PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. BUKIT ASAM

(Studi Pada Masyarakat Desa Tanjung Enim, Kecamatan Lawang Kidul, Kabupaten Muara Enim, Provinsi Sumatera Selatan)

SKIRPSI

Nama : Azet Syam Noor
Nim : 22 2018 112

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022

SKRIPSI

PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. BUKIT ASAM

Diajukan untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Akuntansi Universitas
Muhammadiyah Palembang

Nama : Azet Syam Noor
Nim :22 2018 112

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Azet Syam Noor
Nim	:	222018112
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Akuntansi
Konsentrasi	:	Pemeriksaan Akuntansi
Judul Skripsi	:	Pemahaman Masyarakat Terhadap Corporate Social Responsibility PT. Bukit Asam (Studi Pada Masyarakat Desa Tanjung Enim, Kecamatan Lawang Kidul, Kabupaten Muara enim, Provinsi Sumatera Selatan)

Dengan ini menyatakan :

1. Karya tulis ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik starta satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yangtelah ditulis atau diduplikasikan oleh orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungghunya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2022

[redacted] METERAI TEMPEL 222AJX705989296

AZET SYAM NOOR

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	:	Pemahaman Masyarakat Terhadap Corporate Social Responsibility PT. BUKIT ASAM
Nama	:	Azet Syam Noor
NIM	:	222018112
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Akuntansi
Mata Kuliah Pokok	:	Etika Profesi Dan Tata Kelola Korporat

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, Februari 2022

Pembimbing I,

Dr. Betri. SE.AK. M.Si. CA
NIDN/NBM: 0216106902/944806

Pembimbing II,

Yulian Sahri. S.E.. M.Acc.,
NIDN/NBM : 0215059301

Mengetahui
Dekan
u.b Ketua Program Studi Akuntansi

Dr. Betri. SE.AK. M.Si. CA
NIDN/NBM: 0216106902/944806

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

- *Mempelajari strategi selama bertahun-bertahun untuk mencapai semangat juang .hari ini adalah kemenangan atas diri anda dari kemarin, besok adalah kemenangan anda atas orang yang lebih lemah.*
- *Jangan menunggu menyesal baru sadar , sadarlah sebelum menyesal .*
- *Kadang kita terlalu sibuk memikirkan kesulitan-kesulitan* . sehingga kita tidak punya waktu untuk mensyukuri rahmat tuhan

(Azet Syam Noor)

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- *Allah SWT*
- *Ayah dan Ibu tercinta (Iskandar Zulkarnain,SH dan Yullinasarie,SH)*
- *Abangku tersayang (Zhazha Islach Noor,S.E)*
- *Pembimbing Skripsiku bapak* Dr. Betri Sirajuddin, S.E., Ak., M.Si., CA
- *Teman-teman Seperjuangan dan Almamater*

بسم الله الرحمن الرحيم

PRAKATA

Alhamdulillahi robbil'alamin, Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul "pemahaman masyarakat terhadap *Corporate Social Resonsibility* PT Bukit Asam (Studi Kasus Pada Desa Tanjung Enim". Skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan jenjang Strata I (satu) guna meraih gelar sarjana pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas MuhammadiyahPalembang.

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu bab pendahuluan, bab kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis, bab metode penelitian, bab hasil penelitian dan pembahasan serta bab simpulan dan saran. Meski dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mencurahkan segenap kemampuan yang dimiliki, tetapi penulis yakin tanpa adanya saran, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak mungkin dapat tersusun sebagaimana mestinya.

Ucapan terimakasih penulis juga sampaikan terutama kepada papaku Iskandar zulkarnain. SH dan mamaku Yullinasarie. SH serta keluargaku yang doa dan bantuan memiliki makna besar dalam proses ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Dr. Betri Sirajuddin., SE., M.Si., Ak., CA dan Bapak Yulian Sahri., SE., M.Acc. Yang telah membimbing dan memberikan masukan guna menyelesaikan skripsi ini. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis

sampaikan kepada :

