578.
- Satria, Fadlan. (2017). Persepsi Masyarakat dan Persepsi Perusahaan terhadap Program CSR PT Bukit Asam Unit Pelabuhan Tarahan Bandar Lampung. Skripsi, Universitas Lampung.
- Siregar, Khairunnisa, dkk. (2025). Pemberdayaan Pengrajin Rotan Lewat Program BUMDes Berkat Mandiri di Gampong Langaboh Aceh Besar. *JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*.
- Soekanto, Soerjono. (2017). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi. (2009). *Kemiskinan dan Perlindungan Sosial di Indonesia*. Bandung.
- Suharto, Edi. (2010). *CSR & COMDEV: Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suherwin. (2024). *Pengaruh Corporate Social Responsibility dengan Pendekatan Islamic Social Reporting terhadap Peningkatan Kinerja Keuangan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Tahun 2018–2022*. Disertasi, IAIN Parepare.

- Sulistiawati, A., & Nurhasdanah, N. (2017). Konsep Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 7(2), 82–95.
- Sunarko. (2014). *Budidaya Kelapa Sawit di Berbagai Jenis Lahan*. Jakarta: AgroMedia Pustaka.
- Syahputra, R., & Yusuf, Y. (2017). Analisis Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Petani Kelapa Sawit di Kabupaten Nagan Raya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, 2(3), 250–261.
- Toha, Miftah. (2003). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ully, A., & Kelib, A. (2012). Penerapan Prinsip-prinsip Islam Dalam Pengaturan Corporate Social Responsibility di Indonesia. *Jurnal Law Reform*, 3(1).
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Uphoff, N. (1985). Fitting projects to people: Reflections on participatory planning. *Community Development Journal*, 20(4), 327–336.
- Wahyudi, I., & Azheri, B. (2008). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: In-Trans Publishing.
- Wahyuni, S., Romano, R., & Ikhsan, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Nagan Raya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, 2(1), 1–10.
- Walgito, B. (2010). *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: ANDI.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jakarta: PT Gramedia.
- Wibisono, Y. (2019). *Mengukur Keberhasilan Program CSR*. Jakarta: Gramedia.
- Yunara, N. (2018). Pengaruh CSR (Corporate Social Responsibility) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus PT Bertindo Desa Kedaton Induk Lampung Timur). Metro.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : SK Penetapan Bimbingan Skripsi

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B. 131/Un.08/FDK/Kp.00.4/01/2025
Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Semester Genap Tahun Akademik 2024/2025

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi yang dituangkan ke dalam Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.

Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 40 tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry;
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2025, Tanggal 02 Desember 2024.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa.

Pertama : Menunjuk Sdr. 1). Dr. T. Lembong Misbah, MA Sebagai Pembimbing UTAMA
2). Marini Kristina Situmeang, M.Sos., MA Sebagai Pembimbing KEDUA

Untuk membimbing KKKU Skripsi:
Nama : Rajudin Rahmat Wali
NIM/Jurusan : 200404035/ Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
Judul : Persepsi Masyarakat Terhadap Program CSR di PT SPS II Gampong Sumber Bakti
Kec. Darul Makmur Kab. Nagan Raya

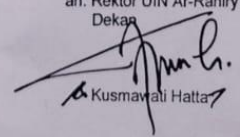
Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;

Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2024;

Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.

Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Banda Aceh
Pada Tanggal: 23 Januari 2025 M
23 Rajab 1446 H

an. Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dekan

Kusmawati Hatta

Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.

Lampiran 2 : Surat Permohonan Melakukan Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh Telp/Fax. : 0651-752921

Nomor : B.1654/Un.08/FDK.I/PP.00.9/08/2025

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,

Direktur PT SPS 2 Nagan Raya

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

NIM : 200404035

Nama : RAJUDIN RAHMAT WALI

Program Studi/Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam

Alamat : SEUNEUAM

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM CSR DI PT SPS 2 GAMPONG SUMBER BAKTI KEC. DARUL MAKMUR KAB. NAGAN RAYA***

Banda Aceh, 07 Agustus 2025

An. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Dr. Mahmuddin, M.Si.

NIP. 197210201997031002

Berlaku sampai : 13 Januari 2026

Lampiran 3 : Surat Telah Melakukan Penelitian



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, pihak PT Surya Panen Subur II, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Rajudin Rahmat Wali

NIM : 200404035

Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Islam Ar-Raniry

Telah melaksanakan dan menyelesaikan kegiatan penelitian di PT Surya Panen Subur II sesuai dengan ketentuan dan waktu yang telah ditetapkan. Selama pelaksanaan penelitian, yang bersangkutan telah menunjukkan sikap yang baik, kooperatif, serta mematuhi seluruh peraturan yang berlaku di lingkungan perusahaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Nagan Raya, 29 Oktober 2025

Anas Muda Siregar
Manager SSL Aceh

Lampiran 4 : Dokumentasi Wawancara Dengan Instrumen Penelitian



Sumber; koleksi Pribadi. Saat peneliti mewawancarai Bapak Deri sebagai Humas PT SPS 2 NAGAN RAYA, 26 Agustus 2025.



Sumber; koleksi Pribadi. Saat peneliti mewawancarai Bapak Malik sebagai penerima bantuan sembako, 26 Agustus 2025



Sumber; Koleksi Pribadi. Saat peneliti mewawancarai Bapak Sulaiman sebagai Kepala Desa Sumber Bakti, 27 Agustus 2025



Sumber; Koleksi Pribadi. Saat peneliti mewawancarai Bapak Parna (Penerima program bantuan csr bibit ikan lele), 28 Agustus 2025



Sumber; Koleksi Pribadi. Saat Peneliti mewawancarai Ibu Ruslaini (Penerima bantuan mesin jahit), 29 Agustus 2025



Sumber; Koleksi Pribadi. Saat Peneliti mewawancarai Kak Eka Erlina(Penerima bantuan sembako), 30 Agustus 2025



Sumber; Koleksi Pribadi. Saat Peneliti mewawancarai Bapak Edi Santoso(Penerima program bantuan bibit ikan lele), 29 Agustus 2025



Sumber; Koleksi Pribadi. Saat Peneliti mewawancarai Ibu Ida(Penerima bantuan mesin jahit), 28 Agustus 2025



Sumber; Koleksi Pribadi. Saat Peneliti mewawancarai ibu Tiamah(Penerima bantuan mesin jahit), 27 Agustus 2025



Sumber; Koleksi Pribadi. Saat Peneliti mewawancarai bapak Maulidin (Penerima bantuan mesin jahit), 21 Agustus 2025