

JURNAL_FASIKHUL_FIX_Finish_R evisi_ok.docx

by

Submission date: 07-Sep-2021 08:24AM (UTC+0700)

Submission ID: 1642734360

File name: JURNAL_FASIKHUL_FIX_Finish_Revisi_ok.docx (793.21K)

Word count: 4323

Character count: 27600

Opini Masyarakat Terhadap Program *Corporate Social Responsibility (CSR)*
PT. Charoen Pokphand Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur

Ainur Rochmaniah, Muhammad Fasikhul Lisani
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Bisnis, Hukum, Dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Email: ainur@umsida.ac.id, muhammad.fasikhul.lisani17@gmail.com

Abstract. This study aims to determine the opinion of the people of Bringin Bendo Village about the Corporate Social Responsibility (CSR) program carried out by PT. CHAROEN POKPHAND Indonesia – Sidoarjo East Java, whether the public opinion on the CSR program that is given gets a positive, neutral or negative opinion. This research is a research with a quantitative descriptive approach whose data is in the form of qualitative data that is numbered, which will later be concluded to obtain the calculation results. The research location was carried out in the area of Rw.05 and Rw.06 of Bringin Wetan Hamlet, Bringin Bendo Village, Taman District, Sidoarjo Regency. By using respondents as many as 88 respondents, by using the technique of sampling using a random sampling technique. Collecting data through the distribution of questionnaires to respondents and interviews as complementary research materials. Data analysis using interval or percentage scale using Microsoft Excel 2010 and SPSS 20.0. The results of this research show that the overall opinion of the community about the activities of the Corporate Social Responsibility of PT. CHAROEN POKPHAND is doing well, this is shown from the results of the lowest opinion value in trust of 77.18% in the social field. Which is in the good category, while the highest opinion value in the social part of the attitude is 82.13% which is in the very good category. From these results it can be ascertained that the Corporate Social Responsibility activities of PT. CHAROEN POKPHAND Indonesia – Sidoarjo, East Java, received positive opinions from the people around the company. However, there are still negative values from residents, which are caused by several factors, namely the lack of supervision from the company, the amount of assistance is not evenly distributed, information about the existence of assistance is not conveyed properly to the community.

Keywords - Corporate Social Responsibility, Public Opinion, Corporate Philanthropy, Corporate Social Marketing.

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini masyarakat Desa Bringin Bendo tentang program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh PT. CHAROEN POKPHAND Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur, apakah opini masyarakat terhadap program CSR yang diberikan mendapat opini positif, netral atau negatif. Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan deskriptif kuantitatif yang datanya berupa data kualitatif yang diangkakan, yang nantinya akan disimpulkan untuk memperoleh hasil perhitungan. Lokasi penelitian dilaksanakan di wilayah Rw.05 dan Rw.06 Dusun Bringin Wetan, Desa Bringin Bendo, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Dengan menggunakan responden sebanyak 88 responden, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling. Pengambilan data melalui penyebaran kuisioner kepada

responden serta wawancara sebagai bahan pelengkap penelitian. Analisis data menggunakan skala interval atau persentase menggunakan Microsoft Excel 2010 dan SPSS 20.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan dari opini masyarakat tentang kegiatan Corporate Social Responsibility PT. Charoen Pokphand sudah baik, hal ini ditunjukkan dari hasil nilai opini yang terendah di kepercayaan sebesar 77,18% di bidang sosial. Yang masuk dalam kategori baik, sedangkan nilai opini yang tertinggi di sosial bagian sikap sebesar 82,13% yang masuk dalam kategori sangat baik. Dari hasil tersebut bisa dipastikan bahwa kegiatan Corporate Social Responsibility PT. Charoen Pokphand Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur mendapat opini positif dari masyarakat yang berada di sekitar perusahaan. Namun masih terdapatnya nilai negatif dari warga yang disebabkan dari beberapa faktor yaitu kurangnya pengawasan dari perusahaan, jumlah bantuan tidak merata, informasi adanya bantuan tidak tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Kata Kunci - Corporate Social Responsibility, Opini Masyarakat, Corporate Philanthropy, Corporate Social Marketing.

