

**RESPON MASYARAKAT TERHADAP PELAKSANAAN
PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PT. BTN (BINTARA TANI NUSANTARA) DI JORONG AIR RUNDING
KEC. KOTO BALINGKA KAB. PASAMAN BARAT
PROV. SUMATERA BARAT**

Oleh : Jekki Efrizon

Jeckyeffrizon@gmail.com

Pembimbing : Yoskar Kadarisman

Yoskar.kadarisman@lecturer.unri.ac.id

Jurusan sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widiya, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru,
Pekan Baru-Riau 28293 Telp/Fax. 0761-63277

Abstrak

Corporate Sosial Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Penelitian ini dilaksanakan di Jorong Air Runding Kecamatan Koto Balingka Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui respon masyarakat terhadap pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random sampling* yang mana responden berjumlah 84 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dengan kuesioner, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya sebagian besar dari masyarakat memahami apa yang dimaksud dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan juga mengetahui mengenai program (CSR) yang dilaksanakan oleh perusahaan PT BTN (Bintara Tani Nusantara). Masyarakat merasa perusahaan perlu secara terus menerus memberikan kontribusi kepada masyarakat melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR), walau untuk saat sekarang ini program-program yang telah dilaksanakan masih kurang dirasakan manfaatnya dari sudut pandang peningkatan skill atau kepelatihan, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan yang mengacu kepada kurang sesuainya program tersebut dengan apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh masyarakat.

Kata Kunci : Respon, CSR, Jorong Air Runding, PT. BTN

**COMMUNITY RESPONSES TO IMPLEMENTATION OF CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PROGRAM PT. BTN IN JORONG AIR
RUNDING IN KOTO BALINGKA, WEST PASAMAN, PROVINCE OF WEST
SUMATERA**

By: Jekki Efrizon

Jeckyefrizon@gmail.com

Supervisor : Yoskar Kadarisman

Yoskar.kadarisman@lecturer.unri.ac.id

Sociology Departement, Faculty of Social Sciences and Political Sciencs

Universitas Riau

At Bina Widya street H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru-Riau

28293 Phone/Fax. 0761-63277

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is a commitment of the corporation or business world to contribute to sustainable and economic development by paying attention to corporate social responsibility and focuses on the balance between economic, social and environmental aspects. This research was conducted at Jurong Air Runding, Koto Balingka, West Pasaman, Province of West Sumatra. This study was aimed to determine the public responses to the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) program. This study used a descriptive quantitative method with a sampling technique in this study used a simple random sampling technique in which respondents numbered 84 people. The data collection technique used the method of observation, interview, questionnaire, and documentation. The results showed that most of the public understood what was meant by Corporate Social Responsibility (CSR) and also knew about the program (CSR) implemented by the company PT BTN (Bintara Tani Nusantara). The community feels that the company needs to continuously contribute to the community through its Corporate Social Responsibility (CSR) program, although currently programs that have been implemented are still not sustaining from the perspective of increasing skill or training, economic, education, and health. This refers to the incompatibility of the program with what is really needed by the community.

Keywords: PT. BTN, Responses, CSR, Jorong Air Runding

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pembangunan sosial yang dilakukan pemerintah bertujuan untuk meminimalisir angka kemiskinan dan memberikan peluang-peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan perekonomian. Peningkatan kesejahteraan masyarakat tidak akan terlaksana jika hanya mengandalkan pemerintah saja, maka dari itu untuk mewujudkan kesejahteraan maka harus diikuti sertakan segala pihak salah satunya yaitu melalui bantuan dari perusahaan, salah satu bentuk kontribusi positif yang diberikan untuk masyarakat dimana ia mendirikan usaha adalah melalui program CSR (*Corpotare Social Responsibility*), secara prinsip perusahaan didirikan oleh seseorang bertujuan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya dari usahanya tersebut.

