

Indek Kepuasan Masyarakat Terhadap Kinerja CSR PT Mifa Bersaudara Tahun 2024

Tengku Kaddhafi Al Munir

PT Mifa Bersaudara

(tengku.khaddafi@mifacoal.co.id)

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is a very important and strategic element in a company's activities. Important because social responsibility reflects the company's obligations to the surrounding environment and society. Strategic because social responsibility is an integral part of the company's operations. So that the company can live, grow, and develop well, support from the community is very important. The community is not only a user of products and a source of human resources but also a partner in the company's success. Therefore, companies must pay attention to the interests of the community and preserve the environment, not just focus on profit acquisition alone.

Keywords:

Aceh Barat, Mifa Bersaudara, IKM

Abstrak

Tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility atau CSR) merupakan elemen yang sangat penting dan strategis dalam kegiatan perusahaan. Penting karena tanggung jawab sosial mencerminkan kewajiban perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan masyarakat. Strategis karena tanggung jawab sosial adalah bagian integral dari operasional perusahaan. Agar perusahaan dapat hidup, tumbuh, dan berkembang dengan baik, dukungan dari masyarakat sangatlah penting. Masyarakat tidak hanya sebagai pengguna produk dan sumber daya manusia, tetapi juga sebagai mitra dalam keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kepentingan masyarakat dan melestarikan lingkungan, tidak hanya berfokus pada perolehan keuntungan semata.

Kata Kunci:

Aceh Barat, Mifa Bersaudara, IKM

Introduction

Tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility atau CSR) merupakan elemen yang sangat penting dan strategis dalam kegiatan perusahaan. Penting karena tanggung jawab sosial mencerminkan kewajiban perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan masyarakat. Strategis karena tanggung jawab sosial adalah bagian integral dari operasional perusahaan. Agar perusahaan dapat hidup, tumbuh, dan berkembang dengan baik, dukungan dari masyarakat sangatlah penting. Masyarakat tidak hanya sebagai pengguna produk dan sumber daya manusia, tetapi juga sebagai mitra dalam keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kepentingan masyarakat dan melestarikan lingkungan, tidak hanya berfokus pada perolehan keuntungan semata.

Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74 ayat (1) menyebutkan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau terkait dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat (2) menegaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban yang harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan, serta pelaksanaannya harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Sementara itu, ayat (3) menyatakan bahwa perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban ini dapat dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Sejak memulai operasinya pada tahun 2005, PT Mifa Bersaudara telah aktif dalam melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR). Annual Report PT Mifa Bersaudara tahun 2013 mengungkapkan bahwa perusahaan selalu menempatkan masyarakat sekitar sebagai prioritas dalam mendukung kegiatan operasionalnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu langkah konkret yang dilakukan adalah dengan merekrut tenaga kerja dari komunitas lokal. Selain itu, perusahaan secara berkelanjutan berupaya meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui berbagai program pengembangan sumber daya manusia.

Salah satu tantangan utama dalam pelaksanaan Program CSR PT Mifa Bersaudara sejak awal beroperasi adalah memastikan ketepatan dan keselarasan Program CSR dengan kebutuhan Masyarakat. Keselarasan ini sering menjadi sumber konflik karena beragam kebutuhan Masyarakat dan inisiasi kebutuhan yang kadang kala kurang partisipatif. Idealnya CSR seharusnya meningkatkan kapasitas dan kualitas hidup masyarakat serta menunjukkan tanggung jawab terhadap lingkungan namun di sini penafisran mulai muncul dan sulit menemukan kesepahaman yang sama.

Beberapa pertanyaan penting muncul terkait implementasi CSR PT Mifa Bersaudara seperti apakah program CSR mencakup semua aspek inti dari ISO 26000? Penting juga untuk mengetahui apakah framework CSR dirancang sejak awal untuk memastikan keberlanjutan program.

Dalam 16 tahun implementasi CSR, harus ditentukan bantuan mana yang berkelanjutan, pilar mana yang menonjol atau kurang memuaskan, dan faktor-faktor apa yang mungkin menyebabkan bantuan CSR belum maksimal. Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi dasar penting untuk mengukur Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan mengevaluasi efektivitas CSR PT Mifa Bersaudara.

Pengukuran dan evaluasi CSR sangat penting baik bagi perusahaan maupun masyarakat. Hasil penelitian ini akan menjadi acuan untuk mereview dan memperbaiki program bantuan CSR di masa depan. Bagi pemerintah, hasil ini berguna untuk menilai kepatuhan perusahaan terhadap pelaksanaan CSR dan dampaknya terhadap Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Aceh, serta kesesuaian dengan Sustainable Development Goals (SDGs) PBB untuk mengurangi kemiskinan global.

Bentuk atau Model *Corporate Social Responsibility*

Empat model CSR yang dikemukakan oleh Hartman, Des Jardins, dan Macdonald, dalam buku *Business Ethics, Decision making for Personal Integrity & Social Responsibility*, yaitu: *Economic View of CSR*

Economic View of CSR memandang tanggung jawab sosial sebuah perusahaan sesuai dengan apa yang menjadi tanggung jawab perusahaan tersebut. Tanggung jawab tersebut terdiri dari 3 tingkatan, yakni apakah perusahaan tidak menimbulkan kerusakan, apakah perusahaan telah melakukan segala daya upaya untuk mencegah timbulnya kerusakan dan yang paling terakhir adalah apakah perusahaan selalu konsisten untuk melakukan kebaikan dan membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik.

Philanthropic Model of CSR

Sumbangan uang, barang, atau karya lainnya kepada orang yang membutuhkan adalah salah satu cara untuk menunjukkan rasa kasih sayang kepada orang lain. Ini dikenal sebagai filantropi. Philanthropy juga digunakan untuk tujuan sosial lain. Dengan menggunakan model filantropi ini, perusahaan dapat membangun citra yang baik, dan membangun hubungan dan reputasi yang baik dengan masyarakat dan komunitas setempat. Dalam situasi seperti ini, beberapa perusahaan dapat membantu meningkatkan reputasi perusahaan mereka di mata publik dengan mendukung seni, museum, teater, atau program pendidikan.

Social Web Model of CSR

Social Web Model of CSR berpandangan bahwa perusahaan dalam menjalankan bisnis memiliki keterkaitan dengan masyarakat, di mana perusahaan tersebut berlokasi. Perusahaan tidak hanya berkonsentrasi pada pertanggungjawaban terhadap bisnis yang dijalankan. Perusahaan juga mempunyai tanggung jawab terhadap karyawan yakni memberikan hak karyawan walaupun tidak terikat dengan hukum seperti hak karyawan seperti hak keselamatan dan kesehatan kerja, hak karyawan untuk privasi dan proses pekerjaan karyawan. Salah satu contoh praktek social web model adalah "teori *stakeholder*", teori ini menjelaskan bahwa perusahaan bukan hanya sekedar entitas semata yang hanya melakukan kepentingan perusahaan sendiri akan tetapi memberikan nilai-nilai maupun manfaat kepada *stakeholdernya* seperti: pemegang saham, karyawan, konsumen, supplier, pemerintah dan lain-lain.