I. PENDAHULUAN

Dalam suatu perseroan menginginkan lingkungan yang berada di internal atau eksternal perusahaan menjadi lebih maju agar kesejahteraan karyawan dan masyarakat sekitarnya menjadi lebih terjamin. Tujuan dari berdirinya perusahaan tidaklah hanya ingin meraup keuntungan saja, tanpa memperdulikan keberadaan sekitarnya sehingga nantinya banyak opini negative yang muncul dari masyarakat bahkan dari pihak internal (karyawan). Untuk menanggapi beberapa kasus yang ada, pemerintah mengeluarkan undang – undang tetap bagi perseroan untuk menanggulangi dampak negatif dari masyarakat yang ditimbulkan oleh perusahaan. Pasal 74 Undang – undang Nomor 40 Tahun 2007, menyatakan bahwa ayat 1 perseroan yang menjalankan usahanya dibidang atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Berdasarkan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah ini munculah istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. [4]

Opini adalah suatu tanggapan aktif dari setiap rangsangan, tanggapan yang bisa diciptakan dari suatu ekspresi yang keluar dari diri seseorang yang timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang kontroversial yang menimbulkan dampak yang berbeda-beda. Sedangkan Sikap sendiri adalah kecenderungan memberikan respon terhadap masalah atau situasi tertentu. Ollie dan Erlita (2011). [7] Sikap seseorang terbentuk dari seberapa banyak dan jauhnya seseorang mendalami pengetahuan tentang sesuatu yang sedang dihadapi atau dialaminya. Sedangkan menurut dari Nimmo (2005) mengatakan bahwa opini ialah tindakan mengungkap apa saja yang dipercayai, dinilai dan diharapkan seseorang dari objek – objek dan situasi tertentu dengan demikian publik adalah khalayak terhadap sesuatu objek atau situasi tertentu yang dipercayai, dinilai baik dan benar atau diharapkan. [7] Tindakan tersebut bisa merupakan pemberian suara, pernyataan, verbal, dokumen tertulis atau bahkan diam, tindakan apapun yang bermakna adalah ungkapan opini dengan kata lain, seseorang yang mengungkapkan opininya menunjukkan bahwa makna yang diberikan oleh orang itu kepada hal-hal yang bersangkutan.

Penelitian ini dilakukan di sekitar area ² PT. Charoen Pokphand Indonesia yang berada di Desa Bringin Bendo Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. PT. Charoen Pokphand Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perindustrian pakan ternak, pembibitan ayam ras serta pengolahannya, industri pengolahan makanan, pengawetan daging sapi dan ayam, menjual hasil industri makanan ternak serta menjual hasil olahan daging ayam dan sapi kesuluruh indonesia bahkan sampai ekspor keluar negeri. Adapun kegiatan penunjang yang dilakukan di antaranya mengimpor dan menjual bahan – bahan baku dan bahan farmasi, memproduksi dan menjual karung atau kemasan plastik, peralatan industri dari plastik, alat – alat peternakan dan melakukan perdagangan besar pada umumnya, termasuk ekspor dan impor dan pengangkutan barang baik pengangkutan darat, perairan dan udara. PT Charoen Pokphand dalam setiap harinya pada saat produksi mengeluarkan polusi asap udara, polusi tersebut betebaran di sekitaran wilayah unit perusahaan. [11]

Dari data yang sudah diperoleh dan banyaknya program CSR yang dijalankan oleh PT. Charoen Pokphand Indonesia – Sidoarjo Jawa timur, khususnya unit atau perusahaan yang terletak di desa Bringin Bendo, kecamatan taman, Kabupaten sidoarjo. Maka akan menimbulkan sejumlah opini dari sejumlah komunitas atau masyarakat yang berada di lingkungan unit perseroan atau perusahaan tersebut. Apalagi ada opini dari se³ kelompok masyarakat yang iri atau memberikan opini negatif karena belum meratanya pemberian. program-program CSR yang dicanangkan oleh pihak perusahaan sehingga Mengakibatkan masyarakat membuat perbandingan lingkungan mereka dengan lingkungan tetangga mereka. Bisa juga kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut masih kurang sehingga ada beberapa masyarakat yang tidak tau informasi tentang kegiatan – kegiatan sosial yang dilakukan. Karena kegiatan yang dilakukan oleh PT. Charoend Pokphan Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur ini mencakup beberapa program yang menyangkut pendidikan, pengasapan nyamuk demam berdarah, khitanan massal, donor darah, perbaikan rumah ibadah, perbaikan jalan, perbaikan sekolah dan pengobatan gratis.

Penelitian terdahulu dari Wardhana (2015) bahwa opini negatif masyarakat sekitar PT PG Candi Baru tentang program CSR yang dilakukan masih belum merata walaupun program CSR yang dilakukan sudah banyak dilakukan. Opini tersebut muncul karena dengan adanya asap yang ditimbulkan oleh pabrik gula tersebut, seharusnya masyarakat harus menerima hak atau merasakan bantuan sosial dari PT PG Candi Baru namun kenyataannya warga sekitar masih belum merasakan bantuan yang di berikan oleh perusahaan tersebut. Opini muncul dari ketua RW 02 Desa Candi tersebut karena menurutnya asap pembakaran yang dikeluarkan dari pabrik gula tersebut sangat tidak setimpal, karena warga merasa sangat terganggu dengan adanya asap tebal yang mengganggu dan berbau tersebut.