Suatu perusahaan tidak akan bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan ekasternalnya. Dalam eksistensinya, dibutuhkan hubungan yang selaras atau timbal balik antara masyarakat dan perusahaan. Maka dari itu setiap perusahaan wajib melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kabupaten Pasaman Barat yang berada di Provinsi Sumatera Barat merupakan sebuah kabupaten yang masyarakatnya mayoritas petani kebun kelapa sawit, hal ini pun di dukung dengan banyaknya pabrik pengolahan buah sawit (TBS) yang hampir ada berdiri di tiap daerah, salah satunya adalah PT. BTN (Bintara Tani Nusantara), PT ini mulai beroperasi pada tahun 2010 di kabupaten pasaman barat tepatnya

di Jorong Air Runding Kecamatan Koto Balingka.

Tabel 1
Jumlah Karyawan Pabrik dan Perkebunan PT.BTN (Bintara Tani Nusantara)

No	Posisi	Laki-laki	Pere mpua n	Jumlah
1	Karyawan pabrik	113	19	132
2	Karyawan kebun	471	97	568
Jumlah		584	116	700

(sumber: data kebun dan PKS Bintara Tani Nusantara periode 2014-2015).

PT yang berdiri di kawasan masyarakat sudah seharusnya memiliki kepedulian terhadap masyarakat sekitar, Binoto Nadapdap berpendapat bahwa secara umum tanggung jawab sosial perusahaan/CSR terbagi menjadi dua bagian dimana pembegian tersebut yang pertama yaitu ke dalam perusahaan itu sendiri (internal) dan yang kedua ke luar lingkungan perusahaan (eksternal).

Pemberian bantuan sosial kepada masyarakat sekitar atau membuat sebuah bentuk kerja sama kemitraan sebenarnya bukanlah hal yang merugikan bagi perusahaan, karena dengan demikian akan membangun citra yang baik untuk perusahaan itu sendiri sehingga, perusahaan bisa mendeteksi secara dini seluruh gejala negatif yang muncul yang akan merugikan perusahaan. selain itu, kepercayaan, pengharapan, kompetensi, produktifitas dan kinerja pun bisa di kelola dengan baik, hal ini akan membangun kesepahaman diantara kedua belah pihak sehingga berdampak positif terhadap

perusahaan itu sendiri. Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yaitu pada Pasal 74 ayat (1) menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

PT.BTN merupakan perusahaan pengolah minyak mentah kelapa sawit yang tergolong kedalam perusahaan yang berhasil pada bidangnya. Hal ini menjadi topik pembahasan bagi peneliti yang nantinya untuk mengetahui Bagaimana pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang di berikan PT. BTN kepada masyarakat serta seperti apa respon masyarakat Air Runding terhadap pelaksanaan program CSR PT.BTN.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. BTN kepada masyarakat Jorong Air Runding?
2. Bagaimana penerimaan masyarakat Jorong Air Runding terhadap pelaksanaan program CSR PT.BTN ?

Tujuan Masalah

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. BTN kepada masyarakat Jorong Air Runding.
2. Untuk mengetahui penerimaan masyarakat Jorong Air Runding

terhadap pelaksanaan program CSR PT.BTN.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik itu secara teoritis maupun secara praktis yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- 1) Adapun manfaat secara teoritis dari penelitian ini adalah untuk dapat di jadikan sebagai bahan acuan pembelajaran untuk ilmu pengetahuan sosial terutama dalam pendidikan sosiologi dan dapat di jadikan referensi untuk menambah wawasan.
- 2) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan objek dan kajian peneliti yang serupa.
- 3) Bagi Universitas Riau (UR), hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi bacaan yang bisa memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai studi kajian sosiologi.