Integrative Model of CSR

Integrative model of CSR memperluas wawasan bahwa perusahaan yang berbasis profit dapat juga memiliki tujuan sosial sebagai pusat dari misi strategis perusahaan. Dalam dua bidang khususnya, *social entrepreneurship* dan *sustainability*, Perusahaan mengintegrasikan antara profit dan tanggungjawab sosial. Dikarenakan perusahaan ini membawa tujuan sosial sebagai *core business model*, terintegrasi sepenuhnya antara tujuan ekonomi dan sosial, maka perusahaan ini dapat disebut dengan *integrative model of CSR*. Dalam pandangan ini berpendapat bahwa bisnis bergantung oleh masyarakat untuk keberlangsungan dan pertumbuhan bahkan eksistensi perusahaan tersebut sendirinya. Tuntutan sosial dianggap sebagai cara di mana masyarakat berinteraksi dengan bisnis dan memberikan legitimasi dan prestise tertentu. Manajemen perusahaan harus mempertimbangkan tuntutan sosial, dan mengintegrasikan mereka sedemikian rupa bahwa bisnis beroperasi sesuai dengan nilai sosial.¹ Dari keempat itu model CSR, PT Mifa Bersaudara menerapkan model kombinasi atau modifikasi dari *Philanthropic Model of CSR* lewat berbagai bantuan yang dilakukan selama ini. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah bantuan seperti pembangunan infrastruktur, atau bantuan untuk peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang diserahkan tanpa perlu mengembalikan modal awal ke pemilik bantuan (hibah), sasaran dari program tersebut bukan hanya untuk kelompok miskin tetapi juga kepada semua lapisan masyarakat di suatu wilayah.

¹Said, Achmad Lamo. *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*. (Deepublish, 2018)

Methods (12pt, bold)

Pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan evaluasi kinerja Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilakukan menggunakan pendekatan penelitian mixed method.² Mixed method adalah metode penelitian yang menggabungkan teknik kuantitatif dan kualitatif dalam satu studi untuk memahami masalah penelitian secara lebih komprehensif. Mixed Method *is a procedure for collecting, analyzing, and "mixing" both quantitative and qualitative research and methods in a single study to understand a research problem.*³

Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memanfaatkan kekuatan masing-masing metode untuk memberikan gambaran yang lebih luas dan mendalam mengenai kinerja Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan Corporate Social Responsibility (CSR). Data kuantitatif memberikan informasi yang terukur dan dapat dihitung, sementara data kualitatif memberikan wawasan tentang konteks dan makna di balik angka-angka tersebut.

Model mixed method yang digunakan dalam penelitian ini adalah sequential explanatory, di mana penelitian dimulai dengan pendekatan kuantitatif diikuti oleh pendekatan kualitatif.⁴ Penggunaan model sequential explanatory dipilih karena penelitian dilakukan dalam dua fase yang saling berurutan.⁵

Fase pertama adalah pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur tingkat IKM terhadap program CSR PT Mifa Bersaudara. Pada fase ini, tim peneliti mengumpulkan data dengan mengedarkan angket yang telah disusun untuk mengukur persepsi penerima manfaat dari program CSR. Data yang diperoleh dari angket ini digunakan untuk menghitung skor kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR di area implementasi PT Mifa Bersaudara.

Fase kedua adalah pendekatan kualitatif, di mana hasil survei IKM dari fase pertama dijadikan dasar analisis lebih mendalam. Pada fase ini, evaluasi program CSR dilakukan menggunakan pendekatan teori sustainability compass dalam kerangka ISO 26000. Evaluasi kualitatif bertujuan untuk memahami konteks dan faktor-faktor yang mempengaruhi hasil kuantitatif serta untuk memberikan rekomendasi berbasis temuan dari fase pertama.

Deskripsi Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat

Angket untuk mengukur Indeks Kepuasan Masyarakat yang dirumuskan sebanyak 13 item pernyataan/pengamatan dan untuk mengukur *Corporate Communication* dirumuskan sebanyak 8 item pernyataan/pengamatan.

Angket untuk mengukur persepsi masyarakat terhadap CSR yang telah dilaksanakan PT Mifa Bersaudara terdiri dalam 8 pilar yaitu: Pendidikan, Kesehatan, Tingkat Pendapatan Rill (Pekerjaan), Kemandirian Ekonomi, Sosial Budaya dan Keagamaan, Partisipasi Pengelolaan Lingkungan yang Berkelanjutan, Pembangunan Infrastruktur yang Menunjang CSR (PPKM), dan Pembentukan Kelembagaan Komunitas Masyarakat.

Tabel 1

Butir-Butir Pernyataan untuk Mengukur Kepuasan Masyarakat Terhadap CSR PT MIFA Bersaudara

Judith Schoonenboom and R. Burke Johnson, *How to Construct a Mixed Methods Research Design* (nih.gov), diakses 27 August 2024.

³Abraham S Fichler, *Mixed Methods*, http://www.fischlerschool.nova.edu/resources/uploads/app/35/files/arcdoc/mixed_methods.pdf, diakses 3 August 2021

⁴ Creswell, *Research Design*, di dalam *Creswell-Cap-10.pdf* (ceil-conicet.gov.ar), diakses 5 Juli 2024.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (2012, hal.42). Bandung: Alfabeta.

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Alternatif tanggapan responden
1	Pelibatan masyarakat di dalam Perencanaan Program CSR	(4) masyarakat diikutkan dalam pembahasan dari awal perencanaan; (3) dilibatkan pada tahap akhir program; (2) dilibatkan tokoh masyarakat saja; (1) Tidak dilibatkan sama sekali. [Pendidikan]
2	Kejelasan persyaratan administratif dan teknis dalam pengajuan Program CSR	(4) persyaratan administratif dan teknis jelas dan mudah; (3) persyaratan jelas; (2) terlalu banyak dan persyaratan rumit; (1) tidak ada kejelasan.
3	Kesederhanaan alur pelayanan/tahapan pelayanan pengaduan CSR	(4) Alur sederhana, singkat, ramah dalam pelayanan, dan satu pintu layanan; (3) alur sederhana dan mudah dipahami; (2) alur pelayanan berubah-ubah; (1) alur pelayanan berbelit-belit.
4	Keadilan pelayanan kepada masyarakat penerima program CSR	(4) sesuai dengan tingkat kebutuhan; (3) Memperlakukan masyarakat dengan adil tanpa ada faktor penentu lain; (2) Layanan aduan tergantung pelapor; (1) berbasis jenis kelamin.
5	Kecukupan pendanaan yang disediakan berdasarkan program yang telah disetujui	(4) Dana yang dibutuhkan sesuai RAB yang disepakati; (3) Dana yang dibutuhkan 10% kurang RAB yang disepakati; (2) Dana yang dibutuhkan 20% kurang RAB yang disepakati; (1) Dana yang dibutuhkan 30% kurang RAB yang disepakati;
6	Kesesuaian persyaratan bantuan Program CSR dengan jenis pelayanannya yang diberikan perusahaan	(4) Sangat Sesuai; (3) Sesuai; (2) Kurang Sesuai; dan (1) Tidak Sesuai.
7	Kejelasan dan kepastian pendamping Program CSR dari Perusahaan	(4) Sangat jelas, pasti, dan berfungsi; (3) jelas dan pasti. tapi tidak berfungsi; (2) Kurang kejelasan dan kepastian; (1) tidak ada kejelasan. dan kepastian.
8	Kesesuaian besaran biaya Program CSR yang dibayarkan dengan besaran biaya yang telah ditetapkan (diumumkan)	(4) Sangat Sesuai; (3) Cukup Sesuai; (2) Kurang Sesuai; (1) Tidak Sesuai
9	Ketepatan waktu realisasi Program CSR dengan jadwal yang ditetapkan	(4) Sangat Tepat (3) Cukup Tepat (2) Kurang tepat (1) Tidak Tepat.

