

**PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PT. PRATAMA PALM ABADI
(Studi Pada Masyarakat Desa Prabumulih I, Kecamatan Muara Lakitan
Kabupaten Musi Rawas, Provinsi Sumatera Selatan)**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Huzahi Saves Mauzudas
NIM : 22.2010.222

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI
2014**

**PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PT. PRATAMA PALM ABADI
(Studi Pada Masyarakat Desa Prabumulih I, Kecamatan Muara Lakitan
Kabupaten Musi Rawas, Provinsi Sumatera Selatan)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memproleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

**Nama : Huzahi Saves Mauzudas
NIM : 22.2010.222**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI
2014**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Huzahi Saves Mauzudas

NIM : 22.2010.222

Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, April 2014

Yang Membuat Pernyataan



Huzahi Saves Mauzudas

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

- ❖ *Ketika seseorang cukup kuat untuk membuatmu jatuh, kamu harus tunjukkan padanya bahwa kamu juga cukup kuat untuk bangkit kembali.*
- ❖ *Jangan menunggu waktu yang tepat untuk melakukan sesuatu. Karena waktu tidak akan pernah tepat bagi mereka yang menunggu.*
- ❖ *Selalu jadi diri sendiri dan jangan pernah menjadi orang lain meskipun mereka tampak lebih baik dari Anda.*

(Huzahi Saves Mauzudas)

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ❖ Allah SWT
- ❖ Ayah dan Ibu tercinta (Muhammad Zuber dan Darma Sundari, S.Pd I)
- ❖ Adikku tersayang (Feby Sertu Mewu dan Evan Syaputra)
- ❖ Kekasihku
- ❖ Pembimbing Skripsiku
- ❖ Bapak DR. Ir. Nanti Kasih, ST
- ❖ Teman-teman Seperjuangan dan Almamater

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

P R A K A T A

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Hidayah-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam kita junjungkan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah mengeluarkan umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang serta sahabat keluarga dan pengikutnya tetap istiqomah hingga akhir zaman.

Dalam skripsi ini penulis melakukan penelitian dengan judul Pemahaman Masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility* PT. Pratama Palm Abadi (Studi masyarakat desa Prabumulih 1 kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musi Rawas Propinsi Sumatera Selatan).

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku Ayah dan Ibu tercinta **Muhammad Zuber (Alm) dan Darma Sundari, S.Pd I** yang telah mendidik, mendoakan, membiayai dan memberi semangat serta dorongan kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada bapak **Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA** sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, memberikan pengarahan dan saran-saran dengan tulus ikhlas dan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu disampaikan juga ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan, membantu penulis dalam menyelesaikan studi ini dan tidak lupa juga penulis menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak DR. H.M. Idris, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Abid Djazuli, S.E., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Rosalina Ghozali, S.E., M.Si., Ak selaku ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Welly, S.E., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf pengajar fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Pimpinan dan Staf serta masyarakat desa Prabumulih 1 kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musi rawas Provinsi Sumatera Selatan. Telah membantu menyediakan data yang dibutuhkan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Pimpinan beserta Staf karyawan-karyawati PT. Pratama Palm Abadi yang telah menyediakan data yang dibutuhkan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Bapak DR. Ir. Nanti Kasih. ST yang telah membantu dan memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu oleh penulis.

Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Semoga amal ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan-nya. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Amin.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb

Palembang, April 2014

Penulis

Huzahi Saves Mauzudas

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xiii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
HALAMAN ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Landasan teori.....	11
1. Konsep Pemahaman.....	11
2. Konsep Masyarakat.....	13
3. Konsep <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	14
4. Prinsip-Prinsip <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	16
5. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	17
6. Motivasi dan Bentuk <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> PT. Pratama Palm Abadi.....	18
7. Konsep pemahaman masyarakat terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> PT. Pratama Palm Abadi.....	19

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian	21
	B. Lokasi Penelitian	22
	C. Operasionalisasi Variabel	22
	D. Populasi dan Sampel.....	23
	E. Data yang diperlukan.....	26
	F. Metode Pengumpulan Data.....	27
	G. Analisis data dan Teknik Analisis	28
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Hasil Penelitian.....	30
	1. Gambaran Singkat tentang PT. Pratama Palm Abadi.....	30
	2. Sejarah Singkat PT. Pratama Palm Abadi Kantor Pusat	30
	3. PT. Pratama Palm Abadi desa Prabumulih 1.....	31
	4. Aktivitas Perusahaan	33
	5. Kegiatan Sosial PT. Pratama Palm Abadi	35
	6. Struktur organisasi dan Pembagian Tugas PT. Pratama Palm Abadi Prabumulih 1 <i>Estate</i>	36
	7. Data Hasil Kuesioner.....	38
	B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	41
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
	A. Simpulan.....	71
	B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1	Penelitian Sebelumnya	10
Tabel III. 1	Operasionalisasi variabel	22
Tabel III. 2	Data Desa Prabumulih 1 Kecamatan Muara Lakitan Tahun 2013	23
Tabel III. 3	Data Penduduk Desa Prabumulih 1 Tahun 2013	24
Tabel III. 4	Populasi/ Data Penduduk berdasar tingkatan Tahun 2013.....	24
Tabel III. 5	Alokasi Proposional	25
Tabel IV. 1	Jumlah dan Persentase Populasi dianalisis	38
Tabel IV. 2	Rekapitulasi Hasil Kuesioner.....	39
Tabel IV. 3	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 1	41
Tabel IV. 4	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 2.....	42
Tabel IV. 5	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 3	44
Tabel IV. 6	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 4.....	46
Tabel IV. 7	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 5.....	48
Tabel IV. 8	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 6.....	50
Tabel IV. 9	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 7.....	52

Tabel IV. 10	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 8.....	55
Tabel IV. 11	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 9.....	57
Tabel IV. 12	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 10.....	59
Tabel IV. 13	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 11.....	61
Tabel IV. 14	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 12.....	63
Tabel IV. 15	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 13.....	65
Tabel IV. 16	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 14.....	67
Tabel IV. 17	Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas Pernyataan Nomor 15.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1	Hubungan Perusahaan dengan Masyarakat dalam CSR	4
Gambar IV. 1	Struktur Organisasi PT. PPA Prabumulih 1 <i>Estate</i>	36
Gambar IV. 2	Struktur Organisasi KUD Plasma	37
Gambar IV. 3	Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 1	41
Gambar IV. 4	Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 2	43
Gambar IV. 5	Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 3	44
Gambar IV. 6	Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 4	46
Gambar IV. 7	Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 5	48
Gambar IV. 8	Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 6	50
Gambar IV. 9	Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 7	52
Gambar IV.10	Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 8	55
Gambar IV.11	Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 9	57

Gambar IV. 12 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap	
Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 10	60
Gambar IV. 13 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap	
Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 11	62
Gambar IV. 14 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap	
Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 12	64
Gambar IV. 15 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap	
Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 13	66
Gambar IV. 16 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap	
Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 14	68
Gambar IV. 17 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap	
Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 15	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Lembar pengesahan Perbaikan Skripsi
- Lampiran 3. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4. Sertifikat Hapalan AIK
- Lampiran 5. Surat Pengembalian Riset dari Kepala Desa Prabumulih 1
- Lampiran 6. Surat Pengembalian Riset dari PT. Pratama Palm Abadi
- Lampiran 7. Gambar Luas Wilayah Perkebunan PT. Pratama Palm Abadi
Prabumulih 1 *Estate* Ha Statement s/d April 2013
- Lampiran 8. Biodata Penulis

ABSTRAK

Huzahi saves Mauzudas/22.2010.222/ Pemahaman Masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility* PT. Pratama Palm Abadi/Akuntansi Sektor Publik

Perubahan sosial ekonomi masyarakat dan persaingan usaha mengklaim adanya manajemen inovasi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Perusahaan tidak lagi cukup hanya berorientasi pada keuntungan semata. Perusahaan juga harus berpartisipasi dalam proses pembangunan masyarakat. dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atau sering disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan hadir sebagai jalan tengah untuk tetap mempertahankan nilai manfaat perusahaan dan mengurangi dampak negatif yang dihasilkan dalam menciptakan suasana baru yang harmonis. Tujuan dari penelitian ini adalah sejauh mana pemahaman masyarakat terhadap materi *Corporate Social Responsibility* PT. Pratama Palm Abadi Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat dan perusahaan sejauh mana memahami materi Sosial tersebut. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini mencoba untuk mencari pandangan dan persepsi terhadap subjek yang akurat dalam detail. Wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi yang digunakan oleh teknik pengumpulan data. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Prabumulih 1 belum menyadari betul sejauh mana kegiatan sosial serta kepedulian perusahaan terhadap keberadaan masyarakat. Hal ini telah diwujudkan oleh perusahaan melalui bantuan yang diberikan yakni: bantuan sosial, pendidikan, bantuan keagamaan, utilitas media publik, kesehatan, kelanjutan seni & budaya serta gotong royong. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang benar diharapkan menumbuhkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat, dan nantinya bisa meningkatkan citra, dan yang paling penting adalah membuat masyarakat yang berdiri sendiri.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, pemahaman masyarakat.

ABSTRACT

Huzahi saves Mauzudas / 22.2010.222 / The public understanding on the Corporate Social Responsibility at PT. Pratama Palm Abadi

The socio-economic changes and business competition claim that there is the existence of innovation management of the company to run the business. The company doesn't only simply focus on profit-oriented but the company also should participate in the community development proces, known as comporate social responsibility. Corporate social responsibility is to preserve the value of company benefits and to reduce the negative impact on creating a new harmony atmosphere. In the objective of the study was how far was public understanding on the corporate social responsibility at PT. Pratama Palm Abadi. The significance of the study was to determine public understanding on the corporate social responsibility at PT. Pratama Palm Abadi. The studed was duantitative the study tried to seek public perception accurately. The technignes's of collectis the data were interview, observation, questionnaire and documentation. The result of the study slowed that the society in Desa Prabumulih1. I hasn't already been fully aware of the existance of social activitaties done by the company for the society there this has been proved by the company the help given, for instance social activities education reliquous public media utilities, healts, arts and culture as woll the continuation at mutual corporation the implementation of corporatesocial responsibility is expected to be able to grow a harmony relationship between company and society to enhance the company's image and the most important point is to make the society become's independent.

Keywords : Corporate Social Responsibility (CSR), community understanding.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dewasa ini tidak bisa dipisahkan dengan lingkungan eksternalnya, sehingga hal ini menjadi pusat perhatian bagi kalangan akademisi, praktisi, dan regulator serta Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) sejak beberapa dasawarsa terakhir. Kondisi ini juga dipicu oleh perkembangan dinamika sosial terutama berkaitan dengan globalisasi, pasar bebas (*free market*), kerjasama ekonomi kawasan, berkangnya peran pemerintah, dan semakin dominannya peran swasta dalam pembangunan ekonomi. Lebih penting lagi dari dinamika sosial tersebut adalah semakin meningkatnya kesadaran dan tuntutan masyarakat tentang hak asasi manusia, keadilan, kesetaraan sosial, lingkungan hidup dan pemberdayaan (*empowering*) masyarakat serta informasi dan transparansi (*well informed*) atas aktivitas suatu perusahaan. Semua dinamika sosial itu tidak terlepas dari berbagai dampak negatif dari beroperasinya suatu perusahaan (Nahar, 2012 : 2).

Menyikapi kondisi tersebut, dalam dunia usaha muncul berbagai dikasus yang berkaitan dengan pengelolaan dunia usaha itu sendiri, terutama berkaitan dengan tanggung jawab yang harus diemban oleh suatu perusahaan. Di Indonesia *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut

telah diatur pada pasal 74 dalam undang-undang No 40 tahun 2007 yang berbunyi:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sedangkan pada pasal 25 (b) Undang-Undang Penanaman Modal menyatakan kepada setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Nahar, 2012 : 3).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial dan pemeliharaan lingkungan hidup. Dengan perkataan lain, CSR dikembangkan dengan koridor *Tri*

Bottom Line yang mencakup sosial, ekonomi, dan lingkungan. Contoh sederhana pelaksanaan CSR adalah dengan menghasilkan produk yang aman, tidak berbahaya bagi kesehatan, dan ramah lingkungan; membuat sumur resapan penyaluran limbah dengan baik (Nahar, 2013 : 4).

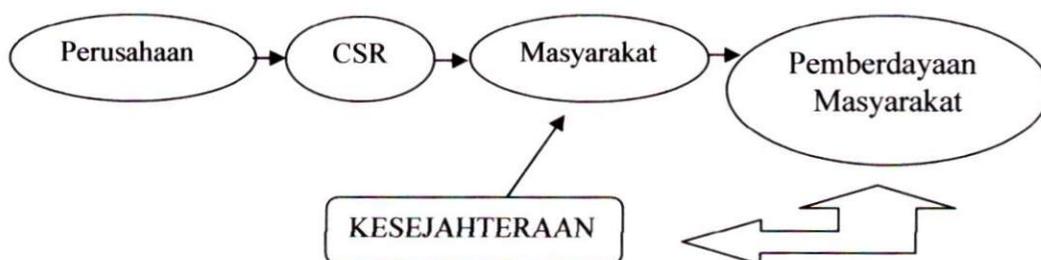
CSR akhirnya berkembang secara luas baik dari konsepnya maupun dalam penerapannya. Adanya Undang-undang yang diterbitkan oleh pemerintah ditanggapi atau dipahami secara berbeda-beda oleh masing-masing unit usaha atau perusahaan. Bahkan juga dipahami oleh sebagian masyarakat untuk mendapatkan keuntungan tertentu. Kata-kata kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi titik pangkal pada kekisruhan ini, sehingga beberapa perusahaan akan mewartakan ongkos CSR-nya dalam laporan tahunannya, bukan pada proses kegiatannya (Rudito dan Famiola, 2013 : IV).

Beberapa perusahaan khususnya perusahaan yang mempunyai aktivitas jangka panjang dalam perencanaannya menerapkan CSR dari sebagian keuntungan, sehingga sering terjadi kesalah pahaman dalam hubungan masyarakat. Dalam rangka sosialisasi aktivitas perusahaan, suatu perusahaan melakukan hubungan dengan masyarakat (*Community Relation*) atau menjelaskan apa yang sedang dilakukan, misalnya saja sedang dalam taraf eksplorasi. Kebutuhan perusahaan tersebut adalah perusahaan kelapa sawit. Maka dalam kegiatan itu sebagai perusahaan pemula harus membutuhkan lahan yang cukup luas bahkan luas untuk dijadikan tempat aktivitas dan usaha perusahaan. didalam hal itu untuk

mencapai kebutuhan tersebut maka perusahaan menempuhkan berbagai cara untuk mendapatkan lahan yang diinginkan. Aktivitas ini bisa dimaknai berbeda oleh masyarakat misalnya pembukaan lahan secara besar-besaran dan hilir mudiknya alat berat perusahaan untuk aktivitas (Rudito dan Famiola, 2013 : IV).

Aktivitas ini sering ditanggapi sebagai keuntungan, maka dapat dipahami dan diasumsikan ketika perusahaan beraktivitas, kegiatan perusahaan sudah mengakibatkan dampak negatif yang relatif cukup besar dan perusahaan belum bisa mengeluarkan dana CSR karena masih beraktivitas, atau belum beruntung. Persoalan ini sering mengemuka menjadi konflik antar perusahaan sebagai pendatang dengan masyarakat lokal (Rudito dan Famiola, 2013 : IV).