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi pemerintah dapat sebagai acuan dalam menetapkan Undang-Undang maupun Peraturan Daerah (PERDA).
- 2) Bagi perusahaan dapat sebagai tolak ukur untuk menyusun suatu program yang tepat untuk masyarakat sekitar.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Respon

Respon merupakan suatu bentuk tingkah laku atau sikap yang

berwujud baik sebelum pemahaman yang mendetail, penilaian, pengaruh, penolakan, suka atau tidak serta pemanfaatan pada suatu fenomena. Selain itu menurut Diryl Beum respon diartikan sebagai tingkah laku balas atau sikap yang menjadi tingkah laku atau adu kuat. Respon juga diartikan sebagai suatu proses pengorganisasian rangsang dimana rangsangan-rangsangan proksimal diorganisasikan sedemikian rupa sehingga terjadi representasi fenomenal dari rangsangan-rangsangan proksimal tertentu. Hal yang diperlukan dan sangat penting dalam mengukur respon adalah persepsi, sikap dan partisipasi. Jadi berbicara mengenai respon tidak terlepas dari pembahasan persepsi, sikap, dan partisipasi (Adi, 1994:105).

Respon merupakan reaksi, artinya penerimaan atau penolakan, serta sikap acuh tak acuh terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator dalam pesannya. Respon dapat dibedakan menjadi opini (pendapat) dan sikap, dimana pendapat atau opini adalah jawaban terbuka (convert response) yang bersifat emosional dan pribadi, merupakan tendensi untuk memberikan reaksi yang sangat positif atau negatif terhadap orang-orang, obyek, atau situasi tertentu. (Astrid S, 1985:73)

Respon merupakan bentuk kesiapan dalam menentukan sikap baik dalam bentuk positif atau negatif terhadap obyek atau situasi. Definisi ini menunjukkan adanya pembagian respon menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut:

a. Respon positif

Sebuah bentuk respon, tindakan, atau sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan,

menerima, mengakui, menyetujui, serta melaksanakan norma-norma yang berlaku dimana individu itu berada.

b. Respon negatif

Bentuk respon, tindakan, atau sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan penolakan atau tidak menyetujui terhadap norma-norma yang berlaku dimana individu itu berada. (Abu, 1999:166)

Menurut Morgan, King dan Robinson, bagian dimana kita melihat, mendengar, merasakan, mencium dunia sekitar kita disebut dengan persepsi, dengan kata lain persepsi dapat juga didefinisikan sebagai gejala suatu yang dialami manusia. Berdasarkan uraian diatas, William James menyatakan bahwa persepsi terbentuk atas dasar data yang kita peroleh dari lingkungan yang diserap oleh indera kita, serta sebagian yang lainnya. Diperolehnya dari pengelolaan ingatan (memory) kemudian diolah kembali berdasarkan pengalaman yang kita miliki (Adi, 1994:169).

Respon merupakan istilah psikologi yang digunakan untuk menamakan reaksi terhadap rangsangan yang diterima oleh panca indera. Respon pada prosesnya di dahului sikap seseorang, karena sikap merupakan kecenderungan atau keadaan seseorang untuk bertindak laku kalau ia menghadapi suatu rangsangan tersebut. Jadi berbicara mengenai respon tidak terlepas dari pembahasan sikap.

Sikap adalah kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk bertindak laku kalau ia menghadapi suatu rangsangan tertentu. Sikap juga merupakan organisasi pendapat, keyakinan seseorang mengenai objek atau situasi yang relatif disertai dengan adanya perasaan tertentu, dan

memberikan dasar kepada orang tertentu untuk membuat respon atau berperilaku dalam cara yang tertentu yang dipilihnya (Adi, 1994:170).

2. Penegertian Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Menurut undang-undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat 1 tentang perseroan terbatas (PT) yang membahas Corporate Sosial Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan menyatakan bahwa perseroan terbatas yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

(Untung, 2008) Corporate Sosial Responsibility atau tanggung jawab sosial adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Secara umum Corporate Sosial Responsibility merupakan usaha dalam peningkatan kualitas kehidupan, dengan maksud adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi dan membaca keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara lingkungan hidup tersebut atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan

mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada masyarakat.