Maka dari itu ²penulis ingin mengetahui bagaimana opini masyarakat sekitar tentang program CSR yang dilakukan oleh PT. Charoen Pokphand Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur yang sudah banyak melakukan kegiatan *Coporate Social Responsibility (CSR)* dengan memberikan judul "Opini Masyarakat Terhadap Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Charoend Pokphan Indonesia – sidoarjo Jawa Timur"

1 METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti mendapat data yang berasal dari sampel orang – orang atau penduduk yang diminta menjawab sejumlah pertanyaan tentang program Coporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh PT. Charoen Pokphand Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur, Semua hasil yang ditemukan oleh peneliti akan diangkakan dan disimpulkan guna untuk memperoleh hasil perhitungan yang dilakukan. Dalam penelitian ini menggunakan definisi konseptual yang bertujuan untuk memberi gambaran mengenai variabel-variabel dengan lebih jelas. Opini adalah sebuah pernyataan yang ditujukan seseorang (individu) terhadap suatu permasalahan yang kontroversial(bertentangan). Sehingga suatu pendapat atau pemikiran itu bisa di katakan sebagai opini jika memiliki dua unsur, yaitu adanya pernyataan dan adanya masalah yang bertentangan (kontroversial). Sedangkan pengertian dari Corporate Social Responsibility adalah sebuah komitmen perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan lingkungan yang secara sukarela memberikan hak untuk kontribusi yang lebih baik bagi komunitas (community relations) yang merupakan aktifitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan undang - undang.

Kemudian pada definisi operasional ditunjukkan beberapa indikator dan sub indikator , di bagian variable Opini masyarakat ada tiga indikator yaitu kepercayaan, sikap dan persepsi. Untuk variabel Coporate Social Responsibility (CSR) ada 2 indikator yaitu Corporate Social Marketing dan Corporate Social Pilantrophy. Lokasi penelitian ini dilakukan di RW 05 dan RW 06 Dusun Bringin Wetan, Desa Bringin Bendo yang berada dikecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo dengan jumlah sample yang diambil sebanyak 88 orang atau responden. Dengan teknik sampling menggunakan Proportional Sampling dan Randon Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik penganalisan data menggunakan analisis statistic deskriptif dengan menggunakan skala interval atau persentase.

Tabel.1 Skor Pengskalaan atau Persentase

Alternatif Respons	Skor Item Respon	Nilai Interval
Sangat Baik (SB)	5	81% - 100%
Baik (B)	4	61% - 80%
Kurang Baik	3	41% - 60%
Tidak Baik(TB)	2	21% - 40%
Sangat Tidak Baik (STB)	1	0% - 20%

HASIL DAN PEMBAHASAN

2 PT. Charoen Pokphand Indonesia – Taman Sepanjang yang berdiri sejak tahun 1976 ini yang berlokasi di Jl. Raya Surabaya-Mojokerto Km 19, Desa BringinBendo, Kec. Taman, Kab. Sidoarjo, Prov. Jawa Timur. dalam setiap tahunnya perusahaan tersebut memiliki kapasitas produksi sebesar 24.000 ton. Seiring dengan bertambahnya tahun, jumlah permintaan dari konsumen-konsumen akan pakan ternak terus meningkat.

Untuk memenuhi permintaan tersebut, PT. Charoen Pokphand Indonesia cabang Sidoarjo ini kemudian melakukan ekspansi atau pembangunan unit pabrik baru yang masih satu kabupaten di Sidoarjo, yang tepatnya berada di Kecamatan Krian pada

pertengahan tahun 1990. PT. Charoen Pokphand Indonesia Krian yang beralamat di Jl. Raya Surabaya - Mojokerto Km 26, Desa Keboharan, Kec. Krian, Kab. Sidoarjo ini mulai beroperasi pada tahun 1996. Pabrik ini sangat luas dengan didirikan di atas tanah seluas 11 Ha, terdiri dari 7 Ha bangunan dan 4 Ha tanah kosong dengan kapasitas produksi setiap tahunnya sebesar 600.000 ton.