Gambar I. 1
Hubungan Perusahaan dengan Masyarakat dalam CSR



Sumber : (Rudito dan Famiola, 2013 : 177)

Pada awalnya tujuan dari CSR tersebut adalah untuk pemberdayaan masyarakat secara kontinyu dan berkepanjangan sebagai bentuk partisipasi dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan pihak-pihak yang berkaitan. Membangun perekonomian masyarakat sekitar dalam

bentuk penerimaan karyawan lokal, memberikan sumbangan acara keagamaan dan sumbangan dana untuk keperluan masyarakat. membangun masjid. Ikut serta dalam keorganisasian masyarakat. Tetapi pada kenyataannya dilapangan CSR ini belum bisa diterima secara luas oleh masyarakat, dikarenakan belum secara luas sosialisasi kegunaan CSR dalam perusahaan untuk masyarakat. dan juga pemahaman-pemahaman yang berbeda-beda yang tidak sejalan dengan tujuan utama dari CSR tersebut yaitu pemberdayaan masyarakat sekitar.

Pemahaman adalah bagaimana seseorang mempertahankan, membedakan, menduga (*mengestimed*), menerangkan, memperluas, menyimpulkan, merealisasikan, memberi contoh, menulis kembali, dan memperkirakan. Dengan pemahaman masyarakat diminta untuk membuktikan bahwa ia memahami hubungan yang sederhana dinantara konsep-konsep dan fakta (Zainal, 2011:1). Dari pemahaman tersebut maka masyarakat pada awalnya dituntut bisa memahami dan menelaah apa tujuan dari program CSR yang bentuk oleh perusahaan untuk memberdayakan masyarakat sekitar. Namun pada prakteknya pemahaman CSR tersebut diartikan berbeda bagi sebagian masyarakat. Perbedaan inilah yang menimbulkan konflik internal baru antar masyarakat.

Konflik atau permusuhan adalah proses sosial yang terjadi ketika pihak yang satu berusaha menyingkirkan pihak lain dengan cara menghancurkan atau membuatnya tidak berdaya. Permusuhan atau konflik diawali dengan adanya perbedaan atau persaingan yang serius sehingga

sulit didamaikan atau ditemukan kesamaannya. Sebenarnya konflik dapat sangat wajar terjadi dalam sebuah interaksi sosial (Wikipedia, 2013)

Konflik-konflik yang timbul dari perbedaan pemahaman masyarakat akan menjadi penghalang bagi perusahaan dalam melakukan pendekatan dan melaksanakan program CSR terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat. masyarakat berpendapat Program-program yang dilaksanakan merupakan bagian dari CSR sering dianggap kurang menyentuh akar permasalahan yang ada dikomunitas, yang ini terjadi kerana perusahaan berada diposisi penyandang dana. Menganggap dirinya sebagai yang memahami komunitas tersebut, sedangkan komunitas tersebut dipandang pihak yang lemah yang membutuhkan bantuan dari perusahaan. dari sinilah antara dua belah pihak tidak ada komunikasi dialog dua arah yang memungkinkan terjadinya diskusi untuk menyelesaikan permasalahan dan masyarakat melakukan penolakan secara terang terangan.

Hasil interview awal yang dilakukan oleh penulis terdapat perbedaan-perbedaan pemahaman atau persepsi masyarakat seperti; 1). Ada yang menyatakan bahawa konsep CSR yang diajukan oleh perusahaan merupakan hal yang sangat wajar dan seharusnya ada di masyarakat untuk pemberdayaan masyarakat hal inilah yang menjadi jembatan kerja kontinyu yang saling menguntungkan, masyarakat membutuhkan pemberdayaan yang layak dan perusahaan ingin mencari keuntungan tanpa mengorbankan satu sama lain; 2). Konsep CSR merupakan kamuplase atau alat perusahaan untuk menarik minat masyarakat desa prabumulih 1

untuk menerima perusahaan tersebut ada dilingungnya jika hal ini terjadi maka perusahaan dengan leluasa mengelolah dan mengambil keuntungan/ Produk CSR seperti, Sumbangan pembangunan masjid, lapangan bola volly masyarakat, mengadakan buka bersama dibulan puasa, dan penerima karyawan itu hanya memiliki pengaruh dalam jangka pendek serta daya jangkauannya secara terbatas; 3). CSR merupakan rayuan untuk masyarakat/mengambil simpati masyarakat guna untuk menguasai daerah tersebut; 4). CSR disatu sisi merupakan jalan instan untuk mencapai tujuan dengan pengerbanan yang sedikit dan mendapatkan yang lebih dan disatu sisi CSR juga merupakan program pendukung kinerja desa, melalui perberdayaan secara kontinyu.

Berbagai pemahaman yang dikemukakan oleh masyarakat tentang CSR tersebut mengindikasikan faktor penyebab konflik antara masyarakat dengan perusahaan, seperti yang sering terjadi demo, perkelahian atau perselisihan antar kelompok masyarakat, penyandraan dan mendiskriminasi masyarakat.

Berdasarkan masalah diatas peneliti tertarik untuk mengembangkan dan memahami apa penyebab terjadinya konflik yang ada dimasyarakat dan bagaimana CSR ini bisa diterima dimasyarakat dengan tujuan utama CSR itu pemberdayaan masyarakat. penelitian ini berjudul **Pemahaman Masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility* PT. PRATAMA PALM ABADI**, Desa Prabumulih 1, kecamatan Muara Lakitan, Kabupaten Musi Rawas, Provinsi Sumatera Selatan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimanakah pemahaman masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pratama Palm Abadi

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui tingkat pemahaman masyarakat terhadap materi *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pratama Palm Abadi

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari Penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait yaitu :

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis mengenai pemahaman masyarakat terhadap CSR (*Corporate Social Responsibility*).

2. Bagi Masyarakat dan Perusahaan (*Corporate*)

Dapat meningkatkan pemahaman terhadap CSR sehingga masyarakat bisa menerima program tersebut sebagai bagian dalam proses pemberdayaan masyarakat. Sedangkan bagi perusahaan bisa terus menjalankan program CSR yang selama ini terdapat kendala.

3. Bagi Almamater

Sebagai bahan bacaan bagi bahan penelitian dimasa yang akan datang, dapat memberikan masukan serta tambahan untuk pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian terdahulu

Tabel II. 1
Penelitian Sebelumnya

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
Hasan Slamet Ramadhani (2011)	Studi Sosial Ekonomi dan persepsi masyarakat terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> perusahaan hutan tanam industri PT. Nityasa Idola di Kalimantan Barat	<i>Corporate Social Responsibility</i> jangka panjang yang terencana dan terdokumentasi membangun persepsi dan pemahaman yang bagus bagi masyarakat.	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi masyarakat terhadap CSR yang terorganisasi. <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian sebelumnya lebih menekankan pada Studi sosial ekonomi dan persepsi masyarakat terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> sedang penelitian saya lebih pada tingkat pemahaman masyarakat terhadap program CSR.
Muhadjir dan Gita Fitri Qurani (2011)	Pengaruh penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap persepsi nasabah bank dan dampak terhadap <i>corporate image</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i> melalui <i>community support, environment, dan diversity</i> mampu membangun sebuah persepsi nasabah yang positif.	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi Nasabah terhadap CSR melalui <i>community support, environment.</i> 2. Pengaruh CSR terhadap kepercayaan Nasabah <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian sebelumnya lebih menekankan pada CSR sebagai sarana membangun persepsi nasabah melalui <i>community support, environment.</i> sedang penelitian saya lebih pada tingkat pemahaman masyarakat terhadap program CSR.

Enjang Vera Irawan (2012)	Program <i>corporate social responsibility</i> berbasis Pemberdayaan masyarakat PT. PLN DJBB	Program <i>corporate social responsibility</i> (CSR) merupakan konsep pemberdayaan masyarakat dalam mengatasi, mengelola dan mensejahterakan.	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Respon dan partisipasi masyarakat. 2. Pemberdayaan masyarakat. <p>Pembedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian sebelumnya lebih menekankan pada tujuan dan hasil dari pada CSR yaitu pemberdayaan sedang penelitian saya lebih pada tingkat pemahaman masyarakat terhadap program CSR.
---------------------------	--	---	--

Sumber : Penulis 2014

B. Landasan Teori.

Dalam mendukung dan mempermudah untuk memahami maksud dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah, diperlukan literatur tentang teori teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Adapun ulasan berbagai literature mengenai teori tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konsep Pahamanan.

Pemahaman berasal dari kata “paham” yang artinya pandangan, pendapat, pemikiran, haluan, mengerti benar tentang suatu hal. sedangkan pemahaman adalah proses, perbuatan, cara memahami sesuatu. Dan belajar adalah upaya memperoleh pemahaman, hakekat belajar itu sendiri adalah usaha mencari dan menemukan makna atau pengertian. (Fajar dan Senja, 2008: 607-608)

Definisi diatas tidak bersifat operasional sebab tidak memperlihatkan pembuatan psikologis yang diambil seseorang jika memahaminya.

- a. Pemahaman diartikan sebagai melihat suatu hubungan pemahaman disini mengandung arti dari definisi yang pertama, yakni pemahaman yang diartikan mempunyai ide tentang persoalan sesuatu itu dipahami selagi fakta-fakta mengenai persoalan itu dikumpulkan.
- b. Pemahaman diartikan sebagai suatu alat menggunakan fakta pemahaman ini lebih dekat pada definisi kedua yakni pemahaman tumbuh dari pengalaman, disamping berbuat juga menyimpan hal-hal yang baik dari perbuatan itu melalui pengembangan lingkungan seseorang hingga ia dapat berbuat secara intelegen melalui peramalan kejadian. Dalam pengertian disini kita dapat mengatakan seseorang memahami suatu obyek, proses, ide, fakta jika ia dapat melihat bagaimana menggunakan fakta tersebut dalam berbagai tujuan.
- c. Pemahaman diartikan sebagai melihat penggunaan secara produktif. Dalam hal ini pemahaman diartikan bila mana seseorang tersebut dapat mengimplikasikan dengan sesuatu prinsip yang nanti akan diingat dan dapat digunakan pada situasi yang lain.

- d. Pencapaian pemahaman masyarakat dapat dilihat pada waktu ia memahami seberapa pentingnya peran sosial perusahaan terhadap internalnya dan juga Latar belakang pendidikan.

Adapun indikator-indikator keberhasilan sebagai tolak ukur dalam mengetahui pemahaman adalah sebagai berikut:

- a) Daya serap terhadap pemahaman masyarakat untuk memaknai dari suatu kegiatan sosial, hal ini menunjukkan tingkat prestasi individu maupun golongan.
- b) Telah digariskan untuk sebuah pengajaran/tuntunan yang telah dimiliki oleh individu maupun golongan.
- c) Mampu menjelaskan makna dari kegiatan sosial sesuai dengan tingkat pemahaman masyarakat dengan kata-kata sendiri.

2. Konsep Masyarakat.

Masyarakat adalah sejumlah manusia yang merupakan satu kesatuan golongan yang berhubungan tetap dan mempunyai kepentingan yang sama, seperti; Sekolah, keluarga, perkumpulan, Negara semua adalah masyarakat definisi lain dari masyarakat juga merupakan salah satu satuan sosial sistem sosial, atau kesatuan hidup manusia (Setiawan, 2013)

Struktur masyarakat Indonesia ditandai oleh dua cirinya yaitu secara horizontal dan vertikal. Secara horizontal, ini ditandai oleh kenyataan adanya kesatuan-kesatuan sosial berdasarkan perbedaan-

perbedaan suku bangsa, perbedaan agama, adat serta perbedaan-perbedaan kedaerahan. Secara vertikal struktur Indonesia ditandai oleh adanya perbedaan-perbedaan vertikal antara lapisan atas dan lapisan bawah yang cukup tajam. Beberapa karakteristik sebagai sifat-sifat dasar dari suatu masyarakat majemuk yakni:

- a. Terjadinya segmentasi ke dalam bentuk kelompok yang sering kali memiliki sub kebudayaan yang berbeda satu sama lain.
- b. Memiliki struktur sosial yang terbagi-bagi ke dalam lembaga-lembaga yang bersifat non komplementer.
- c. Secara relatif sering kali mengalami konflik-konflik di antara kelompok yang satu dengan yang lain.
- d. Secara relatif integrasi sosial tumbuh di atas paksaan dan saling ketergantungan di dalam bidang ekonomi (Nasrullah, 2013:10).

3. Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial berupa kepercayaan (*trust*). CSR tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan, karena untuk melaksanakan CSR diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif (Rudito dan Famiola, 2013:1).

CSR sebagai upaya manajemen yang dijalankan oleh entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar keseimbangan pilar ekonomi, sosial dan lingkungan dengan meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif disetiap pilar.

Adapun pengertian CSR menurut pandangan para ahli dan berbagai organisasi dunia antara lain:

- a. *World Business Council for sustainable development*: komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan member kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.
- b. *Commision of the European Communities*: Tanggung jawab sosial perusahaan pada dasarnya adalah sebuah konsep dimana perusahaan memutuskan secara suka rela untuk memberikan kontribusi demi mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih.
- c. *Commision of the European Communities*: Tanggung jawab sosial perusahaan pada dasarnya adalah sebuah konsep dimana perusahaan memutuskan secara suka rela untuk memberikan kontribusi demi mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih.

- d. *Business for Social Responsibility: corporate social responsibility* (CSR) adalah pencapaian kesuksesan komersil dalam artian penghargaan terhadap nilai kesusilaan dan penghormatan terhadap manusia, masyarakat dan lingkungan.

4. Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Organization for economic cooperation and devolopment (OECD) Menyepati pedoman bagi perusahaan multinasional dan kebijakan umum tentang prinsip-prinsip CSR adalah:

- a. Memberi kontribusi untuk kemajuan ekonomi sosial dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan
- b. Menghormati hak asasi manusia yang dipengaruhi kegiatan yang dijalankan perusahaan tersebut sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah
- c. Mendorong kapasitas lokal, termasuk kepentingan bisnis menggambarkan kegiatan perusahaan.
- d. Mendorong pembentukan modal tenaga kerja khususnya melalui penciptaan kesempatan kerja dan memfasilitasi pelatihan bagi kariawan.
- e. Mendorong dan memegang teguh prinsip *good corporate governance* serta mengembangkan dan menerapkan praktek kelolah yang baik.

- f. Mengembangkan dan menetapkan praktek-praktek sisitem manajemen yang mengatur diri sendiri secara efektif guna menumbuh kembangkan relasi percaya antara perusahaan dan masyarakat (Zulkifli, 2011:33)

5. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Tujuan *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri. CSR terkait dengan keberlanjutan dan akseptabilitas artinya diterima dan berkelanjutan untuk berusaha di suatu tempat (Untung, 2008:34).

Princes of Wales Foundation ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR, pertama, menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia. Kedua, *environments* yang berbicara tentang lingkungan. Ketiga, adalah tata kelola perusahaan yang baik *atau good corporate governance*. Keempat, *social cohesion*. Artinya dalam melaksanakan CSR jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial. Kelima adalah *economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian bidang ekonomi (Untung, 2008:35).

6. Motivasi dan Bentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pratama Palm Abadi

Motivasi adalah suatu sugesti atau dorongan yang muncul karena diberikan oleh seseorang kepada orang lain dan proses kesediaan melakukan usaha tingkat tinggi untuk mencapai sasaran tertentu yang bisa memuaskan kebutuhan. Motivasi perusahaan melakukan praktik dan pengungkapan CSR sangat bervariasi, mulai dari pendekatan instrumental dengan maksud memaksimalkan kinerja sampai ke pendekatan intrinsik seperti komitmen perusahaan untuk menjunjung tinggi nilai-nilai dan prinsip-prinsip perusahaan. Serta yang paling utama adalah perberdayaan masyarakat sekitar (Ridwan, 2013).

Bentuk-bentuk CSR PT. Pratama Palm Abadi, terhadap perberdayaan masyarakat:

- a. Perusahaan menyediakan dana untuk kegiatan sosial dimasyarakat seperti kegiatan pembangunan masjid dan TPA.
- b. Perusahaan melakukan pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan cara perekrutan masyarakat sekitar untuk bekerja diperusahaan tersebut.
- c. Perusahaan melakukan pengerukan ulang irigasi desa.
- d. Perusahaan mengembangkan melaksanakan sosialisasi secara rutin tentang pentingnya menjaga kesehatan lingkungan dan mengubah perilaku masyarakat untuk menjaga kesehatan lingkungan.