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Alternatif tanggapan responden
10	Responsive dan Kecepatan pendamping dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan masyarakat	(4) Sangat Responsive dan Sangat Cepat (3) Cukup responsinve dan Cukup Cepat (2) Kurang Responsive dan Kurang Cepat (1) Tidak responsive dan tidak Cepat.
11	Program CSR yang dilakukan nyaman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan penerima CSR	(4) Sangat nyaman; (3) Cukup nyaman; (2) Kurang nyaman; (1) Tidak nyaman.
12	Terjaminnya keamanan sarana dan prasarana yang digunakan penerima Program CSR	(4) Sangat terjamin keamanan; (3) Cukup terjamin keamanan; (2) Kurang jaminan keamanan; (1) tidak ada jaminan keamanan
13	Pembinaan tatakelola dan teknis untuk keberlanjutan Program CSR	(4) Sangat Terbina Tatakelola dan teknis; (3) Cukup Terbina Tatakelola dan Teknis; (2) Kurang Terbina Tatakelola dan Tekns; (1) Tidak ada pembinaan Tatakeoa dan Teknis.

Berdasarkan tabel di atas ada 13 parameter yang diukur, jadi nilai IKM dihitung dengan menggunakan “nilai rata-rata tertimbang” masing-masing unsur pelayanan. Dalam penghitungan indeks kepuasan masyarakat terhadap 13 parameter pelayanan yang dikaji, setiap parameter pelayanan memiliki penimbang dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Bobot nilai tertimbang} = \frac{\text{jumlah bobot}}{\text{Jumlah paramater}} = \frac{1}{13} = 0,077$$

Untuk memperoleh nilai IKM unit pelayanan digunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{IKM} = \frac{\text{Total dari nilai Persepsi Tiap Paramter}}{\text{Total Parameter yang terisi}} \times \text{Nilai Penimbang}$$

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKM yaitu antara 25-100, maka hasil penilaian tersebut diatas dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{IKM Unsur Pelayanan} \times 25$$

Tiap butir angket/parameter tersebut, respon yang diberikan masyarakat disediakan pilihannya dalam bentuk persepsi kualitatif: jika alternatif respon item yang dipilih adalah (1) maka bermakna *sangat tidak puas*, jika alternatif respon item yang dipilih adalah (2) maka bermakna *tidak puas*, jika alternatif respon item yang dipilih adalah (3) maka bermakna *puas*, dan jika alternatif respon item yang dipilih adalah (4) maka bermakna *sangat puas*. Selanjutnya, persepsi tersebut dikonversi ke dalam data kuantitatif dan kualitatif sebagaimana yang terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2
Skala Persepsi, Nilai Interval IKM, Nilai Interval Konversi

Nilai Persepsi	Nilai Interval (NI)	Nilai Interval Konversi (NIK)	Mutu Layanan (x)	Kinerja Unit Layanan (y)	Tingkat Kepuasan (TK)
1	1,00-1,75	25,00-43,75	D	Tidak Baik	Sangat Tidak Puas

2	1,76-2,50	43,76-62,50	C	Kurang Baik	Tidak Puas
3	2,51-3,25	62,51-81,25	B	Baik	Puas
4	3,26-4,00	81,26-100,0	A	Baik Sekali	Sangat Puas

Sumber: *Adaptasi dari Permenpan No. 14 tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan IKM*

Selanjutnya, jumlah responden keseluruhan dalam penelitian ini 519 orang, dengan rincian responden masing-masing pilar adalah sebagaimana tabel 9 berikut ini:

Tabel 3
Sebaran responden untuk masing-masing pilar

No.	Pilar/pilar CSR	Jumlah responden
1	Pendidikan	37
2	Kesehatan	42
3	Pendapatan Real dan Pekerjaan	102
4	Partisipasi Pengelolaan Lingkungan	32
5	Sosial Budaya dan Agama	159
6	Kemandirian Ekonomi	49
7	Pembentukan Kelembagaan Komunitas Masyarakat Dalam Menunjang Kemandirian PPM	52
8	Infrastruktur Penunjang	46
Jumlah		519

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden untuk tiap pilar CSR sudah sangat memadai untuk diperoleh informasi tentang persepsi masyarakat terhadap CSR yang telah dilaksanakan oleh PT Mifa Bersaudara di desa sekitar tambang.

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap CSR dalam Pilar Pendidikan

Nilai IKM hasil survey kepuasan masyarakat terhadap CSR dalam *pilar pendidikan* yang telah dilaksanakan oleh PT MIFA Bersaudara dengan jumlah responden 37 orang sebagai penerima manfaat, dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4
Rata-rata IKM, Konversi IKM, dan Kinerja Mutu Layanan dalam Pilar Pendidikan

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
1	Pelibatan masyarakat di dalam Perencanaan Program CSR.	3.30	82.43	Sangat Puas
2	Kejelasan persyaratan administratif dan teknis dalam pengajuan Program CSR.	3.38	84.46	Sangat Puas