Karena berkaitan dengan hasil produksi yang dihasilkan sangat banyak, maka limbah yang dihasilkan dari perusahaan tersebut sangat banyak juga. Terutama limbah asap produksi dan bisingnya suara mesin disaat pabrik mulai berproduksi. Mengingat akan hal tersebut pihak perusahaan tidak hanya mementingkan keuntungan sendiri, perusahaan berusaha untuk memperhatikan area sekitarnya.

Perusahaan memberikan sejumlah program – program untuk mensejahterahkan lingkungan disekitarnya. Pemberian bantuan berupa sembako, uang tunai, perbaikan fasilitas dan infrastruktur desa, pemberian fasilitas kesehatan dan pengobatan gratis juga secara rutin diberikan kepada masyarakat yang ada disekitar perusahaan.

PT. Charoen Pokphand Indonesia memiliki program andalan dalam memperbaiki lingkungan dan keadaan disekitarnya adalah tentang kesehatan dan memperbaiki gizi masyarakat dengan memberika program bantuan 100.000.000 (seratus juta) telur untuk seluruh warga Indonesia.

Dengan visi perusahaan itulah PT. Charoen Pokphand Indonesia Menjadi perusahaan tangguh dan terintegrasi dalam industri agribisnis dan akuakultur, Menjadi perusahaan tem⁴at para profesional mengembangkan diri dan berkarya bagi perusahaan dan Negara. PT. Charoen Pokphand Indonesia juga memiliki misi 1) Ikut serta menyetatkan dan mencerdaskan bangsa dengan menyediakan sumber protein yang bernilai gizi tinggi dan murah, 2) Ikut serta mengembangkan industri agribisnis dan akuakultur di Indonesia, 3) Ikut serta menciptakan lapangan kerja dan mengembangkan tenaga kerja yang terampil dan produktif.

Karakteristik Responden

Tabel.2 Usia Warga Rw.05 dan Rw.06 Dusun Bringin Wetan

No.	Pekerjaan	Jumlah/orang	%
1.	Laki – Laki	46	52,3
2.	Perempuan	42	47,7
	Jumlah	88	100

Berdasarkan Tabel.2 tersebut, diketahui bahwa dari 88 orang responden yang didapatkan, 46 orang diantaranya adalah laki-laki atau sebanyak 52,3% dan sisanya 42 orang atau sebanyak 47,7% adalah perempuan. Sehingga dalam penelitian ini, responden yang lebih dominan adalah laki - laki.

Tabel.3 Pekerjaan Warga Rw.05 dan Rw.06 Dusun Bringin Wetan

No.	Pekerjaan	Jumlah/orang	%
1.	Swasta	27	30,7
2.	PNS/ASN	4	4,5
3.	Wiraswasta	18	20,5
4.	Pelajar / Mahasiswa	14	15,9
5.	Tidak Bekerja	13	14,8
6.	Ibu Rumah tangga	8	9,1
7.	Pensiunan	4	4,5
	Jumlah	88	100

Berdasarkan Tabel.3 Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdekatan dengan perusahaan yaitu Rw.05 dan Rw.06 Dusun Bringin Wetan, Desa Bringin Bendo dengan berbagai macam latar pekerjaan. Berdasarkan tabel 2 tersebut dapat diketahui, bahwa pekerjaan di swasta lebih banyak dengan jumlah 27 orang atau sebanyak 30,7%, dan Wiraswasta 18 orang atau sebanyak 20,5%, Pelajar / Mahasiswa 14 orang atau sebanyak 15,9%, yang tidak bekerja 13 orang atau sebanyak 14,8%, sebagai Ibu Rumah Tangga 8 orang atau sebanyak 9,1%, Pensiunan dan PNS/ASN 4 orang atau sebanyak 4,5%.

Tabel 4 Usia Responden Rw.05 dan Rw.06 Dusun Bringin Wetan

No.	Usia	Jumlah	%
1	17-20	3	3,4
2	21-30	17	19,3
3	31-40	33	36,4
4	41-50	14	17
5	51-60	12	13,6
6	61-70	8	9,1
7	71-80	1	1,1
Total		88	100

Berdasarkan Tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa usia responden pada warga Rw.05 dan RW.06 pada rentang usia 17-20 tahun berjumlah 3 responden atau 3,4%, rentang usia 21-30 tahun sejumlah 17 atau 19,3%, rentang usia 31-40 tahun sejumlah 33 responden atau 36,4%, rentang usia 41 -50 tahun sejumlah 14 responden atau 17%, rentang usia 51-60 tahun sejumlah 12 responden atau 13,6%, rentang usia 61-70 tahun sejumlah 8 responden atau 9,1% dan usia 71-80 tahun sejumlah 1 responden atau 1,1%