- e. Perusahaan ikut serta dalam berbagai kegiatan masyarakat, seperti acara kegiatan 17 agustus, Buka puasa bersama dibulan ramadhan dan kegiatan gotong royong serta berpartisipasi didalam keanggotaan kegiatan masyarakat.
- f. Perusahaan membangun fasilitas olahraga untuk masyarakat seperti pembuatan lapangan bola voly. Bulu Tangkis dan Lapangan Bola kaki.
- g. Perusahaan memberi beasiswa untuk anak-anak berprestasi.
- h. Perusahaan mengizinkan penggunaan peralatan yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan desa.

7. Konsep pemahaman masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pratama Palm Abadi.

Segala tindakan dan tingkah laku manusia bila dicermati akan tampak sebuah pola yang menggolongkan manusia tersebut dalam kelompok-kelompok sosial tertentu yang menjadi ciri dari tindakan khas kelompok sosial yang memunculkan tingkah laku tersebut, karena pada dasarnya tingkah laku tersebut mempunyai pedoman yang satu yang dipahami oleh banyak orang sebagai kelompok sosialnya. Dengan polanya yang selalu terjadi berulang-ulang, maka dapat dikatakan bahwa tingkah laku tersebut sudah menjadi adat istiadat yang berlaku dan tentukan tercerminkan juga dalam bentuk-bentuk hukum adat (Rudito dan Famiola 2013 : 31)

Hasil interview awal yang dilakukan oleh penulis terdapat perbedaan-perbedaan pemahaman masyarakat seperti;

- a. Ada yang menyatakan bahwa konsep CSR yang diajukan oleh perusahaan merupakan hal yang sangat wajar dan seharusnya ada di masyarakat untuk pemberdayaan masyarakat hal inilah yang menjadi jembatan kerja kontinyu yang saling menguntungkan, masyarakat membutuhkan pemberdayaan yang layak dan perusahaan ingin mencari keuntungan tanpa mengorbankan satu sama lain.
- b. Konsep CSR merupakan kamuplase atau alat perusahaan untuk menarik minat masyarakat desa prabumulih 1, untuk menerima perusahaan tersebut ada dilingungannya jika hal ini terjadi maka perusahaan dengan leluasa mengelolah dan mengambil keuntungan/ Produk CSR seperti, Sumbangan pembangunan masjid, lapangan bola volly masyarakat, mengadakan buka bersama dibulan puasa, dan penerima karyawan itu hanya memiliki pengaruh dalam jangka pendek serta daya jangkauannya secara terbatas.
- c. CSR merupakan rayuan untuk masyarakat/mengambil simpati masyarakat guna untuk menguasai daerah tersebut.
- d. CSR disatu sisi merupakan jalan instan untuk mencapai tujuan dengan pengerbanan yang sedikit dan mendapatkan yang lebih.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dilihat dari tingkat eksplansi (Tingkat kejelasan) dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Penelitian Deskriptif

Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (indenpenden) tanpa melihat perbandingan atau hubungan dengan variabel lainnya.

2. Penelitian Komparatif

Penelitian Komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan. Disini variabelnya masih sama dengan variabel mandiri tetapi untuk sampel yang lebih dari satu atau waktu yang berbheda.

3. Penelitian Asosiatif atau Hubungan

Penelitian Asosiatif atau hubungan adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2009 : 53-55).

Berdasarkan jenis penelitian menurut tingkat eksplanasi, maka jenis penelitian yaitu penelitian Deskriptif. Jenis penelitian ini digunakan penulis karena untuk mengetahui gambaran perbandingan pemahaman masyarakat tentang CSR.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Desa Prabumulih 1, Kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musi Rawas Provinsi Sumatera Selatan, Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pratama Palm Abadi.

C. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel III. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Pemahaman	Proses pembuatan, cara memahami sesuatu dan belajar adalah usaha mencari dan menemukan makna atau pengertian	<ul style="list-style-type: none"> a. Daya serap terhadap pemahaman masyarakat untuk memaknai dari suatu kegiatan sosial, hal ini menunjukkan tingkat prestasi individu maupun golongan b. Mengetahui indikasi yang telah digariskan untuk sebuah pengajaran/tuntunan yang telah dimiliki oleh individu maupun golongan c. Mampu menjelaskan makna dari kegiatan sosial sesuai dengan tingkat pemahaman masyarakat dengan kata-kata sendiri.
<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	Sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan mendapatkan keuntungan sosial/kepercayaan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Definisi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> b. Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> c. Implementasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> d. Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Pratama Palm Abadi e. Konsep Pemahaman Masyarakat terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>

Sumber: Penulis, 2014

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan nilai yang mungkin, hasil pengukuran ataupun perhitungan, kualitatif ataupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang di ingin dipelajari sifat-sifatnya. Sampel adalah bagian dari sebuah populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut (Iqbal, 2009:12). Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah masyarakat Desa Prabumulih 1. Kecamatan Muara Lakitan. Kabupaten Musi Rawas. Propinsi Sumatera Selatan.

Tabel III. 2
Data Desa Prabumulih 1 Kecamatan Muara Lakitan
Pertahun 2013

Desa Prabumulih 1	
Negara	Indonesia
Provinsi	Sumatera Selatan
Kabupaten/Kota	Musi Rawas
Kecamatan	Muara Lakitan
Kode Pos	31666
Jumlah penduduk	1613 Jiwa
Jumlah Kampung	VI Kampung
Terdiri dari	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kampung I Prabumulih1 2. Kampung II Prabumulih 1 3. Kampung III Prabumulih 1 4. Kampung IV Muara Dua 5. Kampung V Trans Lama 6. Kampung VI Trans baru

Sumber: Data pokok Desa Prabumulih 1 Kec Muara Lakitan, 2014

Tabel III. 3
Data Penduduk Desa Prabumulih 1
Pertahun 2013

No	Penduduk	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Anak-anak (0 s.d 5 Thn)	177 Orang	95 Orang	272 Orang
2	Sekolah Dasar (3 SD)	245 Orang	229 Orang	474 Orang
3	SMP/ MTs	132 Orang	92 Orang	224 Orang
4	SMA/SMK	70 Orang	55 Orang	125 Orang
5	Mahasiswa	19 Orang	8 Orang	27 Orang
6	PNS	21 Orang	14 Orang	35 Orang
7	Wiraswasta/Pedagang	27 Orang	18 Orang	45 Orang
8	Petani/Buruh	163 Orang	93 Orang	256 Orang
9	Lansia	85 Orang	70 Orang	155 Orang
Jumlah		939 Orang	674 Orang	1613 Orang

Sumber : Data pokok Desa Prabumulih 1 Kec Muara Lakitan, 2014

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah populasi penduduk berdasarkan tingkatan mulai dari SMA/SMK, Mahasiswa, PNS, Wiraswasta/pedagang dan petani/buruh.

Tabel III. 4
Populasi/ Data Penduduk berdasar tingkatan
Tahun 2013

No	Populasi	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	SMA/SMK	70 Orang	55 Orang	125 Orang
2	Mahasiswa	19 Orang	8 Orang	27 Orang
3	PNS	21 Orang	14 Orang	35 Orang
4	Wiraswasta/Pedagang	27 Orang	18 Orang	45 Orang
5	Petani/Buruh	163 Orang	93 Orang	256 Orang
Jumlah		300 Orang	188 Orang	488 Orang

Sumber: Data pokok Desa Prabumulih 1 Kec Muara Lakitan, 2014

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili keseluruhan karakteristik dari populasi pengamatan. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *proportionate random sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan acak tanpa

memperhatikan strata yang ada dalam anggota populasi berdasarkan proporsi jumlah di masing-masing kelompok populasi (Iqbal, 2009 : 12).

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada rumus:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Dari Populasi

e = Tingkat prestasi yang diharapkan tidak menyimpang 10%

$$n = \frac{488}{488.0,01+1}$$

$$n = \frac{488}{5,88} \quad n = 82.99 \text{ (dibulatkan menjadi 83).}$$

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 83 Orang. Pemilihan sampel berdasarkan *probablity sampling* dengan teknik *stratified random sampling*, yaitu pengambilan sampel acak distrafikasi, yaitu dengan alokasi proposional sebagai berikut:

Tabel III. 5
Alokasi Proposional

No	Populasi	Alokasi Proposional	Jumlah sampel
1	SMA/SMK	$(125/488) \times 83$	21,26 (Pembulatan 21)
2	Mahasiswa	$(27/488) \times 83$	4,59 (Pembulatan 5)
3	PNS	$(35/488) \times 83$	5,95 (Pembulatan 6)
4	Wiraswata/Pedagang	$(45/488) \times 83$	7,65 (Pembulatan 8)
5	Petani/Buruh	$(256/488) \times 83$	43,54 (Pembulatan 43)
Total			83 Orang

Sumber : Penulis 2014

E. Data yang diperlukan.

Data dilihat dari cara memperolehnya, terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil dari pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. Misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram (Sakti, 2011: 35)

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil kuisioner yang ditujukan kepada masyarakat Desa Prabumulih 1. Kecamatan Muara Lakitan, Kabupaten Musi Rawas, sedangkan data sekunder berupa:

- a. Struktur Organisasi.
- b. Job dan Deskripsi (pembagian tugas).
- c. Data Jumlah Penduduk Desa Prabumulih 1, Kecamatan Muara Lakitan, Kabupaten Musi Rawas.
- d. Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pratama Palm Abadi.

F. Metode Pengumpulan Data

Dikenal beberapa cara pengumpulan data:

1. Koesioner (Angket).

Koesioner (Angket) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

2. Wawancara.

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

3. Pengamatan (Observasi).

Pengamatan (Observasi) adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari deat kegiatan yang dilakukan.

4. Ujian (*Test*).

Ujian (*Test*) adalah serangkaian pertanyaan atau latihan yang digunakan untuk mengukur keterampilan pengetahuan, intelegensi, kemampuan atau bakat yang dimiliki oleh individu atau kelompok.

5. Dokumentasi.

Dokumentasi adalah ditujukan langsung untuk memperoleh data langsung dari penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, dan data yang relevan (Ridwan, 2009 : 24).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner, wawancara dan dokumentasi yang berhubungan dengan indikator-indikator yang digunakan kepada masyarakat.

G. Analisis Data dan teknik analisis

1. Analisis Data

Metode analisis dalam penelitian ada 2 yaitu:

a. Analisis Kualitatif

Analisis Kualitatif adalah analisis yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar untuk melakukan uraian atau penafsiran.

b. Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif adalah metode analisis yang berbentuk angka atau kualitatif yang diangkakan (*skoring*) (Mudrajat, 2009:18-19).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang diangkakan, yaitu dengan penjabaran dan penilaian hasil dari penyebaran kuisisioner kemudian diangkakan (*skoring*).

2. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan tabelaris. dan uraian penjelasan mengenai pemahaman masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Adapun langkah – langkah yang ditempuh adalah:

- a. Memisahkan tiap-tiap jawaban responden sesuai dengan jawaban YA atau TIDAK.
- b. Menjumlahkan berapa banyak jawaban YA.
- c. Dari semua jawaban YA dibagi dengan total pertanyaan pada masing-masing variabel kemudian dikalikan dengan 100%.

$$\% \text{ Jawaban} = \frac{\text{Jumlah jawaban YA}}{\text{Total Seluruh Pertanyaan tiap variabel}} \times 100\%$$

- d. Setelah didapat persentase dari masing-masing variabel maka dapat ditarik kesimpulan tentang pemahaman masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility* PT. Pratama Palm Abadi. Desa Prabumulih 1, Kecamatan Muara Lakitann, Kabupaten Musi Rawas, Provinsi Sumatera Selatan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. Pratama Palm Abadi Kantor Pusat

PT Pratama Abadi Palm bergerak di perkebunan kelapa sawit. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 dan berbasis di Kota Lubuk Linggau, Indonesia. PT Pratama Abadi Palm (PT PPA) beroperasi sebagai anak perusahaan dari OBS (Singapore) Pte Ltd. beralamat Jalan Garuda Dempo No. 65 RT. 04, Kelurahan Keputraan Kecamatan Lubuk Linggau Barat II Kota Lubuk Linggau, Indonesia.

Direksi dari *Oriental Holdings Berhad* (OHB) telah di 15 Juli 2011 memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia tanggal 4 Juli 2011 untuk akuisisi PT Pratama Palm Abadi (PT PPA) dari Karli Boenjamin oleh OBS (Singapore) Pte Ltd (OBS) dan Effendi Suryono (Akuisisi). Pada mengamankan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, PT PPA ditempatkan dan modal disetor akan meningkat menjadi Rp12,000,000,000 (12.000 unit) dan setelah selesai dari Akuisisi, PT PPA akan menjadi anak perusahaan 90 % dari OBS.

PT Pratama Palm Abadi bergerak di perkebunan kelapa sawit dan membuka anak perusahaan di Kecamatan Karang Dapo, Kecamatan

Muara Lakitan Dan Kecamatan Muara Kelingi Kabupaten Musi Rawas, Provinsi Sumatera Selatan, Indonesia memiliki luas sekitar 14.200 hektar. Yang terletak didaerah

- a) PT PPA Mandi Angin *Estate*
- b) PT PPA Biaro *Estate*
- c) PT PPA Simpang Semambang *Estate*
- d) PT PPA Prabumulih 1 *Estate*
- e) PT PPA bingin Jungut *Estate*

2. PT. Pratama Palm Abadi Desa Prabumulih 1.

PT PPA Prabumulih 1 *Estate* merupakan anak cabang yang terletak di Trans Prabumulih 1 kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musi Rawas. PT PPA Prabumulih 1 mulai melakukan pembukaan awal lahan pada tanggal 22 Agustus 2011 dan diringi dengan penanaman dibulan September 2011. Tanam pertama 13 hektar dengan ketinggian 1.5 meter. Dengan target penanaman/hak guna usaha didesa prabumulih 1 adalah 6.005 hektar Hingga saat ini jumlah keseluruhan luas perkebunan adalah 1.045 hektar terdiri dari:

- a) 589 hektar Inti (Milik perusahaan dikelola oleh perusahaan)
- b) 456 hektar Plasma

Milik masyarakat desa dan dikelola oleh perusahaan dengan cara pembagian hasil. Pembagian hasil ini perusahaan bekerja sama dengan KUD (koperasi Unit Desa) yang telah ditunjuk oleh masyarakat untuk

mengelola serta sebagai Mitra kerja/ penyambung informasi dari perusahaan kepada masyarakat.

- a) KUD berkewajiban mengkoordinasi pemeliharaan, panen, transport hasil petani peserta ke lokasi pabrik
- b) Menyediakan kebutuhan petani peserta
- c) Melakukan administrasi terhadap penjualan hasil petani peserta
- d) Mengaturkan hubungan kerjasama dengan petani peserta, kelompok tani dan perusahaan inti
- e) Mengadministrasikan seluruh transaksi keuangan antara kebun plasma dengan bank secara periodik

The Said Land adalah konsesi sesuai dengan "Ijin Usaha Perkebunan" (Izin Usaha Perkebunan) yang diterbitkan oleh Pemerintah Indonesia kepada Perusahaan di mana INTI mengacu pada hak konsesi ke Tanah yang dimiliki oleh PT PPA (pemilik konsesi/investor) diwajibkan untuk memenuhi ke Program PLASMA ditetapkan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 18 tahun 2004 tentang Perkebunan dan Keputusan Menteri Pertanian Nomor 357 Tahun 2002 tentang Pedoman Izin Usaha Perkebunan termasuk amandemen dan peraturan pelaksanaannya. Program PLASMA (petani kecil) mengharuskan INTI untuk membantu dalam membangun, mengoperasikan dan pada transfer kemudian bagian lahan untuk PLASMA. Luas lahan yang dialokasikan untuk PLASMA tergantung pada jumlah kepala keluarga di daerah konsesi.