Menurut The World Council For Sustainable Development (WBCSD) menyatakan bahwa Corporate Sosial Responsibility adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut dengan komunitas-komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka peningkatan kualitas kehidupan. Dari pernyataan ini, dapat dilihat bahwa adanya keterlibatan perusahaan dalam rangka pembangunan kehidupan yang lebih baik dalam segala aspek melalui pelaksanaan Program Corporate Sosial Responsibility (CSR).

3. Manfaat Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Community Defelopment atau Comdev merupakan perwujudan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Sosial Responsibility). Keberadaan perusahaan harusnya bermanfaat untuk masyarakat sekitar. Bahwa prinsip dasar Corporate Sosial Responsibility adalah pembaerdayaan masyarakat yang tergolong miskin agar terbebas dari kemiskinan. Selain memberdayakan masyarakat dari sisi perusahaan, jelas agar operasional berjalan lancar tanpa gangguan. Jika hubungan masyarakat dengan masyarakat tidak baik dapat di pastikan ada masalah. Pelaksanaan program Corporate Sosial Responsibility tidak sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Itu disebabkan akrena minimnya perhatian perusahaan

terhadap pelaksanaan Corporate Sosial Responsibility.

Dari uraian tersebut menurut (Budi, 2008), manfaat Corporate Sosial Responsibility bagi perusahaan antara lain:

1. Mempertahan dan mendongkrak reputasi serta citra perusahaan
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumberdaya bagi operasional perusahaan
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas
6. Mereduksi biaya, dampak dari akibat pembuangan limbah
7. Memperbaiki hubungan dengan regulator
8. Memperbaiki hubungan dengan Stakeholders
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

4. Sejarah Perkembangan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia

Pada awal perkembangannya, bentuk tanggung jawab sosial yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat-masyarakat miskin di negara berkembang. Pendekatan Corporate Sosial Responsibility yang berdasarkan konsep karitatif dan kemanusiaan ini pada umumnya dilakukan secara parsial dan tidak melembaga. Corporate Sosial Responsibility pada tataran ini hanya berbuat baik agar terlihat baik. Perusahaan yang melakukannya termasuk kedalam kategori perusahaan impresif yang lebih

mementingkan promosi dibanding pemberdayaan (Suharto, 2010).

Dewasa ini semakin banyak perusahaan yang kurang menyukai pendekatan karitatif semacam itu, karena tidak mampu meningkatkan keberdayaan atau kapasitas masyarakat lokal. Pendekatan community development kemudian semakin banyak diterapkan karena lebih mendekati konsep penguasaan dan perbaikan berkelanjutan. Prinsip-prinsip good corporate governance, seperti kejujuran, keterbukaan, akuntabilitas kemudian menjadi pijakan untuk mengukut keberhasilan program Corporate Sosial Responsibility. Kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam, yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat. Mulai dari pembangunan fasilitas pendidikan, kesehatan, penyuluhan, pemberdayaan masyarakat, penguatan ekonomi, pembangunan fasilitas umum dan seterusnya. Corporate social responsibility pada tataran ini tidak sekedar berbuat baik agar terlihat baik, melainkan menciptakan kebaikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

5. Prinsip-prinsip Corporate Social Responsibility (CSR)

Secara umum prinsip-prinsip Corporate Sosial Responsibility berlandaskan pada konsep pembangunan berkelanjutan dan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance). Warhust dalam (Wibisino, 2007) mengajukan prinsip-prinsip Corporate Sosial Responsibility sebagai berikut :