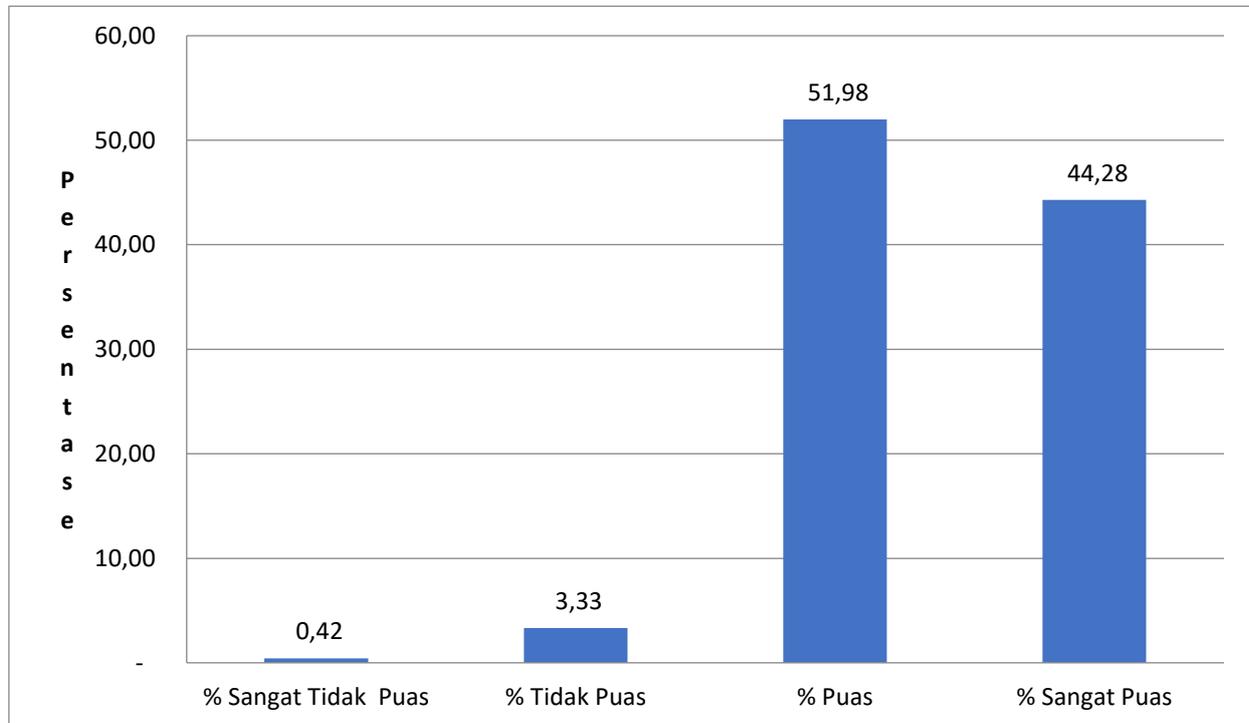
No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
3	Kesederhanaan alur pelayanan/tahapan pelayanan pengaduan CSR.	3.41	85.14	Sangat Puas
4	Keadilan pelayanan kepada masyarakat penerima program CSR.	3.41	85.14	Sangat Puas
5	Kecukupan pendanaan yang disediakan berdasarkan program yang telah disetujui.	3.46	86.49	Sangat Puas
6	Kesesuaian persyaratan bantuan Program CSR dengan jenis pelayanannya yang diberikan perusahaan.	3.51	87.84	Sangat Puas
7	Kejelasan dan kepastian pendamping Program CSR dari perusahaan.	3.54	88.51	Sangat Puas
8	Kesesuaian besaran biaya Program CSR yang dibayarkan dengan besaran biaya yang telah ditetapkan.	3.41	85.14	Sangat Puas
9	Ketepatan waktu realisasi Program CSR dengan jadwal yang ditetapkan.	3.38	84.46	Sangat Puas
10	Responsive dan Kecepatan pendamping dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan masyarakat.	3.19	79.73	Puas
11	Program CSR yang dilakukan nyaman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan penerima CSR.	3.46	86.49	Sangat Puas
12	Terjaminnya keamanan sarana dan prasarana yang digunakan penerima Program CSR.	3.46	86.49	Sangat Puas
13	Pembinaan tatakelola dan teknis untuk keberlanjutan Program CSR.	3.32	83.11	Sangat Puas
Nilai rata-rata IKM pilar pendidikan dan kategori persepsinya		3.40	85,03	Sangat Puas

Berdasarkan data pada tabel di atas diperoleh informasi bahwa CSR PT Mifa Bersaudara untuk *pilar pendidikan* hampir semua indikator menunjukkan persepsi masyarakat sangat puas, sehingga secara umum rata-rata IKM-nya adalah 3,40 dan konversi nilai IKM-nya 85,03, berarti persepsi masyarakat penerima manfaat untuk pilar pendidikan termasuk dalam kategori “Sangat **Puas**”. Walaupun demikian ada satu item pengamatan yang termasuk kategori “**Puas**” dalam hal: Responsive dan Kecepatan pendamping dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan masyarakat.

Grafiknya secara keseluruhan untuk tiap item pada pilar pendidikan dapat dicermati sebagaimana gambar dibawah. Berdasarkan 1, persentase masyarakat yang “puas” dan “sangat puas” mencapai 96,26%, dan persentase masyarakat yang masih “sangat tidak puas” dan “tidak puas” hanya 3,74%.

Hal ini perlu terus dipertahankan dan ditingkatkan untuk masa-masa yang akan datang. Namun demikian, ketidakpuasan sebagian kecil masyarakat (3,74%) tetap tidak boleh diabaikan. Ketidakpuasan terhadap program CSR dalam bidang pendidikan ini disebabkan

program-program yang dijalankan masih belum mampu memenuhi semua ekspektasi masyarakat. Misalnya, masyarakat berharap di sekitar gampong mereka tersedia contoh pendidikan yang bermutu yang dikelola (didanai/difasilitasi) langsung oleh PT Mifa Bersaudara sehingga dapat menjadi contoh bagi masyarakat bagaimana seharusnya mengelola pendidikan yang bermutu dan berdaya saing. Ternyata sampai saat ini hal itu belum bisa diwujudkan.



Grafik 1 Persentase kepuasan masyarakat terhadap pilar pendidikan

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap CSR dalam Pilar Kesehatan

Nilai IKM hasil survey kepuasan masyarakat terhadap CSR dalam *pilar kesehatan* yang telah dilaksanakan oleh PT MIFA Bersaudara dengan jumlah responden 42 orang sebagai penerima manfaat, dapat dilihat dalam tabel berikut:

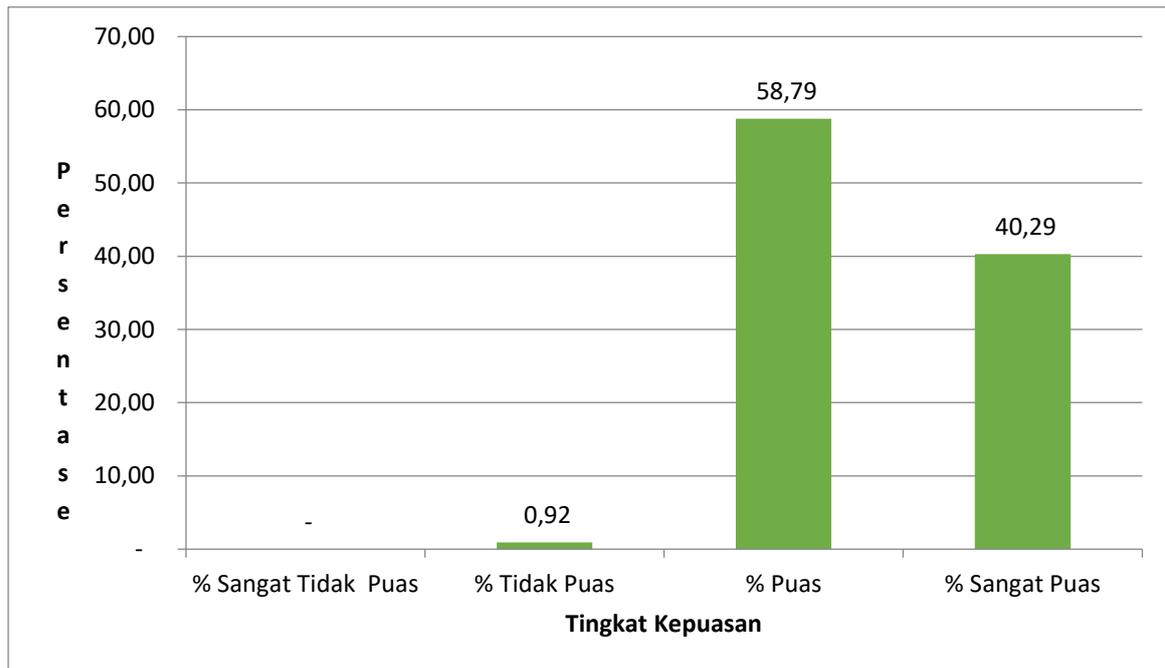
Tabel 5
Rata-rata IKM, Konversi IKM, dan Kinerja Mutu Layanan dalam Pilar Kesehatan

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
1	Pelibatan masyarakat di dalam Perencanaan Program CSR.	3.36	83.93	Sangat Puas
2	Kejelasan persyaratan administratif dan teknis dalam pengajuan Program CSR.	3.48	86.90	Sangat Puas
3	Kesederhanaan alur pelayanan/tahapan pelayanan pengaduan CSR.	3.40	85.12	Sangat Puas
4	Keadilan pelayanan kepada masyarakat penerima program CSR.	3.43	85.71	Sangat Puas

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
5	Kecukupan pendanaan yang disediakan berdasarkan program yang telah disetujui.	3.45	86.31	Sangat Puas
6	Kesesuaian persyaratan bantuan Program CSR dengan jenis pelayanannya yang diberikan perusahaan.	3.43	85.71	Sangat Puas
7	Kejelasan dan kepastian pendamping Program CSR dari perusahaan.	3.40	85.12	Sangat Puas
8	Kesesuaian besaran biaya Program CSR yang dibayarkan dengan besaran biaya yang telah ditetapkan.	3.29	82.14	Sangat Puas
9	Ketepatan waktu realisasi Program CSR dengan jadwal yang ditetapkan.	3.36	83.93	Sangat Puas
10	Responsive dan Kecepatan pendamping dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan masyarakat.	3.45	86.31	Sangat Puas
11	Program CSR yang dilakukan nyaman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan penerima CSR.	3.29	82.14	Sangat Puas
12	Terjaminnya keamanan sarana dan prasarana yang digunakan penerima Program CSR.	3.40	85.12	Sangat Puas
13	Pembinaan tatakelola dan teknis untuk keberlanjutan Program CSR.	3.38	84.52	Sangat Puas
Nilai rata-rata IKM pilar kesehatan dan kategori persepsinya		3.39	84,84	Sangat Puas

Berdasarkan data pada table di atas diperoleh informasi bahwa CSR PT Mifa Bersaudara untuk **pilar kesehatan** semua parameter persepsi masyarakat tergolong “sangat puas”, secara umum rata-rata IKM-nya adalah 0,92 dan konversi nilai IKM-nya 99,08, berarti persepsi masyarakat penerima manfaat untuk pilar kesehatan termasuk dalam kategori “**Sangat Puas**”. Grafiknya secara keseluruhan untuk tiap item pada pilar “kesehatan” dapat dicermati sebagaimana gambar 10 berikut ini:

Berdasarkan grafik 2, persentase masyarakat yang “puas” dan “sangat puas” berjumlah 99,08%, sedangkan persentase masyarakat yang “sangat tidak puas” dan “tidak puas” untuk pilar CSR kesehatan sangat kecil hanya 0,92%.



Grafik 2 Persentase Kepuasan masyarakat terhadap pilar kesehatan

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap CSR dalam Pilar Tingkat Pendapatan Riil (Pekerjaan)

Nilai IKM hasil survey kepuasan masyarakat terhadap CSR dalam *pilar tingkat pendapatan riil (pekerjaan)* yang telah dilaksanakan oleh PT Mifa Bersaudara dengan jumlah responden 102 orang sebagai penerima manfaat, dapat dilihat dalam tabel berikut:

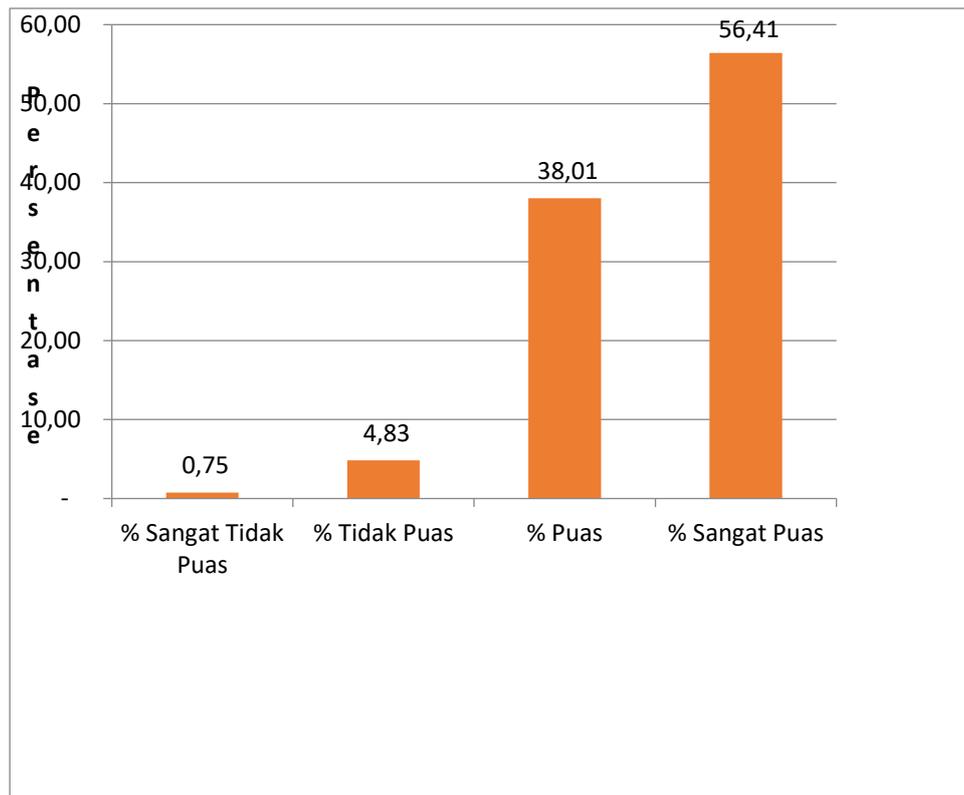
Tabel 6
 Rata-rata IKM, Konversi IKM, dan Kinerja Mutu Layanan dalam