3. Aktivitas perusahaan.

a. Sawit yang telah menghasilkan.

- 1) Perawatan atau pemeliharaan adalah menjaga membersihkan sekitar kelapa sawit:
 - (1) Rawat piringan, gawangan, pasar pikul dan TPH
 - (2) Pengendalian lalang (spot atau wiping)
 - (3) Pemupukan (sesuai rekomendasi dari pengambilan contoh daun)
 - (4) Tunas umum (pruning/pangkas pelepah)
 - (5) Pengendalian HPT
 - (6) Sensus pohon (dilakukan satu kali dalam satu tahun)
- 2) Pemanenan yang dilakukan 2 kali dalam 1 bulan.

b. Sawit yang belum menghasilkan.

- 1) Perawatan

Perawatan pada TBM-0 yaitu tanaman dari mulai transplanting kelahan sampai berumur satu tahun meliputi:

 - (1) Konsolidasi pohon
 - (2) Rawat piringan, gawangan, pasar pikul (baik dilakukan secara manual maupun chemist)
 - (3) Pemupukan tanaman baru (sesuai dengan rekomendasi pemupukan)
 - (4) Pengendalian dan proteksi HPT
 - (5) Sensus pohon – peta detail blok

Perawatan TBM 1-3 atau perawatan tanaman setelah tanaman berumur 1-3 tahun meliputi:

- (1) Rawat piringan, gawangan dan jalan pikul
- (2) Basmi dan kontrol lalang
- (3) Pemupukan tanaman blum menghasilkan (sesuai dengan rekomendasi pemupukan)
- (4) Pengendalian dan proteksi HPT
- (5) Sensus dan konsolidasi pohon
- (6) Penyisipan tanaman (sampai dengan TBM-3)
- (7) Kastrasi dan sanitasi (pemanenan buah pasir dan buah busuk yang belum layak panen)
- (8) Persiapan panen (membuat titi panen dan tempat pemungutan hasil/TPH)

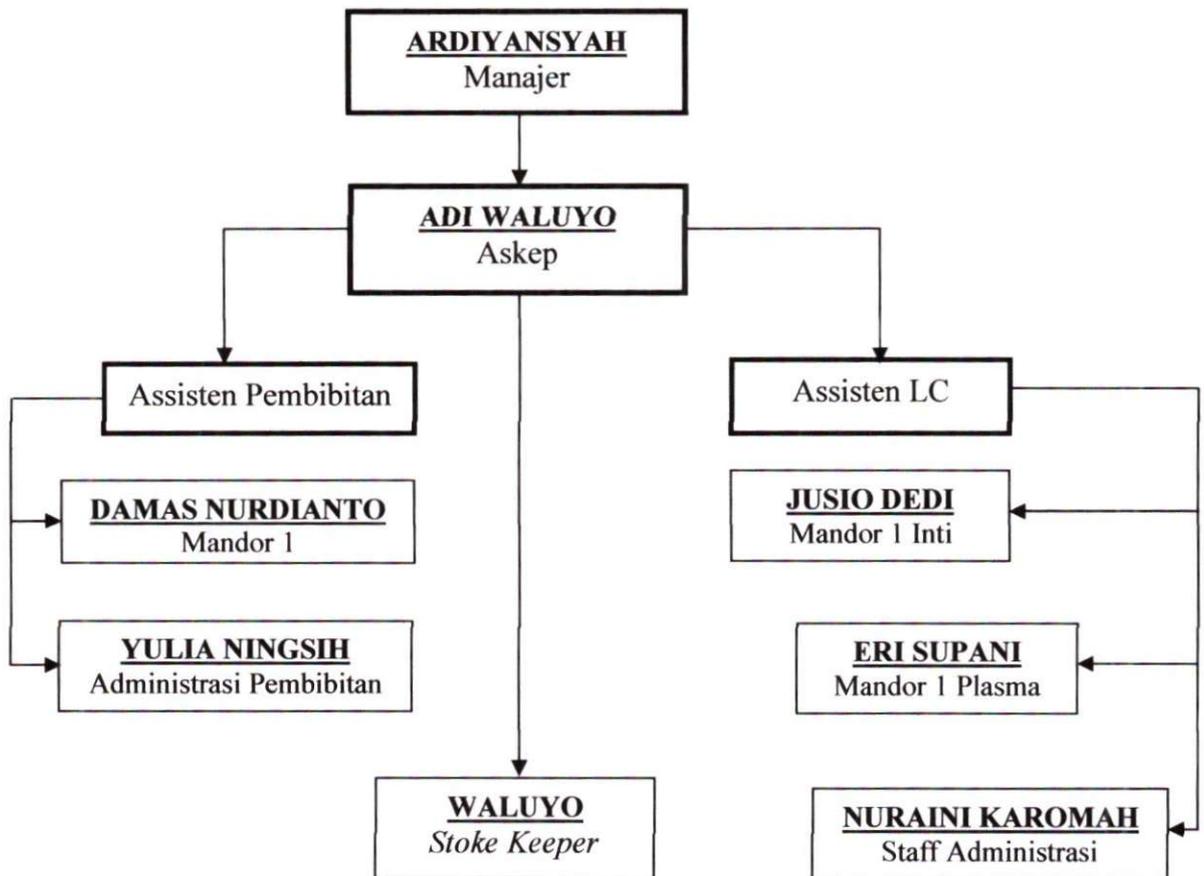
c. Pemberantasan Gulma Pada Tanaman Sawit.

Alat semprot yang umum dipakai adalah jenis *knapsack sprayer* dengan *nozzle polyjet* berwarna merah. Untuk menjamin agar semua tempat piringan tersemprot rata dengan herbisida, maka tekanan diatur konstan dengan kecepatan jalan orang menyemprot 2 Km/jam (15 detik/piringan).

Pengendalian gulma yang terlalu sering secara kimiawi mengakibatkan terjadinya suksesi atau perubahan populasi gulma yang dominan. Hal ini sekarang nampak jelas dikebun-kebun

5. Struktur organisasi dan Pembagian Tugas PT. Pratama Palm Abadi Prabumulih 1 Estate

Gambar IV. 1
Struktur Organisasi PT. PPA Prabumulih 1 Estate



Keterangan Job & Deskripsi:

- Manajer adalah orang yang mengordinasikan dan bertanggung jawab terhadap semua aktivitas perusahaan PT. Pratama Palm Abadi, Prabumulih 1 Estate.
- Askep adalah Asisten Perawatan kelapa sawit mulai dari bidang pembibitan benih sawit dan penanaman serta mengorganisasikan pemupukan kelapa sawit dan pemeliharaan.

- c. Asisten Pembibitan (Mandor 1) adalah bidang yang bertanggung jawab seluruh kegiatan pembibitan kelapa sawit atau pembenihan kelapa sawit merupakan salah satu tahapan dalam sistem silvikultur. Untuk menyediakan bibit yang berkualitas dalam jumlah yang memadai, sesuai dengan kebutuhan yang direncanakan, tata waktunya tepat dan bibitnya dapat beradaptasi dengan tapak atau kondisi setempat.
- d. Admin Pembibitan adalah bagian yang menyiapkan seluruh keperluan mulai dari pembukaan lahan bibit sampai dengan pengiriman bibit yang akan ditanam oleh divisi dalam kebun itu sendiri atau dikirim ke kebun lain.
- e. Asisten LC (Mandor 1 inti) adalah bagian yang bertanggung jawab seluruh penanaman kelapa sawit inti Milik perusahaan dikelola oleh perusahaan.
- f. Asisten LC (Mandor 1 Plasma) adalah bagian yang bertanggung jawab seluruh penanaman kelapa sawit untuk plasma, Milik masyarakat desa dan dikelola oleh perusahaan dengan cara pembagian hasil.
- g. Staff Administrasi adalah bagian yang bertanggung jawab seluruh keperluan penanaman kelapa sawit Inti dan Plasma.
- h. *Stoke Keeper* adalah bagian gudang yang bertanggung jawab terhadap stock pupuk dan keperluan lain dari pembibitan dan penanaman kelapa sawit. bagian yang bertanggungjawab menerima, menyimpan dan mendistribusikan seluruh keperluan perusahaan.

6. Data Hasil kuesioner.

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Prabumulih 1 Kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musi Rawas yang terdiri dari enam kampung yaitu kampung 1, kampung 2, kampung 3, Muara dua, Trans Lama dan Trans Baru. Dari 83 kuesioner yang disebar pada tanggal 19 Januari sampai 6 Februari 2014 semuanya dikembalikan oleh responden. Untuk sampel dalam penelitian ini diambil dari tingkatan masyarakat terdiri dari tingkatan SMA/SMK, Mahasiswa, PNS, Wiraswasta/Pedagang dan Petani/Buruh. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *proportionate random sampling* dengan pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam anggota populasi berdasarkan proporsi jumlah di masing-masing kelompok populasi.

Tabel IV. 1
Jumlah dan Persentase Populasi dianalisis

No	Responden	Jumlah Kuesioner	Data Tidak Kembali	Diolah
1	SMA/SMK	21	-	21
2	Mahasiswa	5	-	5
3	PNS	6	-	6
4	Wiraswasta/Pedagang	8	-	8
5	Petani/Buruh	43	-	43
Total		83	-	83

Sumber : Penulis 2014

Tabel IV. 2
Rekapitulasi Hasil Kuesioner

No	Kuesioner	Jumlah YA	Jumlah TIDAK	Total
1	2	3	4	6
1	Apakah anda mengenal PT. Pratama Palm Abadi?	68	15	83
2	Jika Ya, apakah anda tahu bahwa PT. Pratama Palm Abadi telah mengadakan kegiatan sosial?	52	16	68
3	Apakah anda pernah mengetahui tentang kegiatan sosial yang dilakukan PT. Pratama Palm Abadi untuk masyarakat, misalnya " Gotong Royong " untuk kegiatan rutin masyarakat Desa Prabumulih 1. Kec Muara Lakitan. Kab. Musi Rawas?	49	34	83
4	Apakah Tujuan Utama dari Tanggung jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>) adalah pemberdayaan masyarakat sekitar	36	47	83
5	Apakah CSR dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan?	39	44	83
6	Apakah Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu Keuntungan, lingkungan, dan masyarakat?	19	64	83
7	Apakah Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.	35	48	83
8	Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para pihak yang	22	61	83

	berkepentingan? Apakah sudah sesuai dengan program CSR PT. Pratama Palm Abadi?			
9	Apa yang dilakukan perusahaan terkait dengan pelaksanaan program CSR Tidak dianggap aksi pamer untuk menaikkan popoleritasnya demi kepentingan perusahaan. Bukan melakukan program untuk komunitas atau masyarakat dalam jangka panjang? Setujukah anda!	32	51	83
10	Sistem <i>Corporate Social Responsibility</i> (Kegiatan Sosial) Tidak Hanya dipandang oleh sekelompok masyarakat sebagai suatu sistem yang berjalan satu arah yang dilakukan oleh perusahaan demi mencapai suatu target utama? Setujukah anda!	23	60	83
11	CSR bukanlah merupakan bentuk sogokan kepada masyarakat? setujukah anda!	29	54	83
12	Pada Prakteknya, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>) Tidak hanya sebatas bentuk izin dari perusahaan kepada masyarakat yang sifatnya sementara atau jangka pendek?	30	53	83
13	Dari Kegiatan Sosial Perusahaan yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm Abadi. Apakah sudah berbasis Pemberdayaan Masyarakat?	18	65	83
14	Dari Kegiatan Sosial Perusahaan yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm Abadi. Apakah sudah berjalan sesuai dengan keinginan masyarakat yang menjadi jalan keluar permasalahan yang ada didesa Prabumulih 1?	21	62	83
15	Kegiatan Sosial yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm abadi, apakah anda sudah merasakan manfaatnya?	29	54	83
	Total	502	728	1.230

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014

B. Pembahasan.

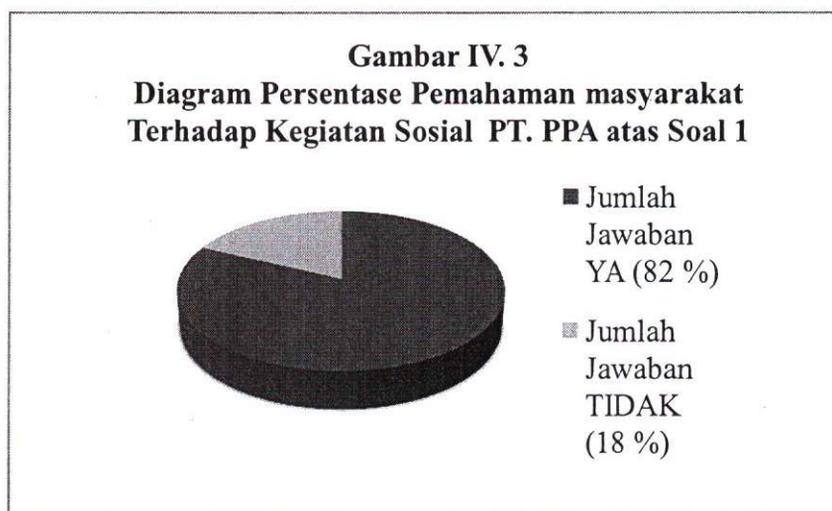
1. Variabel Pemahaman terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1) Apakah anda mengenal PT. Pratama Palm Abadi?

Tabel IV. 3
Pemahaman Masyarakat terhadap PT. PPA atas
Pernyataan Nomor 1

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	68	82
Jumlah Jawaban TIDAK	15	18
Total	83	100

Sumber : Pengolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014



Pada tabel IV. 3 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat sebanyak 68 orang atau 82% menyatakan YA, dan 15 orang atau 18 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah mengetahui keberadaan PT. Pratama Palm Abadi didesa Prabumulih 1.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. Masyarakat yang menyatakan YA. Yunsen; Sudah ada sosialisasi dari desa dan masyarakat sudah ada terlibat langsung

dengan aktivitas perusahaan seperti kerja di diperusahaan. Emansipasi; Ditandai dengan beraktifitasnya pembukaan lahan yang baru untuk menambah lahan yang sudah ada, dan saya sudah terlibat langsung dengan kegiatan tersebut. Eri Supani (Mandor 1 Plasma); Perusahaan sudah mulai melaksanakan sosialisasi dengan masyarakat melalui perangkat desa.

Penulis juga mendapatkan alasan dari Masyarakat yang menyatakan TIDAK. Madiun; Belum ada sosialisasi secara merata kepada masyarakat. Lubis; Tidak ada tindakan nyata yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan perusahaan, hanya kepada sebagian orang saja, dari alasan masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaan perusahaan didaerahnya, mereka meminta kepada Perangkat desa agar mensosialisasikan secara menyeluruh kepada masyarakat, dan kepada perusahaan harus ada tindakan nyata untuk mengenal perusahaan, tujuan perusahaan, manfaat untuk masyarakat dalam beroperasinya didaerah tersebut.

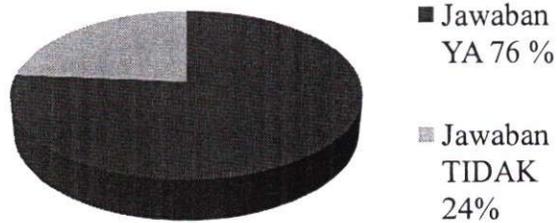
- 2) Jika Ya, apakah anda tahu bahwa PT. Pratama Palm Abadi telah mengadakan kegiatan sosial?

Tabel IV. 4
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 2

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	52	76
Jumlah Jawaban TIDAK	16	24
Total	68	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014

Gambar IV. 4
Diagram Persentase Pemahaman masyarakat
Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 2



Pada tabel IV. 4 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat sebanyak 52 orang atau 76% menyatakan YA dan 16 orang atau 24% menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah mengetahui kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. Masyarakat yang menyatakan YA. Darma Sundari, S.Pd I (KS SDN Trans Prabumulih 1); Sudah ada pembangunan yang lakukan oleh perusahaan ditandai dengan pembuatan lapangan bola voly di SDN Trans Prab 1. Halim (pengurus masjid); Perusahaan memberikan dana untuk pembangunan masjid baru ditrans lama.