1. Prioritas Korporat Mengaku Corporate Sosial Responsibility (CSR) atau tanggung jawab

- sosial sebagai prioritas tertinggi korporat dan penentu utama pembangunan yang berkelanjutan. Dengan begitu corporate bisa membuat kebijakan, program, dan praktek, dan praktek dalam menjalankan operasi bisnisnya dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial.
2. Manajemen Terpadu Mengintegrasikan kebijakan, program, dan praktek kedalam setiap kegiatan bisnis sebagai satu unsur manajemen dalam sebuah fungsi manajemen.
 3. Proses Perbaikan Secara berkesinambungan memperbaiki kebijakan, program, dan kinerja sosial korporat berdasarkan temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara internasional.
 4. Pendidikan Karyawan Menyenggarakan pendidikan dan pelatihan karyawan serta memotivasi karyawan
 5. Pengkajian Melakukan pengkajian dampak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru dan sebelum menutup satu fasilitas atau meninggalkan lokasi pabrik.
 6. Produk dan Jasa Mengembangkan produk atau jasa yang tidak berdampak negatif secara sosial.
 7. Informasi Publik Memberikan informasi (bila diperlukan) mendidik pelanggan, distributor, dan publik tentang penggunaan yang aman, transportasi, penyimpanan dan pembuangan produk, begitu pula dengan jasa.
 8. Fasilitas dan Operasi Mengembangkan, merancang, dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan yang mempertimbangkan temuan kajian dampak sosial.
 9. Penelitian Melakukan atau mendukung penelitian dampak sosial bahan baku, produk, proses, emisi, dan limbah yang terkait dengan kegiatan usaha dan penelitian yang menjadi sarana untuk mengurangi dampak negatif.
 10. Prinsip Pencegahan Memodifikasi manufaktur, pemasaran, atau penggunaan, produk atau jasa sejalan dengan penelitian mutakhir untuk mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.
 11. Siaga Menghadapi Darurat Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat, dan bila terjadi keadaan berbahaya maka bekerja sama dengan layanan gawat, instansi berwenang, dan komunitas lokal. Sekaligus mengenali potensi bahaya yang muncul.
 12. Transfer Best Practice Berkontribusi pada pengembangan dan transfer praktek bisnis yang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor publik.
 13. Memberikan Sumbangan Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan kebijakan publik dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen pemerintah, serta lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial.
 14. Keterbukaan (disclosure) Menumbuhkembangkan keterbukaan dan dialog dalam pekerja dan publik, mengantisipasi dan memberi respon terhadap potensial hazard

dan dampak operasi, produk, limbah, atau jasa.

15. Pencapaian dan Pelaporan Mengevaluasi kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala, serta mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria korporat dan peraturan perundang-undangan dalam menyampaikan informasi tersebut pada dewan direksi, pemegang saham, pekerja, dan publik.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Azwar, pada pendekatan kuantitatif, data pada penelitian ini hanya bisa diinterpretasikan dengan lebih objektif apabila didapatkan dengan suatu proses pengukuran disamping valid dan reliabel, juga objektif (Azwar, Metode Penelitian, 2007). Oleh karena itu, metode utama yang akan digunakan dalam melaksanakan penelitian ini yaitu metode kuantitatif, dengan metode kualitatif sebagai penunjang metode utama. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan CSR (Corporate Social Responsibility) di Jorong Air Runding Kec. Koto Balingka Kab. Pasaman Barat.

Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Jorong Air Runding Kecamatan Koto Balingka Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah kepala keluarga masyarakat Jorong Air Runding Kecamatan Koto Balingka sebanyak 513 kepala keluarga.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Simple Random sampling dimana pengambilan anggota sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan status yang dimiliki seseorang yang ada dalam populasi. Pengambilan sampel dari populasi yakni dengan memakai rumus slovin dengan persentase eror 10% dengan jumlah sampel 84 dari 513 populasi keseluruhan.

Menurut Slovin besarnya sampel :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = Persen ketidak telitian

karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di toleransi atau yang diinginkan yaitu sebesar 10%

hasil perhitungan dapat dilihat sebagai berikut ini:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 513 / (1 + (513 \times 0,1^2))$$

$$n = 513 / (1 + (513 \times 0,01))$$

$$n = 513 / (1 + 5,13)$$

$$n = 513 / 6,13$$

n = 83,68 (dibulatkan menjadi 84 responden)

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer yaitu data yang dikumpulkan dari penelitian lapangan meliputi pengumpulan data dengan wawancara secara langsung

dengan informasi berupa pertanyaan yang menyangkut identitas informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang berkaitan erat dengan masalah penelitian, data yang didapat dari instansi atau pihak-pihak yang terkait dan berkepentingan misalnya menyangkut jumlah penduduk Desa Air Runding dan lain sebagainya yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengamati proses secara langsung dan mendapatkan data-data fisik, khususnya data tentang Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT BTN di Jorong Air Runding.