1. Bapak Abid Djazuli S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf dankaryawan.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf dankaryawan.
3. Bapak Dr. Betri Sirajuddin, S.E., Ak., M.Si., CA, Ketua Program Studi Akuntansi dan Ibu Nina Sabrina, S.E., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Universitas MuhammadiyahPalembang.
4. Bapak Dr. Betri Sirajuddin, S.E., Ak., M.Si., CA dan Yulian Sahri., SE., M.Acc selaku dosen pembimbing saya.
5. Bapak, Ibu dan seluruh staff pengajar, serta karyawan dan karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Bapak, ibu pimpinan yang telah memberikan izin penelitian pada Desa Tanjung Enim.
7. Papa dan mama tercinta yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat dan doa yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepan ku.
8. Terima kasih untuk teman kuliah saya Tres, Koyong, Anggi, yang selalu mendukung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat menbangun sangat penulisan harapkan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya maupun bagi dunia pendidikan.

Palembang, Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
MOTO DAN PEMBAHASAN ..... **v**
PRAKARTA ..... **vi**
HALAMAN DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
ANSTRAK ..... **xvi**
ABSTRACT ..... **xvi**
BAB I. PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Tujuan Penelitian 9
D. Manfaat Penelitian 9
BAB II. KAJIAN PUSTAKA
A. Kajian Pustaka 11
1. *Teori Corporate Social Responsibility* 11
a.Pengertian *corporate social responsibility* 11
b.manfaat *corporate social responsibility* 12
c. komponen *Corporate Social Responsibility* 17
d. Faktor yang mempengaruhi Corporate Social Responsibility 18
2.Konsep Pemahaman 21

3 Konsep Mayarakat 23

B. Penelitian Sebelumnya..... 25
BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 27
B. Lokasi Penelitian 28
C. Operasionalisasi Variabel 28
D. Populasi dan Sampel..... 29
E. Data yang Diperlukan 32
F. Metode Pengumpulan Data 33
G. Analisis Data dan Teknik Analisis 35
BAB IV HASIL PENELIIAN DAN PEMBAHASAN
A. A.Hasil Penelitian
1. Gambaran Singkat tentang PT.Bukit Asam 37
2. Sejarah Singkat PT.Bukit Asam 37
3. Aktivitas Perusahaan..... 38
4. Kegiatan Sosial PT.Bukit Asam..... 39
5 .Struktur Organisasi PT.Bukit Asam 40
6 .Data Hasil Kusioner 41
BAB V. Simpulan Dan Saran
A. Simpulan 73
B. Saran..... 74

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Sebelumnya 25

Tabel III. 1 Operasionalisasi variabel 28

Tabel III. 2 Data Desa Tanjung Enim Kecamatan Lawang Kidul Pertahun 2013 30

Tabel III. 3 Data Penduduk Desa Tanjung Enim Pertahun 2022 30

Tabel III. 4 Populasi/ Data Penduduk berdasar tingkatan Tahun 2022 31

Tabel III. 5 Alokasi Proposional 32

Tabel IV. 1 Jumlah dan Persentase Populasi dianalisis 41

Tabel IV. 2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner..... 42

Tabel IV. 3 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 1..... 44

Tabel IV. 4 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 2..... 46

Tabel IV. 5 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 3..... 47

Tabel IV. 6 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 4..... 49

Tabel IV. 7 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 5..... 51

Tabel IV. 8 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 6..... 52

Tabel IV. 9 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 7..... 54

Tabel IV. 10 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 8 57

Tabel IV. 11 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 9 59

Tabel IV. 12 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 10 61

Tabel IV. 13 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 11 63

Tabel IV. 14 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 12 65

Tabel IV. 15 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 13 66

Tabel IV. 16 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 14 68

Tabel IV. 17 Pemahaman Masyarakat terhadap PT.BA atas Pernyataan Nomor 15 70

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Hubungan Perusahaan dengan Masyarakat dalam CSR 2

Gambar IV. 1 Struktur Organisasi PT.BA Tanjung Enim 40

Gambar IV. 3 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 1 44

Gambar IV. 4 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 2 46

Gambar IV. 5 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 3 47

Gambar IV. 6 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 4 49

Gambar IV. 7 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 5 51

Gambar IV. 8 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 6 53

Gambar IV. 9 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 7 55

Gambar IV.10 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 8 57

Gambar IV.11 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 9 59

Gambar IV. 12 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 10 61

Gambar IV. 13 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 11 63

Gambar IV. 14 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 12 65

Gambar IV. 15 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 13 67

Gambar IV. 16 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 14 69

Gambar IV. 17 Diagram Persentase Pemahaman masyarakat Terhadap Kegiatan Sosial PT.BA atas Soal 15 70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Lembar pengesahan Perbaikan Skripsi