Analisis Data

Tabel.5 Pengetahuan Masyarakat

No	Pertanyaan	%
1.	Masyarakat mengetahui tentang tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) secara umum ?	74,74%
2.	Masyarakat mengetahui kegiatan-kegiatan CSR PT. Charoend Pokphand Indonesia	76,5%
3.	Masyarakat memberi kesan dan pendapat terhadap kehadiran PT. Charoend Pokphand Indonesia dengan baik	83,4%
4.	Masyarakat mendukung kegiatan CSR yang dilakukan PT. Charoend Pokphand Indonesia	88,4%
Jumlah rata - rata		80,76%

Dari tabel 5 diatas dapat disimpulkan bahwa yang paling tinggi adalah pernyataan nomor empat sebanyak 88,4% yang masuk dalam kategori sangat baik dan yang paling terendah adalah pernyataan nomor satu sebanyak 74,74% masuk dalam kategori baik. Dari keempat pernyataan diatas bisa diketahui bahwa masyarakat mengetahui tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* secara umum dengan nilai 74,74% dan termasuk dalam kategori baik. Banyak warga yang tahu tentang *Corporate Social Responsibility*, mereka

mengetahui dari berbagai informasi terutama sosial media dan sosialisasi yang dilakukan oleh perusahaan.

Demikian juga dengan pengetahuan masyarakat tentang kegiatan-kegiatan CSR PT. Charoend Pokphand Indonesia termasuk dalam kategori baik dengan nilai 76,5% . Hal ini karena warga memang benar-benar mengetahui tentang kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Charoend Pokphand Indonesia.

Pengetahuan yang baik tentang CSR PT Charoend Pokphand Indonesia berlanjut pada kesan dan pendapat masyarakat dengan nilai 83,4% serta dukungan yang mendapat nilai 88,4% terhadap kegiatan CSR PT. Charoend Pokphand Indonesia, keduanya termasuk dalam kategori sangat baik. Hasil penelitian menunjukkan masyarakat sangat senang dengan adanya kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan karena masyarakat antusias berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan PT Charoend Pokphand Indonesia. Masyarakat sangat mendukung kegiatan – kegiatan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan, dengan membantu dan berpartisipasi merawat lingkungan, berperan dalam pembangunan dan aktif ikut membagikan bantuan dari perusahaan untuk diberikan kepada warga.

Keseluruhan rata – rata yang diperoleh adalah 80,76% termasuk dalam kategori sangat baik. Ini artinya masyarakat memang sangat senang dan antusias sekali serta ikut berperan aktif dalam program – program CSR PT. Charoend Pokphand Indonesia.

Tabel.6 Opini Responden terhadap CSR Bidang Ekonomi.

Wilayah atau RW	Ekonomi	
	Kepercayaan	Sikap
RW.05	75,90%	82,0%
RW.06	79,18%	80,40%
Rata – rata	77,54%	81,20%

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat di jelaskan bahwa rata-rata tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan CSR PT Charoend Pokphan Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur adalah 77,54%, dan termasuk dalam kategori sangat baik. Rata-rata sikap masyarakat terhadap kegiatan CSR PT Charoend Pokphan Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur adalah 81,2%, dan termasuk dalam kategori sangat baik.

Hal ini berarti, opini masyarakat dalam bidang ekonomi dalam kategori sangat baik, dikarenakan masyarakat sangat mendukung dan menyambut positif program CSR ekonomi. Berikut adalah penjelasan opini masyarakat terhadap kegiatan Corporate Social Responsibility PT Charoend Pokphan Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur dari masing-masing RW yang berada di Dusun Bringin Wetan.

Tabel.7 Opini Responden terhadap CSR Bidang Sosial

Wilayah atau RW	Sosial	
	Kepercayaan	Sikap
Rw.05	76,41%	81,00%
Rw.06	77,95%	83,26%
Rata – rata	77,18%	82,13%

Berdasarkan tabel.7 diatas dapat di jelaskan bahwa opini masyarakat dari tingkat rata rata kepercayaan mendapatkan nilai sebanyak 77,18% yang artinya

masuk dalam kategori baik. Rata – rata sikap masyarakat terhadap kegiatan CSR PT Charoend Pokphan Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur mendapatkan nilai sebanyak 82,13% yang artinya masuk dalam kategori sangat baik.