2. Angket

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2009) kuesioner adalah sebuah teknik dalam mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan dan pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner adalah teknik untuk mengumpulkan data secara efisien supaya peneliti tahu apa yang bisa diharapkan oleh pilihan jawaban responden.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang berlaku. Dokumen dapat berbentuk tulisan, rekaman atau gambar individu. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. (Sugiyono, 2009: 240). Sifat utama data ini tidak terlepas

pada ruang kepada peneliti untuk mengetahui hal hal yang pernah terjadi di masa lalu.

Pengolahan Data

1. Editing

Editing adalah kegiatan yang dilakukan setelah peneliti selesai mengumpulkan data di lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena pada dasarnya bahwa data yang terhimpun terkadang belum memenuhi harapan dari peneliti, ada diantaranya kurang dan atau terlewatkan, tumpang tindih, dan berlebihan bahkan bisa jadi terlupakan.

2. Pengkodean

Setelah tahapan editing sudah selesai dilakukan, kegiatan berikutnya adalah mengklasifikasikan data-data tersebut melalui tahapan koding. Maksudnya adalah data yang sudah diedit tersebut diberikan identitas sehingga memiliki makna tertentu pada saat dianalisis.

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan tahapan terakhir dari pengolahan data. Tujuan tabulasi yaitu memasukkan data yang berupa angka kedalam tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka dan menghitungnya.

Analisis Data

Penulisan skripsi ini menggunakan aplikasi SPSS 25 dalam pengolahan data dan juga teknik analisis data berupa “sajian data” Metode yang di pakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dan analisis secara deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok sosial, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kilas peristiwa yang terjadi pada masa sekarang.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Penelitian ini memakai data yang diperoleh dari hasil tanggapan yang diberikan responden, tempat dimana peneliti melakukan penelitian yaitu Jorong Air Runding Kecamatan Koto Balingka Kabupaten Pasaman Barat.

Tabel 2
Pengetahuan Responden Tentang Program CSR PT. BTN

No	Jawaban	Frekuensi	Persen (%)
1	Tahu	40	47.6
2	Kurang tahu	25	29.8
3	Tidak tahu	19	22.6
Total		84	100.0

Sumber: Data Olahan Lapangan 2019

Berdasarkan tabel 5.9 diatas, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab tahu dari pertanyaan mengenai Program CSR PT BTN, yaitu sebanyak 40 orang dengan persentase 47,6% dari jumlah responden, selanjutnya yang menjawab kurang tahu dan tidak tahu sebanyak 52,4% dari jumlah responden yang ada, dapat dijelaskan bahwa 47,6% responden mengetahui mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. BTN hal ini dikarenakan perusahaan selalu melakukan kegiatan pelaksanaan program CSR secara berkelanjutan disetiap tahunnya

Tabel 3
Pengetahuan Responden Tentang Defenisi Program Corporate Social Responsibility (CSR)

No	Jawaban	Frekuensi	Persen (%)
1	Tahu	38	45.2
2	Kurang tahu	21	25.0
3	Tidak tahu	25	29.8
Total		84	100.0

Sumber: Data Olahan Lapangan 2019

Berdasarkan tabel 5.10 diatas maka dapat diketahui bahwa yang menyatakan tahu mengenai defenisi dari Program CSR sebanyak 38 responden atau sama dengan 45,2% dari jumlah keseluruhan responden, selanjutnya yang menjawab kurang tahu sebanyak 21 responden dengan persentase 25,0% dan responden yang menjawab tidak tahu sebanyak 25 orang dengan persentase 29,8% Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengetahui defenisi dari program CSR hal ini karena perusahaan pernah melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan pada pembahasan sebelumnya maka dari itu penulis dapat menarik kesimpulan mengenai “Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program CSR di Jorong Air Runding Kecamatan Koto Balingka, Kabupaten Pasaman Barat” sebagai berikut:

1. Mengenai pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT BTN di Jorong Air Runding.

Sebagian besar dari masyarakat memahami apa yang dimaksud dengan Corporate Social Responsibility (CSR) dan juga mengetahui mengenai program Corporate Social Responsibility yang dilaksanakan oleh perusahaan PT BTN walaupun perusahaan hanya sesekali melakukan sosialisasi mengenai program Corporate Social Responsibility, namun disisi lain masyarakat merasa

bahwa program yang sudah dilaksanakan kurang sesuai dengan apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh masyarakat, belum lagi masyarakat beranggapan bahwa perusahaan dalam pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) kurang melibatkan masyarakat Jorong Air Runding sehingga masyarakat beranggapan program Corporate Social Responsibility PT BTN kurang tepat sasaran dan dalam pelaksanaannya di nilai kurang maksimal oleh perusahaan, program CSR perusahaan lebih cenderung kepada pembangunan fasilitas umum bukan program yang bersifat untuk suatu kelompok-kelompok tertentu.

2. Mengenai penerimaan masyarakat terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR). Pelaksanaan program-program tidak dapat terlepas dari penilaian-penilaian dalam bentuk respon terhadap sesuatu yang di kerjakan oleh perusahaan dalam proses pengaplikasian Corporate Social Responsibility (CSR), masyarakat merasa bahwa perusahaan perlu secara terus menerus memberikan kontribusi kepada masyarakat melalui program Corporate Social Responsibility (CSR), walau untuk saat sekarang ini program-program yang telah dilaksanakan masih kurang dirasakan manfaatnya dari sudut pandang peningkatan skill atau kepelatihan, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan yang mengacu kepada kurang sesuainya program tersebut dengan apa yang sesungguhnya masyarakat dibutuhkan oleh

masyarakat, sebagian besar masyarakat tidak pernah ikut dalam pelaksanaan program, dimana sesungguhnya masyarakat sangat ingin ikut berpartisipasi dalam hal tersebut dan ingin mengetahui lebih jauh perihal Corporate Social Responsibility (CSR) dimana sampai pada titik ini perusahaan PT BTN hanya melibatkan anak-anak yang ada di sekolah-sekolah yang berada di Jorong Air Runding di beberapa program CSR.

Sebagai sebuah perusahaan yang berdiri di tengah-tengah kehidupan masyarakat menyadari bahwa hal-hal yang menyangkut pengutan ekonomi juga menjadi tanggung jawab perusahaan dalam berbagai bentuk hal antarlain memberikan peluang yang sama bagi masyarakat yang memenuhi syarat untuk bekerja pada perusahaan nantinya mampu merubah ekonomi keluarga setelah bekerja di perusahaan, dan masyarakat juga menyadari bahwa melalui program (CSR) mampu meningkatkan hubungan kerjasama dengan semua pihak.

Saran

Adapun saran dari hasil penelitian mengenai Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT.BTN di Jorong Air Runding Kecamatan Koto Balingka Kabupaten Pasaman Barat.

1. Kepada perusahaan, untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat perlu kiranya untuk meningkatkan sosialisasi mengenai program yang akan dijalankan serta perlu melihat

terlebih dahulu apa sesungguhnya yang dibutuhkan masyarakat dalam memperkuat ekonomi, menunjang pendidikan serta meningkatkan skill atau pemahaman mengenai perawatan kelapa sawit yang baik dan benar, sehingga program yang di laksanakan betul-betul sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta melibatkan lebih sering lagi masyarakat dalam pelaksanaan program-program Corporate Social Responsibility (CSR).