Penulis juga mendapat alasan dari masyarakat yang menyatakan TIDAK. Rano; Belum mengerti apa kegiatan sosial perusahaan. M.Suyanto; Belum meratanya pembangunan pembangunan yang dilakukan oleh perusahaan.

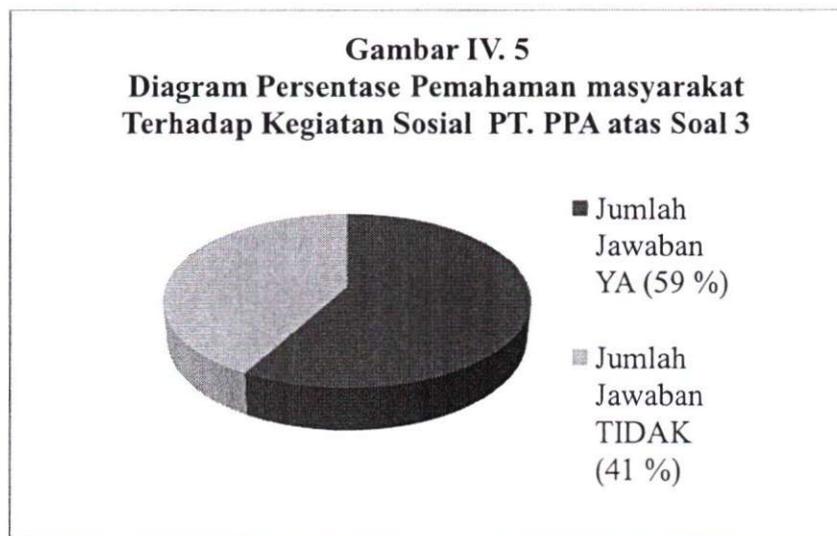
hanya dilakukan di trans lama dan trans baru. Saran masyarakat bahwa pembangunan harus dilakukan secara menyeluruh disetiap kampung/dusun.

- 3) Apakah anda pernah mengetahui tentang kegiatan sosial yang dilakukan PT. Pratama Palm Abdi untuk masyarakat, misalnya “**Gotong Royong**” untuk kegiatan rutin masyarakat Desa Prabumulih 1, Kecamatan Muara Lakitan, Kab Musi Rawas?

Tabel IV. 5
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 3

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	49	59
Jumlah Jawaban TIDAK	34	41
Total	83	100

Sumber : Pengolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014



Pada tabel IV. 5 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 49 Orang atau 59 % menyatakan YA dan 34 orang atau 41 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat

telah mengetahui kegiatan gotong royong secara rutin yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm Abadi, bersama-sama masyarakat desa untuk melaksanakan pembersihan dan pengerukan irigasi.

Gotong royong merupakan suatu istilah asli Indonesia yang berarti bekerja bersama-sama untuk mencapai suatu hasil yang didambakan (Wikipedia, 2013).

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat yang menyatakan YA. Dedi (mandor 1 Inti); Sudah ada tindakan perusahaan melaksanakan pengerukan irigasi untuk aliran air di trans baru. Trans lama dan muara dua yang dilakukan selama dua minggu. Putra; Saya terlibat langsung dengan kegiatan gotong royong untuk pengerukan irigasi tersebut.

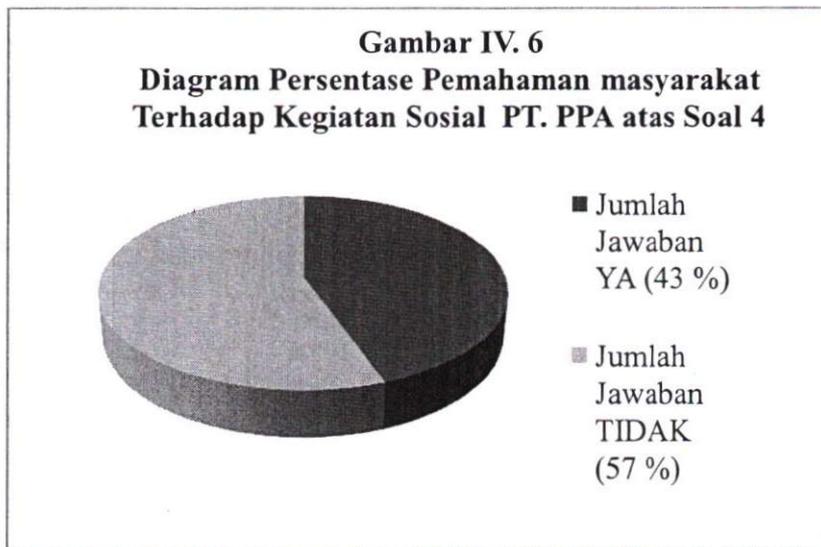
Penulis juga mendapatkan alasan dari Masyarakat yang menyatakan TIDAK. Sarifah; Tidak mengetahui kegiatan gotong royong yang dilakukan oleh perusahaan. Darudin; Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan hanya di Trans Lama, Trans Baru dan Muara dua hanya berfokus pada sebagian kecil desa Prabumulih 1. Saran masyarakat supaya kegiatan tersebut dilakukan langsung di 6 Kampung. Manfaatnya bisa dirasakan oleh masyarakat luas.

- 4) Apakah Tujuan Utama dari Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah pemberdayaan masyarakat sekitar?

Tabel IV. 6
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 4

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	36	43
Jumlah Jawaban TIDAK	47	57
Total	83	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014



Pada tabel IV. 6 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 36 Orang atau 43 % menyatakan YA dan 47 Orang atau 57 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya mengerti apa tujuan utama dari kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan untuk pemberdayaan masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat adalah proses pembangunan di mana masyarakat berinisiatif untuk memulai proses kegiatan sosial untuk memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri.

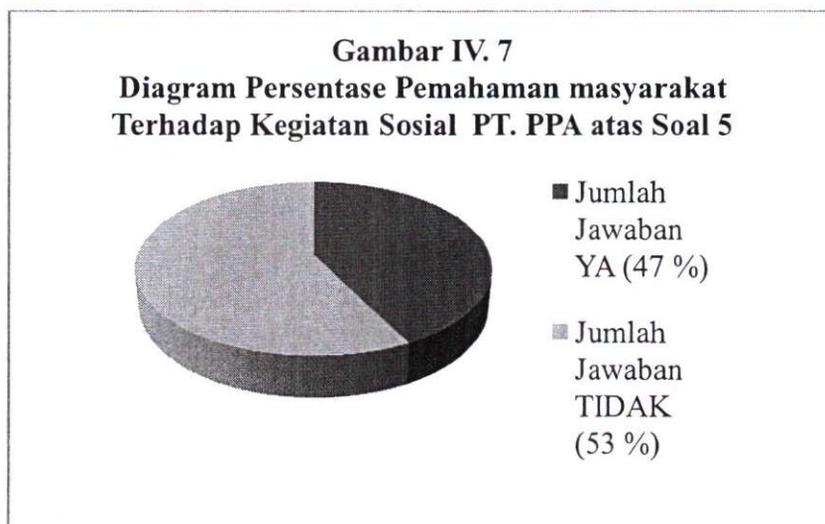
dilibatkan secara langsung, diberikan pengertian dan dilakukan pengawasan dari perusahaan.

- 5) Apakah CSR dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan?

Tabel IV. 7
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 5

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	39	47
Jumlah Jawaban TIDAK	44	53
Total	83	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014



Pada tabel IV. 7 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 39 Orang atau 47 % menyatakan YA dan 44 Orang atau 53 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum mengerti dan memahami akan kedudukan

CSR/ Kegiatan sosial sebagai bentuk interaksi dengan komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. Masyarakat yang menyatakan YA. Setiawan; CSR merupakan kebutuhan bagi perusahaan untuk berinteraksi langsung kepada masyarakat umum secara menyeluruh dan bisa mengetahui apa yang menjadi keinginan masyarakat. Lamedas (Ketua KUD); Karena masyarakat sudah sedikit mengerti akan keberadaan kegiatan sosial tersebut dilingkungan masyarakat. Jadi perusahaan diharapkan dapat berinteraksi dengan mudah untuk mengetahui keinginan dan memberikan informasi tentang perusahaan serta program perusahaan.

Penulis juga mendapatkan alasan dari Masyarakat menyatakan TIDAK. Hamem; Mengasumsikan kegiatan sosial sebagai bentuk interaksi yang sifatnya sementara hanya ingin menarik minat masyarakat dan bisa menguasai seluruh keuntungan yang akan didapatkan serta ada juga mengatakan tidak paham akan kegiatan interaksi berkelanjutan.

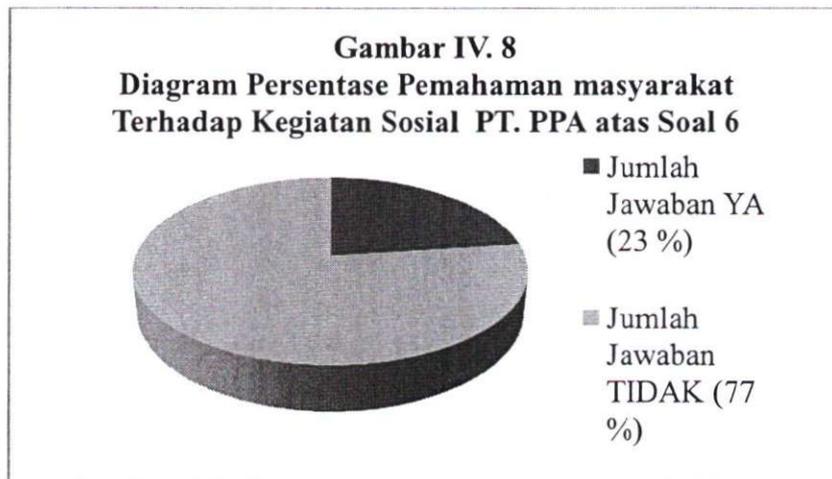
Keinginan dari pernyataan masyarakat tersebut bahwa masyarakat berharap bisa berinteraksi secara menyeluruh agar perusahaan bisa mengetahui kehendak dan keperluan dari masyarakat.

- 6) Apakah Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu Keuntungan, lingkungan, dan masyarakat?

Tabel IV. 8
Pengetahuan Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 6

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	19	23
Jumlah Jawaban TIDAK	64	77
Total	83	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014



Pada tabel IV.8 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 19 Orang atau 23 % menyatakan YA dan 64 Orang atau 77 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan masyarakat belum mengenal kegiatan sosial secara menyeluruh atau sering dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. masyarakat tidak begitu mengetahui apa yang melatar belakang diadakan kegiatan sosial untuk desa.

Masyarakat lebih menganggap kegiatan sosial tersebut bentuk perhatian sesaat.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat yang menyatakan YA. Marsya Jaya (Kades Prabumulih 1); Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu Keuntungan, lingkungan, dan masyarakat. Maksudnya perusahaan tidak hanya memikirkan keuntungan semata dalam melaksanakan aktivitas perusahaan. Tetapi perusahaan harus memperhatikan lingkungan sekitar yang telah dimanfaatkan untuk menjaga kebersihan serta masyarakat yang ada didaerah tersebut secara kontinyu. Serta kepala desa memberikan saran supaya perusahaan tersebut bisa mensejajarkan ketiga kepentingan itu serta masyarakat hendaknya ikut secara andil dalam hal itu.

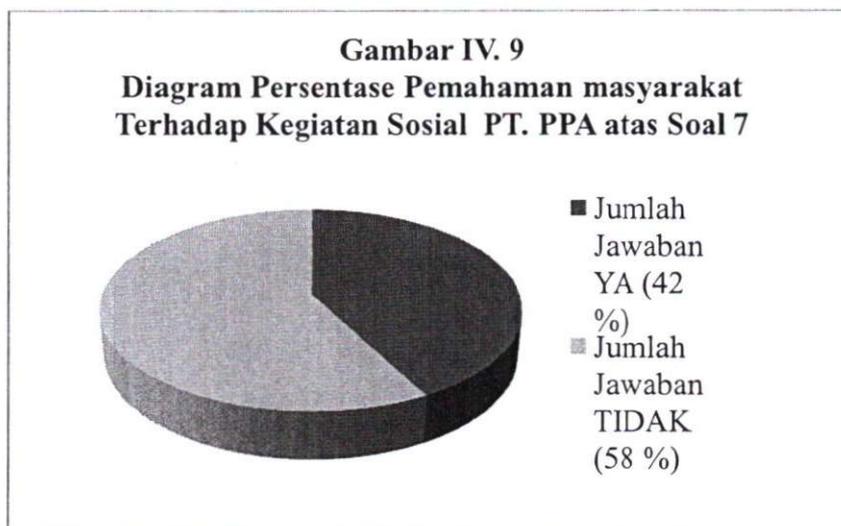
Penulis juga mendapatkan alasan dari Masyarakat yang menyatakan TIDAK. Andi; Hanya menganggap bahwa tujuan perusahaan berada didaerahnya hanya mencari keuntungan sebesar-besarnya dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan hanya sebatas penarik minat sesaat, ada juga yang belum mengetahui apa kegiatan sosial tersebut. Apa tujuan untuk diadakannya.

7) Apakah Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Tabel IV. 9
Pengetahuan Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 7

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	35	42
Jumlah Jawaban TIDAK	48	58
Total	83	100

Sumber : Pengolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014



Pada tabel IV. 9 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 35 Orang atau 42 % menyatakan YA dan 48 Orang atau 58 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan respon dan pemahaman masyarakat belum merata akan keutamaan kegiatan sosial yaitu turut memberikan kontribusi bagi peningkatan

kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat yang menyatakan YA. Mereka beranggapan bahwa sudah sepantasnya perusahaan dalam melakukan aktivitasnya yang rutin. Perusahaan juga memperhatikan lingkungannya serta turut andil memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Junaidi; Pengangguran didesa prabumulih 1, mulai teratasi semenjak adanya perusahaan Palm Abadi yang membutuh karyawan. Seperti Syarnubi, S.Pd (KS SDN 1 Prabumulih1); Dengan diadakan kegiatan sosial secara terus menerus maka kelanggengan akan tetap terjalin. Penulis juga mewawancara Ardiansyah (Manajer PT. Pratama Palm Abadi *estate* Prabumulih 1); kami selaku pihak perusahaan akan berusaha bagaimana kegiatan sosial yang ada, yang sudah menjadi program kami bisa berjalan dengan lancar sesuai dengan keinginan masyarakat. Hal inilah yang menjadi nilai moral dari perusahaan sebagai pertanggung jawaban perusahaan kepada masyarakat, ke depan kekurangan yang ada dalam kegiatan ini harus kami evaluasi sesuai dengan keinginan-keinginan dan saran dari masyarakat.

Penulis juga mendapatkan alasan dari Masyarakat yang menyatakan TIDAK. Alasan Mereka belum begitu paham akan kegiatan sosial perusahaan. Disamping itu Juga masyarakat masih mempunyai stikma pemahaman yang tradisional yang masih belum bisa menerima dengan masuknya organisasi luar kedaerah mereka. Seperti Ghopur; Belum mengerti apa bentuk dari kontribusi kegiatan sosial jangka panjang. Umro; Tidak ada kontribusi jangka panjang. Melainkan Apabila perusahaan sudah mendapatkan hasil yang diinginkan maka selesai juga kontribusi perusahaan.