Hal ini berarti, opini masyarakat yang baik dalam bidang sosial ini sangat baik, dikarenakan masyarakat membutuhkan perhatian kepada perusahaan tentang apa yang selama ini mereka terima pada saat perusahaan beroperasi. Masyarakat sangat mendukung dan menyambut positif dengan program CSR sosial yang perusahaan berikan kepada masyarakat. Berikut adalah opini masyarakat terhadap kegiatan Corporate Social Responsibility PT Charoend Pokphan Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur dari masing-masing Rw yang berada di Dusun Bringin Wetan.

Tabel.8 Opini Responden terhadap CSR Bidang Pendidikan

Wilayah atau RW	Pendidikan	
	Kepercayaan	Sikap
Rw.05	80,00%	82,00%
Rw.06	83,26%	78,77%
Rata – rata	81,63%	80,39%

Berdasarkan tabel.8 diatas dapat di jelaskan bahwa rata – rata opini kepercayaan masyarakat bidang pendidikan sebesar 81,63% dan masuk dalam kategori sangat baik. Rata – rata opini sikap masyarakat yang baik dalam bidang pendidikan ini dikarenakan masyarakat bidang pendidikan sebesar 80,39% dan masuk dalam kategori baik.

Hal ini berarti, opini masyarakat dalam bidang pendidikan dalam kategori sangat baik, dikarenakan masyarakat sangat mendukung dan menyambut positif program CSR pendidikan. Berikut adalah penjelasan opini masyarakat terhadap kegiatan Corporate Social Responsibility PT Charoend Pokphan Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur dari masing-masing RW yang berada di Dusun Bringin Wetan.

Tabel.9 Opini Responden terhadap CSR Bidang Lingkungan

Wilayah atau RW	Lingkungan	
	Percaya	Sikap
Rw.05	73,33%	77,94%
Rw.06	83,70%	82,00%
Rata – rata	78,52%	79,97%

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat di jelaskan bahwa rata – rata opini masyarakat bidang lingkungan dari tingkat kepercayaan sebesar 78,52% dan masuk dalam kategori baik. Rata – rata nilai opini sikap masyarakat mendapatkan sebanyak 79,97% dan masuk dalam kategori baik.

Hal ini berarti, opini masyarakat dalam bidang pendidikan dalam kategori baik, dikarenakan masyarakat sangat mendukung dan menyambut positif program CSR lingkungan. Berikut adalah penjelasan opini masyarakat terhadap kegiatan Corporate Social Responsibility PT Charoend Pokphan Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur dari masing-masing RW yang berada di Dusun Bringin Wetan.

Pembahasan

Setelah melakukan analisis data dari kuesioner yang disebar kepada sejumlah responden, peneliti berhasil mendapatkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Corporate Social Marketing

Dalam program jenis *Corporate Social Marketing*, perusahaan akan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk merubah suatu perilaku masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam kampanye *Corporate Social Marketing* lebih banyak terfokus untuk mendorong suatu perubahan perilaku yang sangat berkaitan dengan beberapa isu yakni isu tentang kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan/ kerugian, lingkungan serta keterlibatan masyarakat (Kotler dalam Solihin: 2009). [4]

a. Ekonomi

Dalam bidang ekonomi bisa dikatakan masuk dalam kategori baik dan sangat baik, dilihat dari tabel diatas bahwa rata – rata yang dari tingkat kepercayaan 77,54% dan sikap memiliki nilai rata - rata sebanyak 81,20%.

b. Lingkungan

Dalam bidang lingkungan bisa dikatakan masuk dalam kategori baik, dilihat dari tabel diatas bahwa tingkat kepercayaan memiliki rata - rata sebanyak 78,52% dan sikap memiliki nilai rata - rata sebanyak 79,97%.

Sebenarnya Program *Corporate Social Marketing* yang dilaksanakan PT Chareond Pokphan Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur sudah banyak mendapatkan opini yang positif dimasyarakat, akan tetapi masih perlu adanya peningkatan dalam koordinasi dan pengawasan dalam penyaluran program bantuan. Namun masih ada beberapa keterangan yang mempunyai opini negative, masih ada beberapa warga yang mengatakan bahwa program yang dijalankan dan dilakukan kurang dapat pengawasan dan dianggap masih kurang. Hal ini dikarenakan masih banyak warga yang ingin program – progam yang dijalankan tidak hanya sekali saja, karena program yang dijalankan oleh perusahaan dinilai sudah cukup bagus.