Lampiran 3. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 4. Fotokopi Sertifikat Hapalan AIK

Lampiran5. Fotokopi Sertifikat SPPS

Lampiran6. Fotokopi sertifikat aplikasi komputer

Lampiran7. Fotokopi sertifikat komputer Akutansi

Lampiran8. Fotokopi sertifikat BUMDES

Lampiran9. Fotokopi plagiarism

Lampiran 10. Surat Pengembalian Riset dari Lurah Tanjung Enim

Lampiran 11. Surat Pengembalian Riset dari PT Bukit Asam

Lampiran 12. Biodata Penulis

ABSTRAK

Azet Syam Noor/22.2018.112/ Pemahaman Masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility* PT. Bukit Asam /Etika Profesi Dan Tata Kelola korporat

Perusahaan di berbagai belahan dunia saat ini tidak hanya dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan ekonomi yang begitu cepat, tetapi perusahaan juga dituntut untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial di sekitarnya dan etika yang ada, dengan tujuan agar dapat tetap bertahan dengan lingkungan sekitar nya . 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. Bukit Asam 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 Tanjung Enim 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.

ABSTRACK

Azet Syam Noor / 22.2010.112 / The public understanding on the Corporate Social Responsibility at PT. Bukit Asam

The socio-economic changes and business competition claim that there is the existance of innovation manajement 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. Bukit Asam. The significance of the study was to determine public understanding on the corporate social responsibility at PT. Bukit Asam. The studed was duantitative the study tried to seek public perception accurately. The technignes's of collectis the data were interview, observation, questionaire and documentation. The result of the study slowed that the society in Desa Tanjung Enim. 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 reliqous 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

Perusahaan di berbagai belahan dunia saat ini tidak hanya dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan ekonomi yang begitu cepat, tetapi perusahaan juga dituntut untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial di sekitarnya dan etika yang ada, dengan tujuan agar dapat tetap bertahan dengan lingkungan sekitar nya (Farah & Candra,2017).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*Corporate value*), yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi juga bertanggung jawab dan berpijak pada *triple bottom lines* yaitu memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Achmad Badjuri, 2016).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) menurut *World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD) adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika keprilakuan (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*). (Azheri:2017:50)

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi suatu tujuan sosial dengan tidak

memperhitungkan untung atau rugi ekonomis. Hal itu bisa terjadi dengan dua cara yaitu cara positif dan negatif. Secara positif, perusahaan bisa melakukan kegiatan yang tidak membawa keuntungan ekonomis dan semata-mata dilangsungkan demi kesejahteraan masyarakat atau salah satu kelompok di dalamnya.

dengan makin kompleksnya kepemilikan sebuah usaha, konsep CSR menjadi meluas maknanya, salah satunya adalah niat baik dan komitmen dari perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat, keberlanjutan pengembangan masyarakat dan ekonomi lokal sehingga memberikian kontribusi juga terhadap keberlanjutan perusahaan. Kegiatan tersebut dilakukan dengan membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal (masyarakat), dan lingkungan secara luas. (Nurdizal dan M. Rachman, 2016).

Saat ini, CSR telah menjadi isu bisnis yang terus menguat. Isu ini sering diperdebatkan dengan pendekatan nilai-nilai etika, dan memberi tekanan yang semakin besar pada kalangan bisnis untuk berperan dalam masalah-masalah sosial, yang akan terus tumbuh. Isu CSR sendiri juga sering diangkat oleh kalangan bisnis, manakala pemerintahan nasional di berbagai negara telah gagal menawarkan solusi terhadap berbagai masalah kemasyarakatan.(Antonius,2016)

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:

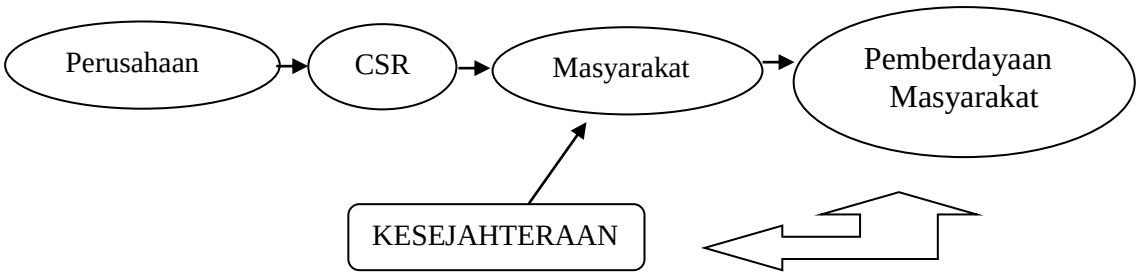
1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai 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, 2016 : 3).

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, 2016 : 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, 2016 : IV).



Gambar I. 1
Hubungan Perusahaan dengan Masyarakat dalam CSR

Sumber : (Rudito dan Famiola, 2016 : 177)

Pemahaman adalah bagaimana seseorang 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 mayarakat.

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 yang mempertahankan, membedakan, menduga (*mengestimed*),menerang kan, memperluaskan, menyimpulkan, merealisasikan, memberi contoh, men ulis kembali, dan memperkirakan.

adanya pemahaman masyarakat diminta untuk membuktikan bahwa masyarakat memahami konsep dan fakta. (Zainal, 2017:1). Dari pemahaman tersebut masyarakat pada awalnya dituntut untuk bisa memahami dan menelaah apa tujuan dari program CSR yang di bentuk oleh perusahaan untuk memberdayakan masyarakat sekitar.

Kelangsungan suatu usaha (*going concern*) tak hanya ditentukan oleh tingkat keuntungan, tapi juga tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada lingkungan dan masyarakat. Hal ini dikarenakan perusahaan membutuhkan lingkungan dan berhubungan langsung dengan masyarakat, Namun tampaknya masalah ini belum menjadi perhatian bagi sebagian besar perusahaan. 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. Sebenaranya konflik dapat sangat wajar terjadi dalam sebuah interaksi sosial (Wikipedia, 2017)

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-perbedan 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 perberdayaan yang layak dan perusahaan ingin mencari keuntungan tanpa mengorbankan satu

sama lain; 2). Konsep CSR merupakan alat perusahaan untuk menarik minat masyarakat desa Tanjung Enim untuk menerima perusahaan tersebut ada dilingungannya jika hal ini terjadi maka perusahaan dengan leluasa mengelolah dan mengambil keuntungan/Produk CSR seperti, Sumbangan pembangunan masjid, perbaikan Jalan, mengadakan acara di hari kemerdekaan, 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 dikemukan oleh masyarakat tentang apakah kasus tersebut dapat kesenjangan dari berbagai pihak atau ada sesuatu yang di rasa layak.di karenakan setelah dilihat kualitas udara yang sangat tidak sehat diakibatkan debu penambangan batu bara yang kian lama memasuki pemukiman rumah warga serta pencemaran sungai enim yang airnya mulai keruh dikarenakanaddanya penambangan dan aktifitas penggalian batu bara.

Tabel 1.1
Survei Pendahuluan

Desa Tanjung Enim Kecamatan Lawang Kidul Kabupaten Muara Enim	Hasil Survei Pendahuluan
Menururt warga Desa Tanjung Enim RT 05 Dodi mulyanto	Dodi mulyanto menyatakan bahawa C SR disatu sisi merupakan jalan instan untuk mencapa i tujuan dengan pengorbanan yang sed ikit dan mendapatkan yang lebih dan disatu sisi CSR juga merupakan program pendukung kinerja desa, melalui perberdayaan secara kontinyu.
Menururt warga Desa Tanjung Enim RT 03 Sutikno	Menurut bapak Sutikno Konsep CSR merupakan alat perusahaan untuk menarik minat masyarakat desa Tanjung Enim untuk menerima perusahaan tersebut ada dilingkungannya jika hal ini terjadi maka perusahaan dengan leluasa mengelolah dan mengambil keuntungan /Produk CSR seperti, Sumbangan pemb angunan masjid, perbaikan Jalan, menga dakan acara di hari kemerdekaan, dan p enerima karyawan itu hanya memiliki pengaruh dalam jangka pendek serta da ya jangkauannya secara terbatas.
Menururt warga Desa Tanjung Enim RT 01 Darman	Menurut Bapak Darman CSR merupakan rayuan untuk masyarak at/mengambil simpati masyarakat guna untuk menguasai daerah tersebut.