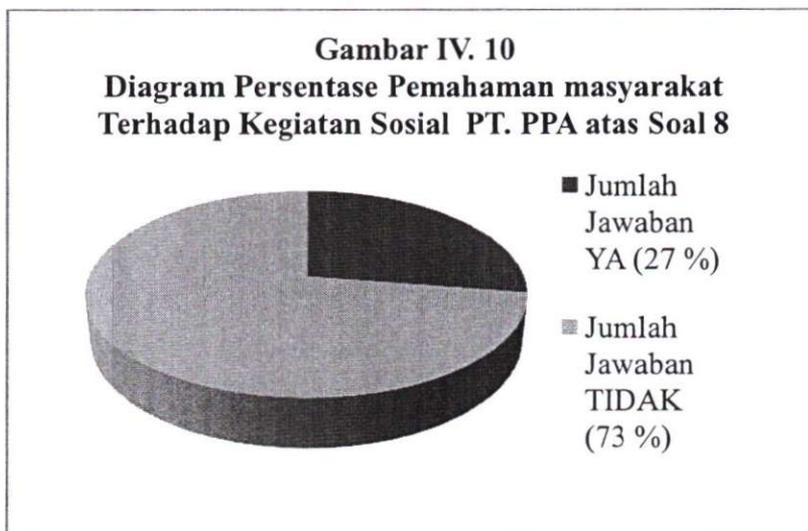
Pernyataan-pernyataan diatas bahwa masyarakat menginginkan kerja sama yang langsung. Atau nyata serta terorganisasi secara legal dalam satu bentuk organisasi, dan melakukan kerja sama dan pengawasan secara bersama-sama antara perusahaan dan masyarakat.

- 8) Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para pihak yang berkepentingan? Apakah sudah sesuai dengan program CSR PT. Pratama Palm Abadi?

Tabel IV. 10
Pengetahuan Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 8

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	22	27
Jumlah Jawaban TIDAK	61	73
Total	83	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014



Pada tabel IV. 10 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 22 Orang atau 27 % menyatakan YA dan 61 Orang atau 73 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum memahami akan komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para pihak yang berkepentingan.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat menyatakan YA. Mereka beralasan bahwa kegiatan sosial yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm Abadi, sudah sesuai dengan keinginan masyarakat dan dalam

proses pembenahan untuk mencapai apa yang diinginkan oleh masyarakat. Sehingga bisa terjalin kerja sama selain di aktivitas rutin tetapi juga di bidang lainnya seperti kegiatan rutin masyarakat. Seperti Sarfik; Untuk terlaksananya komitmen perusahaan secara berkelanjutan maka didalam kegiatan itu hendanya prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan harus dilaksanakan untuk sebuah keseimbangan berbagai pemangku kepentingan.

Penulis juga mendapatkan alasan dari Masyarakat yang menyatakan TIDAK. Mereka beralasan belum ada sosialisasi secara merata dan hanya kepada orang-orang tertentu saja. Serta kegiatan tersebut tidak ada manfaatnya untuk dirinya. Ada hal yang lebih penting lagi yang lebih dari hal itu, dan hanya berfokus kepada orang yang hanya menggantungkan kehidupan kepada PT. Pratama Palm Abadi. Seperti Madiun; Kurang memahami untuk hal itu. Seperti Heriyanto; Kami dilatar belakangi pendidikan yang kurang jadi untuk hal seperti itu kami belum mengerti, dan juga belum ada sosialisasi secara merata baik dari perusahaan maupun pemerintah desa untuk menjelaskan. Darmadi; Kurangnya pemahaman masyarakat dikarenakan tidak ada sosialisasi.

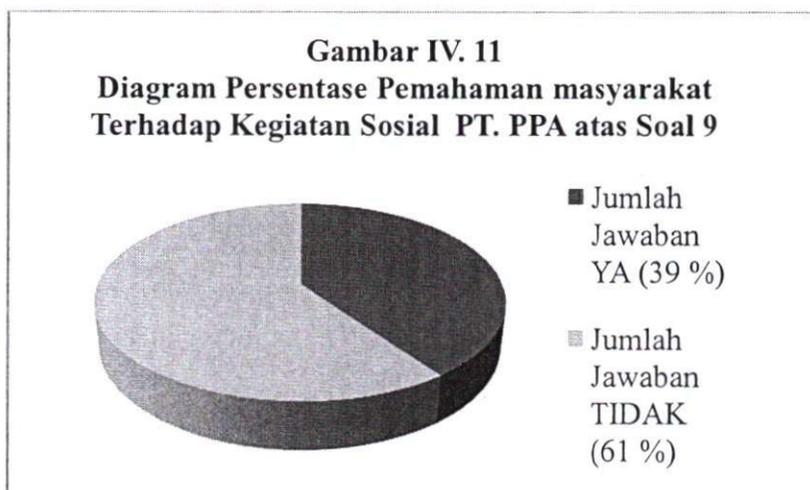
Pernyataan-pernyataan diatas bahwa masyarakat menyarankan hendaknya perusahaan melakukan sosialisasi untuk menjelaskan prinsip ekonomi untuk sebuah keseimbangan sosial lingkungan untuk beragam kepentingan.

- 9) Apa yang dilakukan perusahaan terkait dengan pelaksanaan program CSR Tidak dianggap aksi pamer untuk menaikkan popoleritasnya demi kepentingan perusahaan. Bukan melakukan program untuk komunitas atau masyarakat dalam jangka panjang? Setujukah anda!

Tabel IV. 11
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 9

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	32	39
Jumlah Jawaban TIDAK	51	61
Total	83	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014



Pada tabel IV. 11 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 32 Orang atau 39 % menyatakan YA dan 51 Orang

atau 61 % menyatakan TIDAK. Hal ini telah menunjukkan bahwa masyarakat belum memahami dan merespon dengan baik atas kegiatan sosial yang ada. Masyarakat hanya merespon kegiatan sosial perusahaan hanya dalam bentuk aksi pameran dan pencitraan bukan melakukan program untuk komunitas atau masyarakat dalam jangka panjang.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat yang menyatakan YA. Mereka beralasan bahwa kegiatan sosial perusahaan/*Corporate Social Responsibility* bukan lagi sebatas aksi pameran atau sebatas pencitraan dari perusahaan. Karena perusahaan yang baik adalah perusahaan melakukan program untuk komunitas atau masyarakat dalam jangka panjang. Seperti Yusniar (Sekdes Desa Prabumulih 1); Kegiatan sosial perusahaan yang ada di Desa Prabumulih 1 bukan lagi sebatas aksi pencitraan, lebih dari itu perusahaan sudah menjalankan program CSR yang sudah ada, masyarakat desa belum bisa menilai dengan baik akan hal itu. Dikarenakan cara penyampaian perusahaan kepada masyarakat terlalu fokus pada materi. Bukan bagaimana caranya materi ini bisa diterima dengan mudah dan baik oleh masyarakat. sekdes juga memberikan saran supaya perusahaan memberikan pengertian secara terus menerus.

Penulis juga mendapatkan alasan dari Masyarakat yang menyatakan TIDAK. Beralasan bahwa kegiatan ini merupakan kegiatan pencitraan dan hanya untuk mencari popularitas yang baik dari masyarakat semata, dan lebih dari itu tidak ada manfaatnya. Ada juga masyarakat tidak memahami dari kegiatan sosial. Seperti Gandhi; Program ini semata-mata untuk pencitraan perusahaan. Hendra; Belum ada manfaatnya hanya sebatas tindakan. Mistri Yuliani; Kurang paham.

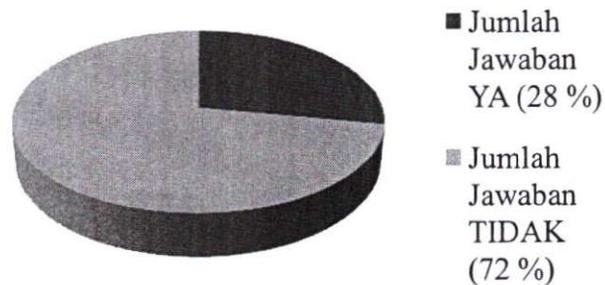
- 10) Sistem *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan). Tidak Hanya dipandang oleh sekelompok masyarakat sebagai suatu sistem yang berjalan satu arah yang dilakukan oleh perusahaan demi mencapai suatu target utama? Setujukah anda!

Tabel IV. 12
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 10

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	23	28
Jumlah Jawaban TIDAK	60	72
Total	83	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014

Gambar IV. 12
Diagram Persentase Pemahaman masyarakat
Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 10



Pada tabel IV. 10 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 23 Orang atau 28 % menyatakan YA dan 60 Orang atau 72 % menyatakan TIDAK. Hal ini telah menunjukkan bahwa masyarakat dalam menyikapi kegiatan sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*) hanya sebatas kegiatan yang dilakukan satu arah dan hanya mempunyai manfaat untuk pihak perusahaan saja. Dalam keinginan perusahaan untuk mencapai target utamanya, yaitu memanfaatkan semua hasil yang disediakan.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat yang menyatakan YA. Memberikan alasan bahwa suatu kegiatan tidak bisa berjalan sesuai dengan apa yang inginkan bersama-sama melainkan dua belah pihak bisa bekerja sama. Seperti Seperti hendra Setiawan; Program ini merupakan program bagus. Hendaknya kedua belah pihak bisa kerja sama. Penulis juga mewawancarai. Eri supani (Mandor 1

Plasma); Hendaknya masyarakat dan perusahaan bekerja sama dan bermusyawarah untuk tercapainya tujuan.

Penulis juga mendapatkan alasan dari Masyarakat yang menyatakan TIDAK. Mereka beralasan bahwa kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan merupakan kegiatan perusahaan yang hanya sebatas alat perusahaan untuk memperlancar kegiatannya. Seperti Verawati; Untuk memajukan perusahaan saja. Sulis; Pihak perusahaan perlu transparan.

Masyarakat memberikan saran supaya perusahaan mampu menjelaskan kegunaan dari kegiatan tersebut, supaya masyarakat bisa menerima dengan baik. Tanpa ada interprensi dari pihak lain, supaya asumsi baik yang timbul dari masyarakat kepada perusahaan.

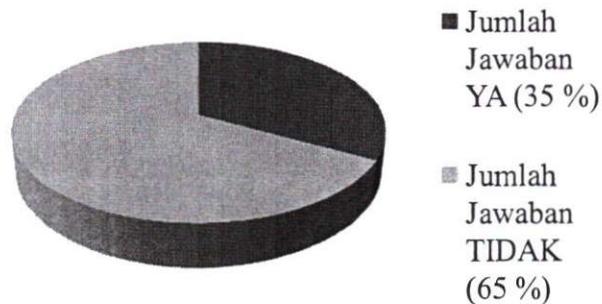
- 11) CSR bukanlah merupakan bentuk sogokan kepada masyarakat? setujuakah anda!

Tabel IV. 13
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 11

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	29	35
Jumlah Jawaban TIDAK	54	65
Total	83	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014

Gambar IV. 13
Diagram Persentase Pemahaman masyarakat
Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 11



Pada Tabel IV. 13 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 29 Orang atau 35 % menyatakan YA dan 54 Orang atau 65 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat desa parbumulih 1 masih mendefinikan kegiatan sosial perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan hanya sebatas sogokan nyata kepada masyarakat. Masyarakat belum bisa memahami bahwa CSR merupakan kegiatan pemberdayaan.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat yang menyatakan YA. Mereka beralasan bahwa CSR merupakan bentuk kepedulian perusahaan kepada lingkungan khususnya kepada masyarakat, dan masyarakat diharapkan tidak menilaikan bahwa kegiatan sosial merupakan bentuk pembodohan kepada masyarakat.

Penulis juga mendapatkan alasan dari masyarakat yang menyatakan TIDAK. Mereka beralasan bahwa CSR merupakan jalan satu-satunya untuk mendekati masyarakat dan bisa diterima

oleh masyarakat. seperti Adam; CSR merupakan Sogokan nyata kepada masyarakat yang kurang berpendidikan. Hamem; Bentuk inteprensi dari perusahaan kepada masyarakat. Hasnah; Di satu sisi CSR merupakan jalan instan untuk mrncapai tujuan dengan pengorbanan yang sedikit dan mendapatkan yang lebih, disatu sisi juga kegiatan sosial ini merupakan program pendukung kinerja desa melalui pemberdayaan masyarakat.

Hasil pernyataan-pernyataan diatas perusahaan diharapkan perusahaan bisa mempengaruhi pandangan masyarakat dengan cara melaksanakan seluruh kegiatan sosial secara berkepanjangan. Menerima masukan serta evaluasi terhadap kinerja-kinerja yang belum sesuai dipandangan masyarakat.

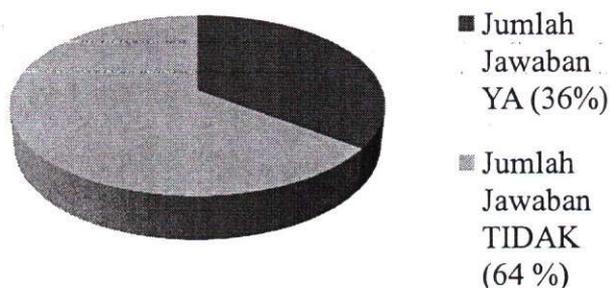
- 12) Pada Prakteknya, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Tidak hanya sebatas bentuk izin dari perusahaan kepada masyarakat yang sifatnya sementara atau jangka pendek?

Tabel IV. 14
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 12

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	30	36
Jumlah Jawaban TIDAK	53	64
Total	83	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014

Gambar IV. 14
Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 12



Pada tabel IV. 14 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 30 Orang atau 36 % menyatakan YA dan 53 Orang atau 64 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat desa Prabumulih 1, masih menilai bahwa kegiatan sosial perusahaan hanya bentuk kerjasama secara jangka pendek. Selain itu masyarakat masih belum mengerti apa itu kegiatan sosial.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat yang menyatakan YA. Mereka beralasan bahwa CSR bukan merupakan kerja sama yang jangka pendek dan bentuk izin perusahaan melainkan lebih dari itu CSR merupakan jalan keluar dari permasalahan yang ada. Penulis juga mewawancarai Adi Waluyo (Asisten Perkebunan); CSR pada awalnya merupakan suatu kebutuhan perusahaan untuk bisa berinteraksi secara mudah kepada masyarakat, agar keinginan perusahaan bisa terpenuhi, tetapi setelah berjalannya waktu

perusahaan mempunyai satu beban moral kepada masyarakat yang harus dilaksanakan yaitu pemberdayaan masyarakat jangka panjang dan terorganisasi. Oleh karena itu perusahaan tidak bisa melaksanakan sendirian tanpa partisipasi dari masyarakat.

Penulis juga mendapat alasan dari masyarakat yang menyatakan TIDAK. Haris; Karena pihak perusahaan tidak mungkin tanggung jawab sosial selamanya sebab perusahaan mempunyai batas waktu. Inak; tidak paham. Abasro; Bentuk pengaruh simpati kepada masyarakat. farid; perusahaan melaksanakan kegiatan tersebut hanya memenuhi tuntutan dari peraturan yang ada.

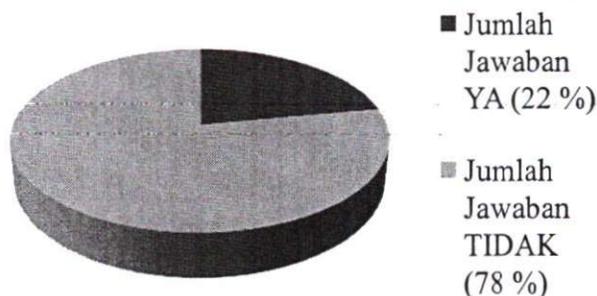
- 13) Dari kegiatan Sosial Perusahaan yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm Abadi. Apakah sudah berbasis pemberdayaan masyarakat?