2. Corporate Philantrophy

Dalam program jenis ini perusahaan dengan program *Corporate Philanthropy* memberikan kontribusi langsung dengan secara cuma-cuma (*charity*) dalam bentuk hibah tunai, sumbangan dan bentuk layanan lainnya. Kegiatannyayang dilakukan oleh PT. Chareond Pokphan adalah sebagai berikut:

a. Ekonomi

Dalam bidang ekonomi bisa dikatakan masuk dalam kategori baik dan sangat baik, dilihat dari tabel diatas bahwa tingkat kepercayaan memiliki rata – rata sebanyak 77,54% dan sikap memiliki nilai rata – rata sebanyak 81,20%.

b. Sosial

Dalam bidang ekonomi bisa dikatakan masuk dalam kategori baik dan sangat baik, dilihat dari tabel diatas bahwa setiap rw memiliki rata tingkat kepercayaan sebanyak 77,18% dan sikap memiliki nilai rata – rata sebanyak 82,13%.

c. Pendidikan

Dalam bidang pendidikan bisa dikatakan masuk dalam kategori sangat baik dan baik, dilihat dari tabel diatas bahwa rata-rata dari kepercayaan sebanyak 81,63% dan sikap memiliki nilai rata – rata sebanyak 80,39%.

d. Lingkungan

Dalam bidang lingkungan bisa dikatakan masuk dalam kategori baik, dilihat dari tabel diatas bahwa tingkat kepercayaan sebanyak 78,52% dan sikap sebanyak 79,97%.

Corporate Social Responsibility yang telah dilakukan oleh perusahaan mendapatkan opini yang bagus atau baik dari masyarakat Desa Bringin Bendo Rw.05 dan Rw.06, namun masih banyak yang harus dibenahi dalam cara pemberian atau penyampaiannya, karena dalam prosesnya kurang begitu tepat sasaran. Namun masih terdapatnya opini negatif dari masyarakat Dusun Bringin Wetan khususnya Rw.05 dan Rw.06 yang dekat dengan unit perusahaan yang sebagai pihak penerima bantuan menunjukkan ada rasa tidak puas terhadap bentuk dan jumlah bantuan yang diberikan, hal ini berakibat munculnya opini negatif dalam masyarakat. Opini masyarakat negatif muncul karena mereka merasa tidak pernah ikut menikmati dan merasakan manfaat dari program-program CSR perusahaan.

3. *Triple Bottom Line*

PT. Charoend Pokphan juga melaksanakan *Triple Bottom Line* yang diantanya ada 3 macam jenis, yaitu :

a. *Profit*

PT. Charoend Pokphan Indonesia sudah bisa meningkatkan produktivitasnya sehingga perusahaan bisa menggunakan pendapatannya untuk digunakan sebagai penjamin kelangsungan hidup perusahaan. salah satunya adalah dengan membagikan keuntungan tersebut melalui program *Corporate Social Responsibility* yang sudah dijalankan dari sejak berdirinya perusahaan. perusahaan juga menggunakan keuntungannya untuk dibagikan kepada masyarakat disekitar perusahaan, tidak hanya keuntungannya saja melainkan produk yang diproduksi juga diberikan kepada masyarakat sekitarnya.

b. *People*

PT. Charoend Pokphan sangat memperhatikan masyarakat yang berada dilingkungan sekitar perusahaan, perusahaan juga tidak ingin ada opini negatif yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan. karena perusahaan juga sadar bahwa masyarakat sekitar juga perlu diperhatikan dengan cara memberikan perhatian berupa program *Corporate Social Responsibility (CSR)* agar masyarakat bisa menerima kehadiran perusahaan.

c. *Planet*

PT. Charoend Pokphan Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur sangat memperhatikan lingkungan disekitar perusahaannya, termasuk dalam hal pelestarian lingkungan yang berada disekitar perusahaan. perusahaan juga memberikan banyak bantuan kepada masyarakat sekitar salah satunya adalah fogging atau penyemprotan nyamuk demam berdarah dan pengerukan sungai – sungai yang sudah dangkal agar aliran sungai bisa mengalir. Karena dengan seperti itu kondisi lingkungan akan menjadi

nayaman, sehat dan bersih serta ketersediaan sumber daya yang akan lebih terjamin kelangsungannya.

KESIMPULAN

Dari analisis data dan pembahasan yang sudah disuguhkan peneliti mengenai bahwa PT Charoen Pokphand Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur telah menjalankan dua kategori *Corporate Social Responsibility*, diantaranya : *Corporate Social Marketing* dan *Corporate*. Warga yang percaya dan tahu dengan adanya kegiatan program *Corporate Social Responsibility* Dibuktikan dari hasil CSR bidang ekonomi dengan rata – rata tingkat kepercayaan sebanyak 77,54% yang artinya baik, hasil CSR bidang sosial dengan rata – rata tingkat kepercayaan sebanyak 77,18% yang artinya baik, hasil CSR bidang ekonomi dengan rata – rata tingkat kepercayaan sebanyak 81,63% yang artinya sangat baik, hasil CSR bidang ekonomi dengan rata – rata tingkat kepercayaan sebanyak 78,52% yang artinya baik. Masyarakat memberi kesan dan pendapat terhadap kehadiran PT. Charoend Pokphand Indonesia dengan baik yang memperoleh nilai 83,4% yang artinya sangat baik dan Masyarakat mendukung kegiatan CSR yang dilakukan PT. Charoend Pokphand Indonesia yang memperoleh nilai 88,4% yang artinya sangat baik.