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
1	Pelibatan masyarakat di dalam Perencanaan Program CSR.	3.34	83.58	Sangat Puas
2	Kejelasan persyaratan administratif dan teknis dalam pengajuan Program CSR.	3.64	90.93	Sangat Puas
3	Kesederhanaan alur pelayanan/tahapan pelayanan pengaduan CSR.	3.65	91.18	Sangat Puas
4	Keadilan pelayanan kepada masyarakat penerima program CSR.	3.58	89.46	Sangat Puas
5	Kecukupan pendanaan yang disediakan berdasarkan program yang telah disetujui.	3.35	83.82	Sangat Puas
6	Kesesuaian persyaratan bantuan Program CSR dengan jenis pelayanannya yang diberikan perusahaan.	3.56	88.97	Sangat Puas

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
7	Kejelasan dan kepastian pendamping Program CSR dari perusahaan.	3.58	89.46	Sangat Puas
8	Kesesuaian besaran biaya Program CSR yang dibayarkan dengan besaran biaya yang telah ditetapkan.	3.38	84.56	Sangat Puas
9	Ketepatan waktu realisasi Program CSR dengan jadwal yang ditetapkan.	3.30	82.60	Sangat Puas
10	Responsive dan Kecepatan pendamping dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan masyarakat.	3.58	89.46	Sangat Puas
11	Program CSR yang dilakukan nyaman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan penerima CSR.	3.55	88.73	Sangat Puas
12	Terjaminnya keamanan sarana dan prasarana yang digunakan penerima Program CSR.	3.49	87.25	Sangat Puas
13	Pembinaan tatakelola dan teknis untuk keberlanjutan Program CSR.	3.51	87.75	Sangat Puas
Nilai rata-rata IKM pilar Tingkat Pendapatan Rill atau Pekerjaan dan kategori persepsinya		3.50	87,52	Sangat Puas

Berdasarkan data pada tabel di atas diperoleh informasi bahwa CSR PT Mfa Bersaudara untuk *pilar Tingkat Pendapatan Rill atau Pekerjaan*, semua parameter yang diukur termasuk dalam kategori sangat puas, secara umum rata-rata IKM-nya adalah 3,50 dan konversi nilai IKM-nya 87,52, berarti persepsi masyarakat penerima manfaat untuk pilar “Tingkat Pendapatan Rill atau Pekerjaan” termasuk dalam kategori **“Sangat Puas”**. Grafiknya secara keseluruhan untuk tiap item pada pilar Tingkat Pendapatan Rill atau Pekerjaan dapat dicermati sebagaimana grafik berikut ini.

Berdasarkan grafik 6, persentase masyarakat yang “puas” dan “sangat puas” tetap cukup tinggi yaitu 94,42% dan persentase masyarakat yang “sangat tidak puas” dan “tidak puas” untuk pilar “pendapatan rill atau pekerjaan” ada 5,58%.



Grafik 3 Tingkat Kepuasan Pilar Pendapatan Riil

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap CSR dalam Pilar Partisipasi Pengelolaan Lingkungan

Nilai IKM hasil survey kepuasan masyarakat terhadap CSR dalam *pilar Partisipasi Pengelolaan Lingkungan* yang telah dilaksanakan oleh PT Mifa Bersaudara dengan jumlah responden 32 orang sebagai penerima manfaat, dapat dilihat dalam tabel berikut:

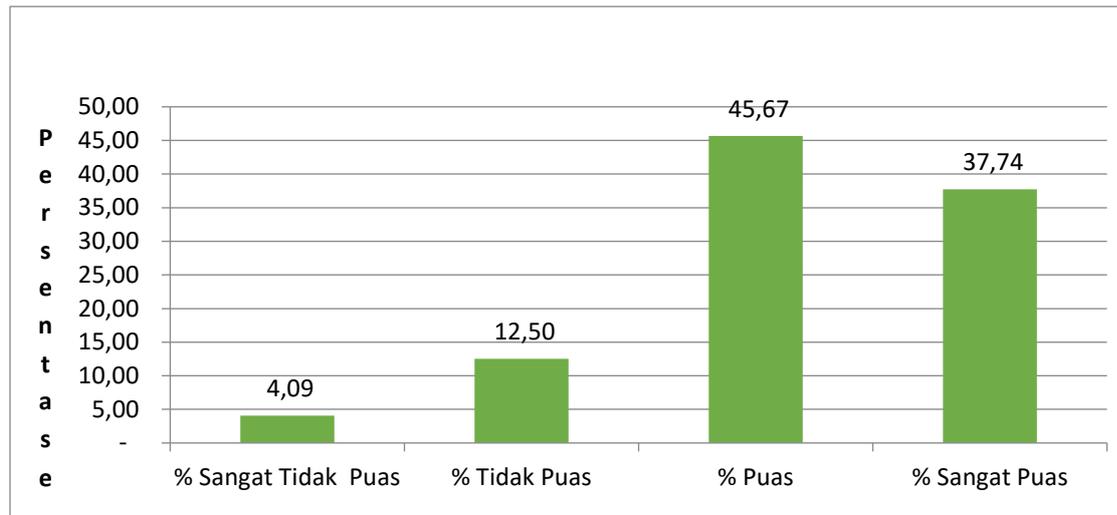
Tabel 71
Rata-rata IKM, Konversi IKM, dan Kinerja Mutu Layanan dalam Pilar

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
1	Pelibatan masyarakat di dalam Perencanaan Program CSR.	3.22	80.47	Puas
2	Kejelasan persyaratan administratif dan teknis dalam pengajuan Program CSR.	3.09	77.34	Puas
3	Kesederhanaan alur pelayanan/tahapan pelayanan pengaduan CSR.	3.44	85.94	Sangat Puas
4	Keadilan pelayanan kepada masyarakat penerima program CSR.	3.22	80.47	Puas
5	Kecukupan pendanaan yang disediakan berdasarkan program yang telah disetujui.	3.28	82.03	Sangat Puas
6	Kesesuaian persyaratan bantuan Program CSR dengan jenis pelayanannya yang diberikan perusahaan.	3.31	82.81	Sangat Puas