2. Kepada masyarakat hendaknya lebih kritis lagi mengenai persoalan Corporate Social Responsibility (CSR) karena program CSR merupakan hak masyarakat yang berada di wilayah PT dengan di jamin Undang-undang oleh Negara, serta perda No. 3 Tahun 2007 dan mencoba membangun hubungan yang baik antara masyarakat dan perusahaan sehingga diharapkan dapat menjadi sesuatu hal yang menguntungkan bagi masyarakat setempat, dan pada dasarnya perusahaan yang berdiri di kawasan lingkungan masyarakat, masyarakat setempat mempunyai hak atas kegiatan produktifitas yang dilakukan oleh perusahaan, sebab yang di produksi oleh perusahaan bukan hanya hal positif tetapi berbarengan dengan hal negatif seperti limbah dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Abu, A. (1999). *Psikologi Sosial*. Surabaya: Bina Ilmu.

- Adi, I. R. (1994). *Psikologi pekerjaan sosial dan ilmu kesejahteraan sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Pesada.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astrid S, s. (1985). *Pengantar Sosiologi Dan perubahan sosial*. Jakarta: Binacipta.
- Azwar, S. (1995). *Sikap Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bambang Rudito dan Melia famiola. (2013). *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Barth. (1988). *Kelompok Etnis Dan Batasannya*. (N. L. Susilo, Trans.) Jakarta: UI Pres.
- Budi, U. H. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Sinar Grafika.
- Farouk, M., & Djaali, d. H. (2003). *Metode Penelitian Sosial Bunga Rampai*. Jakarta: PTIK Pres.
- Moleong, L. J. (2002). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Polak, M. (1991). *Sosiologi Pengantar Ringkas*. Jakarta: Ikhtiar Baru.
- Ritzer, G. (2005). *Sosiologi Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Rudito, B., & Famiola, M. (2013). *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- S, S. A. (1999). *Pengantar Sosiologi Dan Perubahan Sosial*. Bandung: Bima cipta.

- Shadly, H. (1983). *Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia*. Jakarta: Bina Aksara.
- Singarimbun, M. d. (1989). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Soekanto, S. (1987). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali.
- (1990). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- (1993). *Kamus Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, S. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: Rosdakarya.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (26 ed.). Bandung: alfabeta.
- Suharto, E. (2010). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, K. (1993). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: FEUI.
- Suparno. (2010). *Corporate social responsibility: teori dan praktik*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Susanto, A. S. (1999). *Pengantar Sosiologi*. Bandung: Bima Cipta.
- Susanto, P. (1983). *Pengantar Sosiologi Dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutomo. (2012). *Serba-serbi manajemen bisnis*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Svalastoga, K. (1989). *Diferensiasi Sosial*. Jakarta: Bina Aksara.
- Tilar, H. (2009). *Kekuasaan dan Pendidikan Manajemen pendidikan Nasional dalam Pusaran Kekuasaan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Walgito, B. (1980). *Bimbingan dan Penyuluhan di Sekolah*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah konsep & aplikasi CSR* (Vol. 43). Gresik: Fascho Publishing.
- Barat, P. K. (2017, juni senin). *Profil Pasaman Barat*. Retrieved desember minggu, 2019, from bappeda.pasamanbaratkab.go.id: http://bappeda.pasamanbaratkab.go.id/images/pdf/Profil_Pasaman_Barat_2017.pdf
- BPS. (2017, april Kamis). *rencana program jangka menengah (RPIJM) Bidang Ciptakarya Kabupaten Pasaman Barat*. Retrieved agustus minggu, 2019, from sippa.ciptakarya.pu.go.id: http://sippa.ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/rpi2jn/DOCRPIJM_150270804802._BAB_2_PROFI LE_++KABUOATEN_PASAMAN_BARAT.pdf
- Fernando, R. P. (2019, Juni Minggu). *Visi dan Misi Perusahaan PT. Bintara Tani Nusantara*. Retrieved Desember Minggu, 2019, from <https://id.scribd.com: https://id.scribd.com/document/397826005/Bab-i-Sfaeghew>
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat (1) tentang Perseroan Terbatas