Tabel IV. 15
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 13

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	18	22
Jumlah Jawaban TIDAK	65	78
Total	83	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014

Gambar IV. 15
Diagram Persentase Pemahaman masyarakat
Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 13



Pada tabel IV. 15 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 18 Orang atau 22 % menyatakan YA dan 65 Orang atau 78 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjuk bahwa masyarakat belum memahmi dan mengetahui bahwa tujuan dari kegiatan sosial perusahaan adalah pemberdayaan masyarakat sekitar.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat yang menyatakan YA. Beralasan bahwa PT Pratama Palm Abadi, sudah berusaha menjalankan dan berusaha untuk melaksanakan pemberdayaan masyarakat sekitar. Seperti Ardiyansyah (Manajer PT. PPA); Dengan ditandai penerimaan karyawan lokal, pembangunan sarana olahraga, irigasi pengaliran air, beasiswa kepada siswa yang berprestasi tetapi kurang mampu, itu semua bentuk pemberdayaan kepada masyarakat.

Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berfikir, bertindak, dan mengendalikan apa yang mereka lakukan tersebut, untuk mencapai kemandirian masyarakat diperlukan sebuah proses. Melalui proses belajar maka secara bertahap masyarakat akan memperoleh kemampuan atau daya dari waktu ke waktu (Only, 2013)

Penulis juga mendapatkan alasan dari masyarakat yang menyatakan TIDAK. mereka beralasan kegiatan ini belum tersentuh secara merata kepada masyarakat. dan hanya sebatas orang-orang tertentu. Seperti yanto; Belum dilaksanakan secara merata, hanya dilakukan didaerah trans lama, baru dan muara dua. Madiun; hanya dilakukan kepada orang yang mempunyai kepentingan kepada perusahaan. Jhon; Belum ada manfaat nyata yang bisa dirasakan oleh masyarakat.

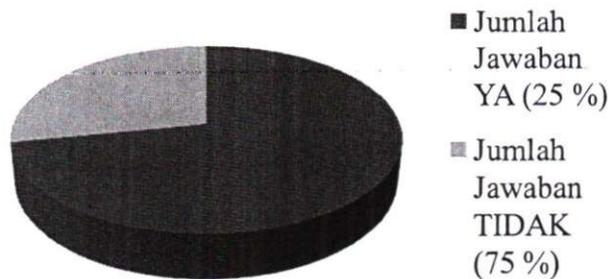
- 14) Dari Kegiatan Sosial Perusahaan yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm Abadi. Apakah sudah berjalan sesuai dengan keinginan masyarakat yang menjadi jalan keluar permasalahan yang ada didesa Prabumulih 1?

Tabel IV. 16
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 14

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	21	25
Jumlah Jawaban TIDAK	62	75
Total	83	100

Sumber : Pengolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014

Gambar IV. 16
Diagram Persentase Pemahaman masyarakat
Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA atas Soal 14



Pada tabel IV. 16 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 21 Orang atau 25 % menyatakan YA dan 62 Orang atau 75 % menyatakan TIDAK. Hal ini sudah menunjukkan bahwa masyarakat belum merasakan secara merata apa yang telah dilakukan oleh perusahaan. Apa yang dilakukan oleh perusahaan belum berjalan sesuai dengan keinginan masyarakat yang menjadi jalan keluar permasalahan yang ada didesa Prabumulih 1.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. Masyarakat yang menyatakan YA. Beralasan mereka sudah merasakan apa manfaat dari kegiatan sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan. Seperti Dewi; Sudah merasakan manfaatnya, masyarakat trans lama sudah bisa menggunakan air sebagai kegiatan sehari-hari. Khofifah; Masyarakat Trans sudah menggunakan serana olahraga yang ada.

Penulis juga mendapat alasan dari masyarakat yang menyatakan TIDAK, bahwa kegiatan sosial yang ada belum berjalan secara merata hanya dinikmati oleh pihak-pihak tertentu saja. Dan belum ada sosialisasi dari perusahaan (hanya sebatas Tindakan). Seperti; Haniyah; belum bisa merasakan manfaatnya. Nur; masih dilaksanakan pada tiga kampung saja. Yusni; masih sebatas rencana.

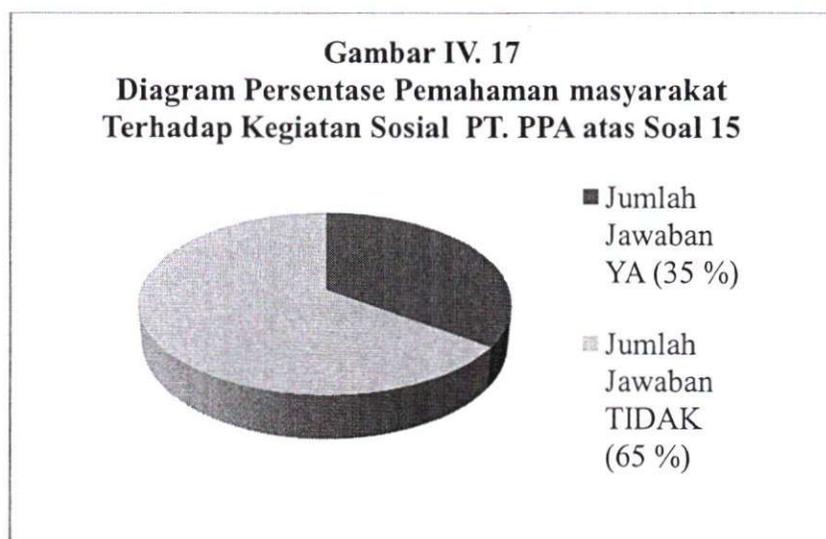
Keinginan masyarakat agar pembangunan bisa merata, dan dilaksanakan secara cepat bukan hanya sebatas rencana.

- 15) Kegiatan Sosial yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm abadi, apakah anda sudah merasakan manfaatnya?

Tabel IV. 17
Pemahaman Masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT. PPA
atas Pernyataan Nomor 15

Keterangan	Masyarakat	%
Jumlah Jawaban YA	29	35
Jumlah Jawaban TIDAK	54	65
Total	83	100

Sumber : Pengelolahan hasil Kuesioner Oleh Penulis 2014



Pada tabel IV. 17 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 29 Orang atau 35 % menyatakan YA dan 54 Orang atau 65 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum merasakan manfaatnya.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat menyatakan YA. Bahwa sudah merasakan manfaatnya seperti aliran drainase air, menggunakan Fasilitas peribadatan dengan adanya masjid baru. Serta ada program Plasma. Dedi; Perbaikan jalan penghubung kampung 1 dengan trans lama, muara dua serta trans baru.

Penulis mendapatkan alasan dari masyarakat yang menyatakan TIDAK. Zainab; Belum ada manfaatnya. Perusahaan diharapkan bisa melakukan pemerataan kegiatan pembangunan. Bukan hanya dilakukan di beberapa kampung, tetapi di semua kampung.

Hasil dari penelitian ini bahwa masyarakat belum memahami secara menyeluruh atas kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dikarenakan kurangnya sosialisasi secara rutin kepada masyarakat serta pola pikir masyarakat yang belum bisa menerima perusahaan beroperasi daerah tersebut sehingga pandangan masyarakat belum menunjukkan tingkat pemahaman yang diinginkan untuk memaknai dan menjelaskan apa kegiatan sosial perusahaan.

Pada tabel IV. 17 dapat dilihat secara garis besar bahwa masyarakat 29 Orang atau 35 % menyatakan YA dan 54 Orang atau 65 % menyatakan TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum merasakan manfaatnya.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada masyarakat. masyarakat menyatakan YA. Bahwa sudah merasakan manfaatnya seperti aliran drainase air, menggunakan Fasilitas peribadatan dengan adanya masjid baru. Serta ada program Plasma. Dedi; Perbaikan jalan penghubung kampung 1 dengan trans lama, muara dua serta trans baru.

Penulis mendapatkan alasan dari masyarakat yang menyatakan TIDAK. Zainab; Belum ada manfaatnya. Perusahaan diharapkan bisa melakukan pemerataan kegiatan pembangunan. Bukan hanya dilakukan di beberapa kampung, tetapi di semua kampung.

Hasil dari penelitian ini bahwa masyarakat belum memahami secara menyeluruh atas kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dikarenakan kurangnya sosialisasi secara rutin kepada masyarakat serta pola pikir masyarakat yang belum bisa menerima perusahaan beroperasi daerah tersebut sehingga pandangan masyarakat belum menunjukkan tingkat pemahaman yang diinginkan untuk memaknai dan menjelaskan apa kegiatan sosial perusahaan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh penulis tentang Pemahaman masyarakat Desa Prabumulih 1, Kecamatan Muara Lakitan, Kabupaten Musi Rawas terhadap *Corporate Social Responsibility* PT. Pratama Palm Abadi. Yang diwakili oleh responden SMA/SMK, Mahasiswa, PNS, Wiraswata/Pedagang dan petani/ buruh. Menerangkan 502 atau 40% menyatakan Paham, 728 atau 60% menyatakan Tidak Paham. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum memahami tujuan dan kedudukan dari kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat/ Tanggung jawab sosial perusahaan. Masyarakat masih menilai bahwa kegiatan sosial masih sebatas program perusahaan yang sifatnya pencitraan untuk jangka pendek. Seperti ikut serta dalam kegiatan gotong royong, pembangunan. baik pembangunan masjid dan pembangunan sarana olahraga, Irigasi, Beasiswa, dan kegiatan hari besar islam serta pemberdayaan masyarakat dengan mengutamakan penduduk sekitar untuk menjadi karyawan.

Semua kegiatan itu hanya dianggap oleh masyarakat sebagai bentuk izin sementara yang sifatnya hanya berlangsung jangka pendek. Dan merupakan sarana perusahaan untuk interaksi secara langsung atau interaksi komunitas lokal yang sifatnya tidak berlangsung secara lama

Dan hanya memfokuskan kepada profit atau kelancaran usaha. Tidak memikirkan lingkungan dan masyarakat untuk jangka panjang.

Sebagian kecil masyarakat sudah memahami apa tujuan dari kegiatan sosial tersebut serta tingginya tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan sebagian besar masyarakat pada kenyataannya mereka cenderung tidak bisa menerima kegiatan sosial perusahaan atau memahami tujuan diadakan kegiatan tersebut sebagai pemberdayaan masyarakat sekitar serta belum meratanya sosialisasi dari perusahaan terhadap kegiatan tersebut.

Masyarakat masih mempunyai pemikiran yang cenderung mudah diinterpretasi oleh orang lain sehingga tidak berpikir bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab yang dilaksanakan oleh perusahaan sebagaimana telah diatur didalam undang-undang.

B. SARAN

Kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis memberikan saran kepada:

1. Bagi Perusahaan

Agar sedianya perusahaan lebih meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dengan kegiatan sosial yang berkesinambungan yang terorganisasi. Agar manfaatnya bisa dirasakan oleh masyarakat banyak, dalam memajukan kegiatan ini masyarakat hendaknya dilibatkan secara langsung diberikan pengertian dan pengawasan:

- a. Perusahaan Hendaknya harus melakukan sosialisasi secara merata kepada masyarakat tentang adanya kegiatan sosial yang akan dilakukan. Serta menjelaskan tujuan diadakan kegiatan tersebut.
 - b. Perusahaan hendaknya harus menjelaskan apa itu pemberdayaan masyarakat sekitar secara jangka panjang.
 - c. Perusahaan hendaknya melakukan pembangunan dimasyarakat secara merata agar tidak muncul konflik kecil dari masyarakat kepada perusahaan.
 - d. Perusahaan harus melakukan evaluasi dari kegiatan yang telah dilakukan kepada masyarakat mendengarkan kendala, masukan dan keinginan dari masyarakat agar kedepan masyarakat bisa merasakan manfaat dari kegiatan tersebut. Dan hendaknya masyarakat dilibatkan secara langsung untuk bekerja sama.
2. Bagi masyarakat.
- Agar sedianya masyarakat bisa menerima dengan tangan terbuka dengan adanya perusahaan tersebut untuk beroperasi daerahnya. Serta masyarakat bisa menilai positif dari kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat untuk sebuah pemberdayaan secara jangka panjang.
3. Bagi Penulis yang akan datang.
- Agar sedianya Penulis kedepan bisa meneliti bagaimana pelaksanaan dan pelaporan keuangan untuk *Corporate Social Responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M, Z. 2011. *Depenisi pemahaman menurut para ahli* (online). (www.masbied.com/2011/09/02/Depenisi-Pemahaman-menurut-para-ahli, diakses 18 November 2013. Jam 13.00 WIB)
- Enjang Pera Irawan, 2012. Program *corporate social responsibility* berbasis Pemberdayaan masyarakat PT. PLN DJBB. Universitas Padjadjaran. Bandung
- Fajri. E & Senja. R, 2008. *Kamus lengkap Bahasa Indonesia*, Penerbit Difa Publisher. Jakarta
- Hendrawan, S. 2011. *Koki skripsi*, Penerbit Araska, yogyakarta
- Hasan, I. 2009. *Pokok-pokok materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Penerbit Askara. Jakarta
- Kholifah, 2013. *Metodelogi Penelitian* (online),(Kholifahlik.blogspot.com/p/depenisi-operasional-variabel.html, diakses 25 November 2013, jam 1930 WIB)
- Muhadjir & Gita.FQ, 2011. *Pengaruh penerapan Corporate Social Responsibility terhadap persepsi Nasabah Bank dan dampaknya terhadap Corporate Image* (Penelitian pada Balai besar riset sosial ekonomi kelautan dan perikanan). Universitas Bina Nusantara.
- Mudrajat, 2009. *Metode riset untuk bisni &ekonomi*, Penerbit erlangga. Jakarta
- Nahar, A. 2012. *Analisis praktek Corporate social responsibility perusahaan furniture kab Japara*, STIE Nahdatul Ulama. Jepara
- Nasrullah, 2013. *Struktur masyarakat indonesia*. Penerbit Elangga. Jakarta
- Ridwan, 2013. *Pengukuran variabel-variabel penelitian*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Only, 2013. *Pemberdayaan Masyarakat* (Online).(blogspot.com/2013/02/Pemberdayaan_masyarakat.html. Diakses 26 Februari 2013 Jam 01.20 WIB)

- Ridwan, M. 2013. *Ilmu dan informasi* (online). (<http://walangkopo99/blogs.Pot.com/2013/03/pengertian-motivasi.html?m=1>, diakses 24 november 2013, jam 22.00 WIB)
- Rudito, B & Famiola, M . 2013. *Corporate social responsibility*, Penerbit Rekayasa sains. Bandung
- Sugiono. 2009. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Wikipedia, 2013. *Konflik* (Online), (id.wikipedia.org/wiki/konflik#Defenisi_konflik, Diakses 7 Desember 2013, jam 22.10 WIB)
- Wikipedia, 2013. *Gotong royong* (Online). (id.wikipedia.org/wiki/gotong_royong). Diakses 25 Februari 2014, jam 10.15 WIB)
- Wikipedia, 2013. *Penberdayaan masyarakat* (Online).(id.wikipedia.org/wiki/Pemberdayaan_masyarakat). Diakses 25 Februari 2014, jam 11.00 WIB)
- Zulkifli. 2011. *Pemberdayaan masyarakat melalui corporate social responsibility PT. Indocoment tunggal perkasa. Tbk*. Skripsi tidak diterbitkan, Jakarta: program study muamalat, Universitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Jurnal :

- Muhadjir dan Qurani Fitri. “*pengaruh Penerapan corporate social responsibility terhadap persepsi nasabah bank dan dampaknya terhadap corporate image*” , jurnal the Winners, Vol 12. No 2. September 2011:180-195.
- Irawan Pera. E, “*program corporate social responsibility berbasis pemberdayaan masyarakat*”, Jurnal, <http://www.fiqhislam.com/index.php?option=com>. diakses tanggal 26 juni 2012
- Hasan Sleemat Rhamadani, 2011. *Studi Sosial Ekonomi dan persepsi masyarakat terhadap Corporate Social Responsibility perusahaan hutan tanam industri PT. Nityasa Idola di kalimantan Barat*. Jurnal, <http://www.fiqhislam.com/index.php?option=com>. Universitas Pertanian Bogor. Diakses tanggal 11 april 2013

II. Berikan Tanda (X) Pada pilihan jawaban yang tersedia beserta alasan. Yang sesuai dengan Pilihan anda dengan jawaban (ya) atau (tidak).