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
7	Kejelasan dan kepastian pendamping Program CSR dari perusahaan.	3.03	75.78	Puas
8	Kesesuaian besaran biaya Program CSR yang dibayarkan dengan besaran biaya yang telah ditetapkan.	3.16	78.91	Puas
9	Ketepatan waktu realisasi Program CSR dengan jadwal yang ditetapkan.	3.06	76.56	Puas
10	Responsive dan Kecepatan pendamping dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan masyarakat.	3.16	78.91	Puas
11	Program CSR yang dilakukan nyaman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan penerima CSR.	3.28	82.03	Sangat Puas
12	Terjaminnya keamanan sarana dan prasarana yang digunakan penerima Program CSR.	3.03	75.78	Puas
13	Pembinaan tatakelola dan teknis untuk keberlanjutan Program CSR.	2.94	73.44	Puas
Nilai rata-rata IKM pilar Partisipasi Pengelolaan Lingkungan dan kategori persepsinya		3.17	79,27	Puas

Berdasarkan data pada tabel di atas diperoleh informasi bahwa CSR PT MIFA Bersaudara untuk *pilar Partisipasi Pengelolaan Lingkungan* secara umum rata-rata IKM-nya adalah 3.17 dan konversi nilai IKM-nya 79,27 berarti persepsi masyarakat penerima manfaat untuk pilar "Partisipasi Pengelolaan Lingkungan" termasuk dalam kategori "**Puas**". Walaupun secara umum termasuk kategori "puas", namun untuk item "Kesederhanaan alur pelayanan/tahapan pelayanan pengaduan CSR"; "Kecukupan pendanaan yang disediakan berdasarkan program yang telah disetujui", "Kesesuaian persyaratan bantuan Program CSR dengan jenis pelayanannya yang diberikan perusahaan", dan "Program CSR yang dilakukan nyaman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan penerima CSR" termasuk kategori "**sangat puas**".

Grafiknya secara keseluruhan untuk tiap item pada pilar Partisipasi Pengelolaan Lingkungan dapat dicermati sebagaimana grafik berikut ini. Berdasarkan grafik 4, persentase masyarakat yang menyatakan "puas" dan "sangat puas" ada 83,41% sedangkan yang menyatakan "sangat tidak puas" dan "tidak puas" untuk pilar "partisipasi pengelolaan lingkungan" ada 16,59%.



Grafik 4 Persentase kepuasan terhadap pilar Partisipasi Pen elolaan L.in kungan

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap CSR dalam Pilar Sosial Budaya dan Agama

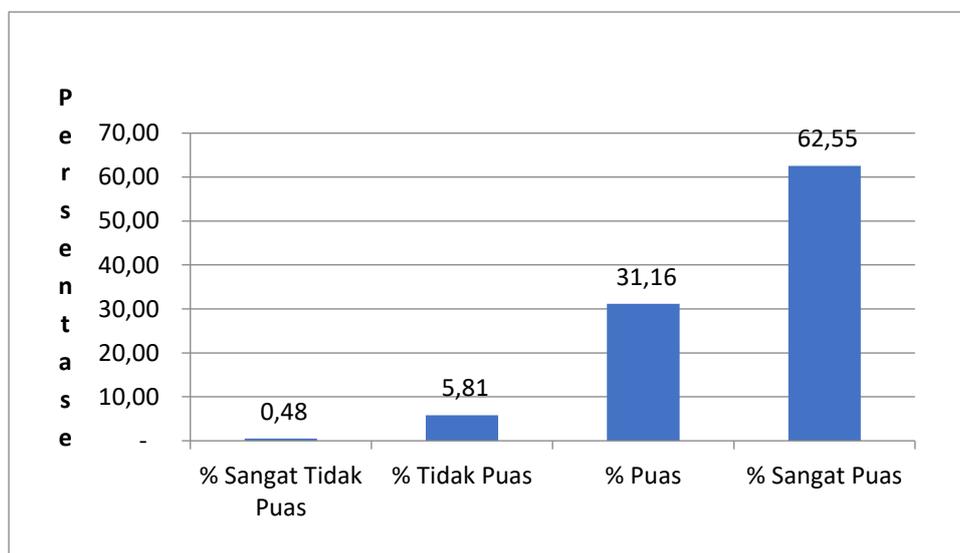
Nilai IKM hasil survey kepuasan masyarakat terhadap CSR dalam *pilar Sosial Budaya dan Agama* yang telah dilaksanakan oleh PT MIFA Bersaudara dengan jumlah responden 159 orang sebagai penerima manfaat, dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 8
Rata-rata IKM, Konversi IKM, dan Kinerja Mutu Layanan dalam

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
1	Pelibatan masyarakat di dalam Perencanaan Program CSR.	3.17	79.25	Puas
2	Kejelasan persyaratan administratif dan teknis dalam pengajuan Program CSR.	3.66	91.51	Sangat Puas
3	Kesederhanaan alur pelayanan/tahapan pelayanan pengaduan CSR.	3.66	91.51	Sangat Puas
4	Keadilan pelayanan kepada masyarakat penerima program CSR.	3.64	90.88	Sangat Puas
5	Kecukupan pendanaan yang disediakan berdasarkan program yang telah disetujui.	3.42	85.38	Sangat Puas
6	Kesesuaian persyaratan bantuan Program CSR dengan jenis pelayanannya yang diberikan perusahaan.	3.60	90.09	Sangat Puas
7	Kejelasan dan kepastian pendamping Program CSR dari perusahaan.	3.66	91.51	Sangat Puas
8	Kesesuaian besaran biaya Program CSR yang dibayarkan dengan besaran biaya yang telah ditetapkan.	3.33	83.18	Sangat Puas

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
9	Ketepatan waktu realisasi Program CSR dengan jadwal yang ditetapkan.	3.58	89.47	Sangat Puas
10	Responsive dan Kecepatan pendamping dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan masyarakat.	3.64	90.88	Sangat Puas
11	Program CSR yang dilakukan nyaman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan penerima CSR.	3.64	90.88	Sangat Puas
12	Terjaminnya keamanan sarana dan prasarana yang digunakan penerima Program CSR.	3.65	91.35	Sangat Puas
13	Pembinaan tatakelola dan teknis untuk keberlanjutan Program CSR.	3.62	90.41	Sangat Puas
Nilai rata-rata IKM pilar Sosial Budaya dan Agama dan kategori persepsinya		3.56	88,95	Sangat Puas

Berdasarkan data pada tabel di atas diperoleh informasi bahwa CSR PT MIFA Bersaudara untuk pilar *Sosial Budaya dan Agama* secara umum rata-rata IKM-nya adalah 3,56 dan konversi nilai IKM-nya 89,05, berarti persepsi masyarakat penerima manfaat untuk pilar “Sosial Budaya dan Agama” termasuk dalam kategori “**Sangat Puas**”. Namun demikian “Pelibatan masyarakat di dalam Perencanaan Program CSR” dalam kategori “puas”. Persentase masyarakat yang menyatakan “puas” dan “sangat puas” ada 93,71%, sedangkan yang menyatakan “sangat tidak puas” dan “tidak puas” ada 6,29%.