Dari keseluruhan opini masyarakat terhadap kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan oleh PT Charoend Pokphand Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur sudah termasuk dalam kategori baik, akan tetapi masih terdapat opini negatif dari masyarakat atau masyarakat yang disebabkan dari beberapa faktor yang ada dilapangan, Penilaian masyarakat untuk PT Charoend Pokphand Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur adalah kurangnya pengawasan dan pengontrolan terhadap bantuan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga masyarakat beranggapan bahwa ada beberapa program yang awalnya sudah bagus tapi akhirnya tidak terurus dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak lepas dari adanya dukungan dari berbagai pihak. Pihak Kehumasan PT. Charoen Pokphand Indonesia – Sidoarjo Jawa yang telah memberi kesempatan yang luar biasa dalam penelitian ini. Bapak Kepala desa Bringin Bendo, Bidang Kasie Pemerintahan Bringin Bendo, Ketua RW dan Ketua RT Desa Bringin Bendo dan seluruh warga masyarakat Bringin Bendo yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini dalam pemenuhan data guna kelancaran penelitian. Tidak lupa juga kedua orang tua dan semua teman yang memberikan dukungan semangat untuk menyelesaikan penelitian. Dengan demikian, penulis dapat menyampaikan rasa terima kasih yang sangat besar untuk semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Besar harapan penulis untuk dapat berguna dan menjadikan penelitian ini terus bermanfaat bagi kita semua.

REFERENSI

- [1] Arikunto S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- [2] Nazir M. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- [3] Rahmat J. (2002). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [4] Rasyid A., Saleh A., Cangara H., Priatna W. B., (2015). *Komunikasi dalam CSR Perusahaan: Pemberdayaan Masyarakat dan Membangun Citra Positif di Perusahaan PTPN V Kota Pekanbaru*. *Jurnal MIMBAR* Vol. 31, No. 2, Desember 2015. 507-518
- [5] Ridwan. (2013). *Dasar – dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- [6] Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi, Konsepsi Dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- [7] Solihin, Ismail. 2008. *Corporate Social Responsibility, From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- [8] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [9] Sujianto E. A. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Publisher
- [10] [Online]. Available : (<https://cpfi.cp.co.id/about-sub.php?mid=pendidikan>) [Accessed march. 3, 2021]
- [11] [Online]. Available : <https://cpfi.cp.co.id/about-sub.php?mid=event> [Accessed march. 3, 2021]

SURAT PERNYATAAN SESUAI PANDUAN PENULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Muhammad Fasikhul Lisani
NIM : 162022000011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial

MENYATAKAN bahwa, artikel ilmiah saya dengan rincian :

Judul : Opini Masyarakat Terhadap Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Charoen Pokphand Indonesia – Sidoarjo Jawa Timur.
Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Opini Masyarakat , *Corporate Pilantrophy*, *Corporate Social Marketing*.

TELAH :

1. Disesuaikan dengan petunjuk penulisan dari jurnal ilmiah di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berdasarkan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang standar penulisan Karya Ilmiah dan Plagiarisme di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
2. Lolos uji cek kesamaan sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Serta **BELUM PERNAH** dan **TIDAK AKAN** dikirimkan ke jurnal ilmiah manapun, tanpa seizing dari pusat pengembangan Publikasi Ilmiah UMSIDA.

Demikian pernyataan dari saya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.
Terima Kasih.

Sidoarjo, 22 Juni 2021

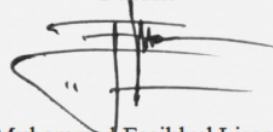
Mengetahui

Dosen Pembimbing



Ainur Rochmaniah, S.Sos., M.Si
NIDN : 0721126903

Pepulis



(Muhammad Fasikhul Lisani)
NIM : 162022000011

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ojs.umsida.ac.id Internet Source	4%
2	repository.wima.ac.id Internet Source	3%
3	media.neliti.com Internet Source	3%
4	library.binus.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On