Soal - Soal:

1. Apakah anda mengenal PT. Pratama Palm Abadi?
a. Ya b. Tidak

2. Jika Ya, apakah anda tahu bahwa PT. Pratama Palm Abadi telah mengadakan kegiatan sosial?
a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

3. Apakah anda pernah mengetahui tentang kegiatan sosial yang dilakukan PT. Pratama Palm Abdi untuk masyarakat, misalnya **“Gotong Royong”** Untuk kegiatan rutin masyarakat desa Prabumulih 1. Kecamatan Muara Lakitan. Kabupaten Musi Rawas ?
a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

4. Apakah Tujuan Utama dari Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah pemberdayaan masyarakat sekitar?
a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

5. Apakah CSR dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan?

- a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

6. Apakah Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu Keuntungan, lingkungan, dan masyarakat?

- a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

7. Apakah Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

- a. Ya B. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

8. Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para pihak yang berkepentingan? Apakah sudah sesuai dengan program CSR PT. Pratama Palm Abadi?

- a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

9. Apa yang dilakukan perusahaan terkait dengan pelaksanaan program CSR Tidak dianggap aksi pamer untuk menaikkan popoleritasnya demi kepentingan perusahaan. Bukan melakukan program untuk komunitas atau masyarakat dalam jangka panjang? Setujukah anda!
a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

10. Sistem *Corporate Social Responsibility* (Kegiatan Sosial) Tidak Hanya dipandang oleh sekelompok masyarakat sebagai suatu sistem yang berjalan satu arah yang dilakukan oleh perusahaan demi mencapai suatu target utama? Setujukah anda!
a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

11. CSR bukanlah merupakan bentuk sogokan kepada masyarakat? setujukah anda!
a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

12. Pada Prakteknya, Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Tidak hanya sebatas bentuk izin dari perusahaan kepada masyarakat yang sifatnya sementara atau jangka pendek?

- a. Ya b. Tidak

Alasan.....

Corporate Social Responsibility
 PT. Pratama Palm Abadi

No	Bidang	Corporate Social Responsibility
1	Pendidikan	a. Bantuan untuk anak-anak tidak mampu. b. Pembangunan Serana Olahraga c. Sosialisasi kepada siswa/siswi
2	Kesehatan	a. sosialisasi secara rutin tentang pentingnya menjaga kesehatan lingkungan dan mengubah perilaku masyarakat. b. Perusahaan melakukan pengerukan ulang irigasi desa.
3	Kebersihan	a. Gotong royong serta berpartisipasi didalam keanggotaan kegiatan masyarakat. b. mengizinkan penggunaan peralatan yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan desa.
4	Kegiatan Hari Besar Islam	a. Buka Puasa Bersama b. Nuzul Qur'an c. Lomba dibulan Puasa
5	Pembangunan	a. Perusahaan menyediakan dana untuk kegiatan sosial dimasyarakat seperti kegiatan pembangunan masjid dan TPA b. Perusahaan membangun fasilitas olahraga untuk masyarakat seperti pembuatan lapangan bola voly. Bulu Tangkis dan Lapangan Bola kaki.
6	Lain-lainnya	a. Perusahaan memberi beasiswa untuk anak-anak berprestasi. b. Perusahaan melakukan pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan cara pengrekrutan masyarakat sekitar untuk bekerja diperusahaan tersebut.

Sumber : *PT. Pratama Palm Abadi. Desa Prabumulih 1 2014*

13. Dari Kegiatan Sosial Perusahaan yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm Abadi. Apakah sudah berbasis Pemberdayaan Masyarakat ?

- a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

14. Dari Kegiatan Sosial Perusahaan yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm Abadi. Apakah sudah berjalan sesuai dengan keinginan masyarakat yang menjadi jalan keluar permasalahan yang ada didesa prabumulih 1 ?

- a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

15. Kegiatan Sosial yang dilakukan oleh PT. Pratama Palm abadi, apakah anda sudah merasakan manfaatnya?

- a. Ya b. Tidak

Alasan.....
.....
.....
.....
.....

☞ "Terima kasih atas kesediaannya mengisi kuesioner ini" ☞



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN

JURUSAN MANAJEMEN (S1)
 JURUSAN AKUNTANSI (S1)
 MANAJEMEN PEMASARAN (D.III)

IZIN PENYELENGGARAAN

No. 3619/D/T/K-II/2010
 No. 3620/D/T/K-II/2010
 No. 3377/D/T/K-II/2009

AKREDITASI

No. 018/BAN-PT/Ak-XI/S1/III/2008 (B)
 No. 044/BAN-PT/Ak-XIII/S1/II/2011 (B)
 No. 005/BAN-PT/Ak-X/Dpl-III/IV/2010 (B)

Alamat : Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu (0711) 511433 Faximile (0711) 518018 Palembang 30263

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Tari / Tanggal : Jum'at, 04 April 2014
 Waktu : 13.00 s/d 18.00 WIB
 Nama : Huzahi Saves Mauzudas
 NIM : 22.2010.222
 Program Studi : Akuntansi
 Mata Kuliah Pokok : Akuntansi Sektor Publik
 Judul Skripsi : PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. PRATAMA PALM ABADI (Studi Masyarakat Desa Prabumulih 1, Kecamatan Muara Lakitan, Kabupaten Musi Rawas Provinsi Sumatera Selatan).

**TELAH DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN
 PEMBIMBING SKRIPSI DAN DIPERKENANKAN
 UNTUK MENGIKUTI WISUDA**

NO	NAMA DOSEN	JABATAN	TGL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1	Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak.,CA	Pembimbing	24-4-2014	
2	H.M. Basyaruddin. R, S.E., M.Si., Ak	Ketua Penguji	23/4-2014	
3	Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak.,CA	Penguji I	22-4-2014	
4	Welly, S.E., M.Si	Penguji II	14 APRIL 2014	

Palembang, April 2014
 Dekan
 Upt. Ketua Program Studi Akuntansi



Rosalina Ghozali, S.E., M.Si., Ak
 NIDN/NBM : 0228115802/1021961



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

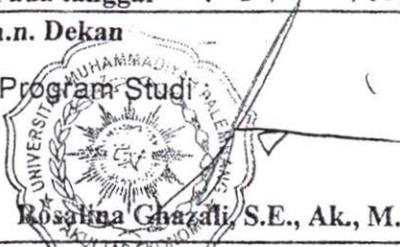
KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

MAHASISWA :	Huzahi Saves Mauzudas	PEMBIMBING
NPM :	22 2010 222	KETUA : Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA
PROGRAM STUDI :	Akuntansi	ANGGOTA :
JUDUL SKRIPSI :	PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. PRATAMA PALM ABADI	

NO.	TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	25/10	UP / presentasi	<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>
2					
3					
4	10/11	Latih belakang	<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>
5					
6	15/11	rumusan Masalah	<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>
7					
8	17/11	landasan teori	<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>
9	30/11	Bab 1 s/d 3	<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>
10	15/12	pembahasan	<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>
11	25/2	pembahasan diperbaiki	<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>
12					
13	5/12	Bab 10 + U	<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>
14	16/1	Abstrak	<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>
15					
16	30/1	Bab 1 / 5	<i>[Signature]</i>		<i>[Signature]</i>

CATATAN :

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Dikeluarkan di : Palembang
 Pada tanggal : 6 / 3 / 2014
 a.n. Dekan
 Program Studi

 Universitas Muhammadiyah Palembang
 Rosalina Ghazali, S.E., Ak., M.Si



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG



009/J-10/FE-UMP/SHA/III/2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : HUZAH SAVES MAUZUDAS
NIM : 222010222
JURUSAN : Akuntansi



Yang dinyatakan **LULUS** Membaca dan Hafalan Al - Qur'an
di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang
Dengan Predikat **MEMUASKAN**

Palembang, 08 Maret 2014

an. Dekan
Wakil Dekan IV



(Handwritten signature)

Drs. Antoni, M.H.I.

Unggul dan Islami



PEMERINTAH KABUPATEN MUSI RAWAS
DESA PRABUMULIH 1
KECAMATAN MUARA LAKITAN

Alamat : Desa Prabumulih 1 kec Muara Lakitan Kab Musi Rawas 31666

SURAT KETERANGAN
Nomor : 140/30/SK-Prab1/2014

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marsya Jaya
Jabatan : Kepala Desa Prabumulih 1
Alamat : Trans Prabumulih 1 kec Muara lakitan Kab MURA

Menerangkan dengan Sesungguhnya bahwa Mahasiswa dibawah ini :

Nama : Huzani Saves Mauzudas
NIM : 22.2010.222
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi
Universitas : Muhammadiyah Palembang
Judul Skripsi : Pemahaman Masyarakat terhadap *Corporate Sosial Responsibility* PT. Pratama Palm Abadi.

Benar telah melakukan Riset/Penyebaran Kuesioner di Masyarakat Desa Prabumulih 1 kecamatan Muara lakitan. Kab Musi Rawas SUMSEL. Terhitung mulai dari tanggal 29 januari s.d 12 fabruari 2014.

Demikianlah surat keterangan ini Kmi buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Prabumulih 1. 13 Februari 2014

Kepala Desa



MARSYA JAYA

PT. PRATAMA PALM ABADI

Estate Prabumulih 1

Alamat : Trans Prabumulih 1. Kec Muara Lakitan Kab Musi Rawas 31666

Nomor : 24/004/PPA-Prab 1/2014

Hal : Keterangan Penelitian.

Kepada Yth.

Bapak Dekan Universitas Muhammadiyah Palembang
Fakultas Ekonomi
Jalan jend. A. Yani 13 Ulu
di-
Palembang.

Dengan Hormat.

Menanggapi Surat Dekan Universitas Muhammadiyah Palembang Nomor: 226/G-17/FE-UMP/XII/2013 Pada tanggal 14 Desember 2013 Perihal "Izin Penelitian Untuk Skripsi" dalam rangka tugas akhir, yang menerangkan bahwa:

Nama : Huzahi Saves Mauzudas
NIM : 22.2010.222
Fakultas : Ekonomi
Prog Studi : Akuntansi (S1)

Maka bersama ini dapat kami sampaikan bahwa pada prinsipnya kami setuju atas pelaksanaan penelitian untuk tugas akhir tersebut dan dapat dimulai terhitung tanggal 14 Desember 2013.

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Prabumulih 1, 13 Februari 2014

Hormat Kami



Ardiyansyah
Manajer

PT PRATAMA PALM ABADI
 Prabumulih I Estate
 Ha Statement s/d April 2013



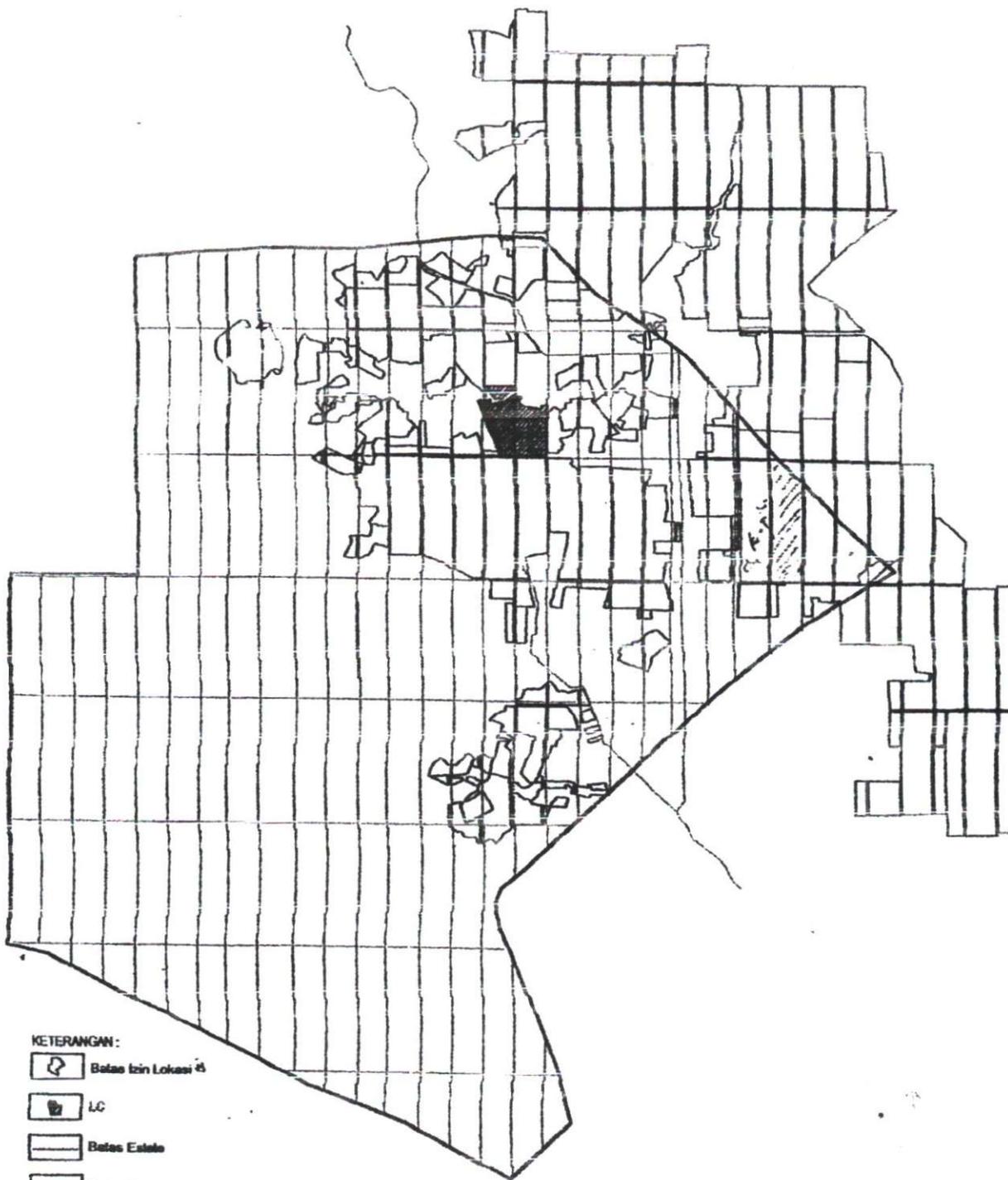
Scale 1:50.000

28				29				30				31				32				33				34			
a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d	a	b	c	d

969400

969000

L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U



KETERANGAN:

-  Batas Izin Lokasi
-  LC
-  Batas Estate
-  Batas Blok
-  Sub Blok
-  Jalan
-  Grid / Interval Koordinat

BIODATA PENULIS

1. Data Pribadi:

- a. Nama : Huzahi Saves Mauzudas
- b. NIM : 22.2010.222
- c. Fakultas : Ekonomi
- d. Jurusan : Akuntansi
- e. Tempat & Tgl Lahir : Desa Prabumulih 1, 18 Juni 1993
- f. Alamat : Jl Jaya Indah Gg Raflesia II Amanda Resident
No. 159 Blok D 07 Plaju Palembang.
- g. Nomor Telepon : 081367689472 / 087897012100
- h. Email : *savessumerlang01@gmail.com*

2. Data Orang Tua:

- a. Ayah : Muhammad Zuber (ALM)
- b. Ibu : Darma Sundari, S.Pd I
- c. Alamat orang tua : Desa Prabumulih 1 kec Muara Lakitan Kabupaten
Musi rawas Provinsi Sumatera Selatan 31666
- d. Pekerjaan :
 - a) Ayah : -
 - b) Ibu : PNS

3. Riwayat Pendidikan:

No	Sekolah	Tahun
1	SD Negeri 1 Prabumulih 1	1998-2004
2	SMP Negeri Muara Lakitan	2004-2007
3	SMK Negeri 1 Lubuklinggau	2007-2010
4	Universitas Muhammadiyah Palembang Jurusan Akuntansi S1	2010-2014

Palembang, April 2014
Penulis

Huzahi Saves Mauzudas