Sumber : Penulis 2022

Berdasarkan masalah diatas peneliti tertarik untuk mengembangkan dan memahami Bagaimana penerapan corporate social responsibility dan bagaimana CSR ini bisa diterima dimasyarakat dengan tujuan utama CSR itu pemberdayaan masyarakat. penelitian ini berjudul **Pemahaman Masyarakat terhadap Corporate Social Responsibility PT. BUKIT**

ASAM Tbk, Desa Tanjung Enim, Kecamatan Lawang Kidul, Kabupaten Muara enim, 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 Bukit Asam (Persero) Tbk ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui tingkat pemahaman masyarakat terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bukit Asam (Persero) Tbk .

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

   Dapat meningkat pemahaman terhadap CSR sehingga masyakarat bisa menerima program tersebut sebagai bagian dalam proses pemberdayaan masyarakat. Sedangkan bagi perusahaan bisa terus menjalankan program CSR yang salama 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.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Syani. (2016). Sosiologi Kelompok dan Masalah Sosial. Jakarta: Fajar Agung

Achmad Badjuri (2016) mekanisme corporate social responsibility sumber daya alam di Indonesia

Achmad fama Konsep masyarakat, semarang Sabda Volume 11, Nomor 2, Desember 2016 ISSN 1410–7910 E-ISSN 2549-1628

Achmad Lamo Said. 2018. Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance. Yogyakarta : Deepublish

Abdul Syani. 2016. Sosiologi Kelompok dan Masalah Sosial. Jakarta: Fajar Agung

Antonius, 2016. Program pengembangan masyarakat sebagai wujud tanggung jawab.

Arikunto, Suharsimi. 2016. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta

Azheri, Busyra. 2011. Corporate Social Responsibility:Dari Voluntary Menjadi Mandatory. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada

B. Uno, Hamzah Belajar Dengan Pendekatan PAILKEM, Jakarta, PT Bumi Aksara 2018:7

D. Crowther, *Social and Environmental Accounting* (London: Financial Times Prentice Hall, 2000), p. 20

Enjang, 2017 Program *corporate social responsibility* (CSR) berbasis pemberdayaan masyarakat

Farah, 2017 pengaruh corporate social responsibility .

Imam Syairozi. 2019. Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan: Tidar Media. Magelang: Tidar Media

Nahar, 2016 Pelaksanaan *corporate social responsibility*

Nurbati, 2017. Pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap presepsi nasabah bank dan dampak terhadap corporate image

Nurdizal, 2016. pengembangan masyarakat sebagai wujud tanggung jawab.

Rani, 2018. Presepsi mayarakat terhadap corporate social responsibility (CSR) pt. Multimas

R.H. Gray, D.L.Owen & K.T.Maunders, *Corporate Social Reporting: Accounting and accountability* (Hemel Hempstead: Prentice Hall, 1987)p. IX

Rudito dan Famiola, 2016 : IV . Corporate Social Responsibility, Penerbit Rekayasa Sains. Bandung

Sulistyaningtyas, I.D. 2006. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Pro Kampanye Sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi , Vol. 3 No. 1, 63-76

Sugiyono. 2018. Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dan R<&D. Peneribit Alfabeta. Bandung

Sugiyono. (2016). Metode Analisis Kuantitatif, Kualitatif dan. Bandung: PT Alfabet

Suoriyanto, 2020. Presepsi masyarakat terhadap pelaksanaan tanggung jawab perusahaan

Yusuf Wibisono, 2007, Membedah Konsep & Aplikasi CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Zainal, 2017. Evaluasi Pembelajaran Bandung: PT. Remaja Rosdakarya ofset