Grafik 5 Persentase kepuasan masyarakat terhadap pilar Sosial, Budaya dan Agama

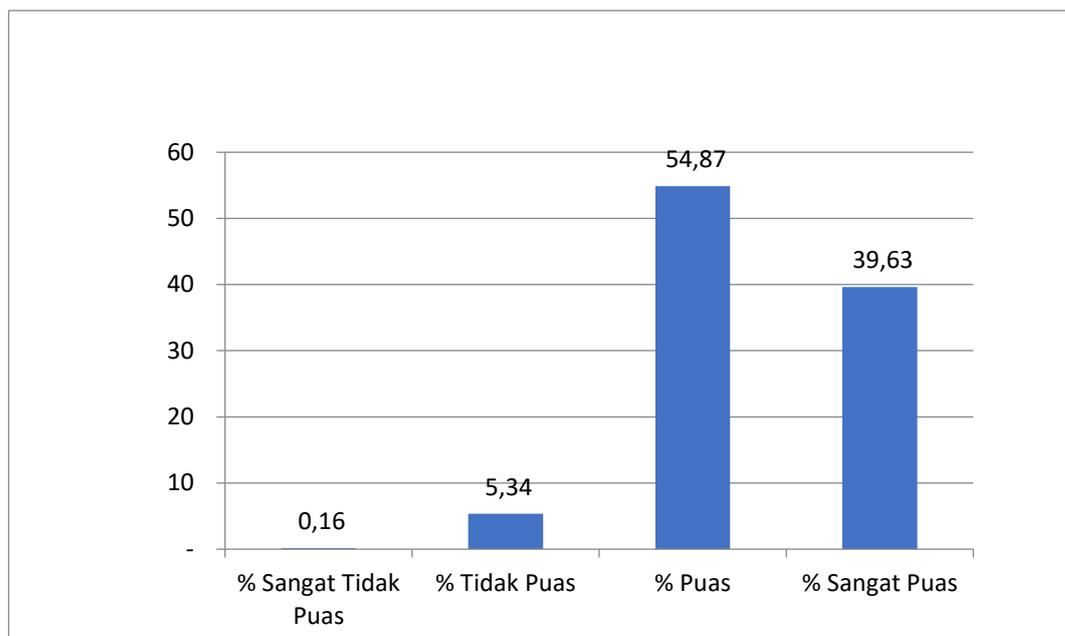
Berdasarkan grafik 5, persentase masyarakat yang masih sangat tidak puas dan tidak puas untuk pilar “social budaya dan keagamaan” ada 6,29%. Lebih lanjutnya, diperoleh informasi berdasarkan data yang mereka “sangat tidak puas dan tidak puas” tersebut.

IKM Terhadap CSR dalam Pilar Kemandirian Ekonomi

Nilai IKM hasil survey kepuasan masyarakat terhadap CSR dalam *pilar Kemandirian Ekonomi* yang telah dilaksanakan oleh PT Mifa Bersaudara dengan jumlah responden 49 orang sebagai penerima manfaat, dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 9
Rata-rata IKM, Konversi IKM, dan Kinerja Mutu Layanan dalam

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
1	Pelibatan masyarakat di dalam Perencanaan Program CSR.	3.24	81.12	Puas
2	Kejelasan persyaratan administratif dan teknis dalam pengajuan Program CSR.	3.33	83.16	Sangat Puas
3	Kesederhanaan alur pelayanan/tahapan pelayanan pengaduan CSR.	3.39	84.69	Sangat Puas
4	Keadilan pelayanan kepada masyarakat penerima program CSR.	3.43	85.71	Sangat Puas
5	Kecukupan pendanaan yang disediakan berdasarkan program yang telah disetujui.	3.39	84.69	Sangat Puas
6	Kesesuaian persyaratan bantuan Program CSR dengan jenis pelayanannya yang diberikan perusahaan.	3.42	85.42	Sangat Puas
7	Kejelasan dan kepastian pendamping Program CSR dari perusahaan.	3.29	82.14	Sangat Puas
8	Kesesuaian besaran biaya Program CSR yang dibayarkan dengan besaran biaya yang telah ditetapkan.	3.37	84.18	Sangat Puas
9	Ketepatan waktu realisasi Program CSR dengan jadwal yang ditetapkan.	3.33	83.16	Sangat Puas
10	Responsive dan Kecepatan pendamping dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan masyarakat.	3.20	80.10	Puas
11	Program CSR yang dilakukan nyaman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan penerima CSR.	3.39	84.69	Sangat Puas
12	Terjaminnya keamanan sarana dan prasarana yang digunakan penerima Program CSR.	3.31	82.65	Sangat Puas
13	Pembinaan tatakelola dan teknis untuk keberlanjutan Program CSR.	3.35	83.67	Sangat Puas
Nilai rata-rata IKM pilar Kemandirian Ekonomi dan kategori persepsinya		3.34	83,49	Sangat Puas



Grafik 6 Persentase kepuasan masyarakat terhadap pilar Kemandirian ekonomi

Berdasarkan data pada tabel di atas diperoleh informasi bahwa CSR PT Mifa Bersaudara untuk *pilar Kemandirian Ekonomi* masyarakat secara umum rata-rata IKM-nya adalah 3.34 dan konversi nilai IKM-nya 83,49, berarti persepsi masyarakat penerima manfaat untuk pilar “Kemandirian Ekonomi” termasuk dalam kategori “**Sangat Puas**”.

Berdasarkan grafik 6, persentase masyarakat yang menyatakan “puas” dan “sangat puas” terhadap pilar “kemandirian ekonomi” setelah CSR dilaksanakan oleh PT Mifa Bersaudara cukup tinggi yaitu 94,50%, namun demikian tetap masih ada sebagian kecil (5,50%) masyarakat yang menyatakan “sangat tidak puas” dan “tidak puas” untuk pilar “kemandirian ekonomi”.

Lebih lanjutnya, berdasarkan data diperoleh informasi masyarakat yang menyatakan “sangat tidak puas” dan “tidak puas” tersebut, berdomisili di gampong ring 1 ada 66,67% dan yang berdomisili di gampong ring 2 ada 33,33%, berjenis kelamin perempuan 53,33% dan laki-laki 46,67%, dari berbagai jenis pekerjaan yaitu petani, pedagang, wirausaha, dan ibu rumah tangga.

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap CSR dalam Pilar Pembentukan Kelembagaan Komunitas Masyarakat Dalam Menunjang Kemandirian PPM

Nilai IKM hasil survey kepuasan masyarakat terhadap CSR dalam *pilar Pembentukan Kelembagaan Komunitas Masyarakat Dalam Menunjang Kemandirian PPM* yang telah dilaksanakan oleh PT Mifa Bersaudara dengan jumlah responden 52 orang, dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 10
Rata-Rata IKM, Konversi IKM, dan Kinerja Mutu Layanan dalam

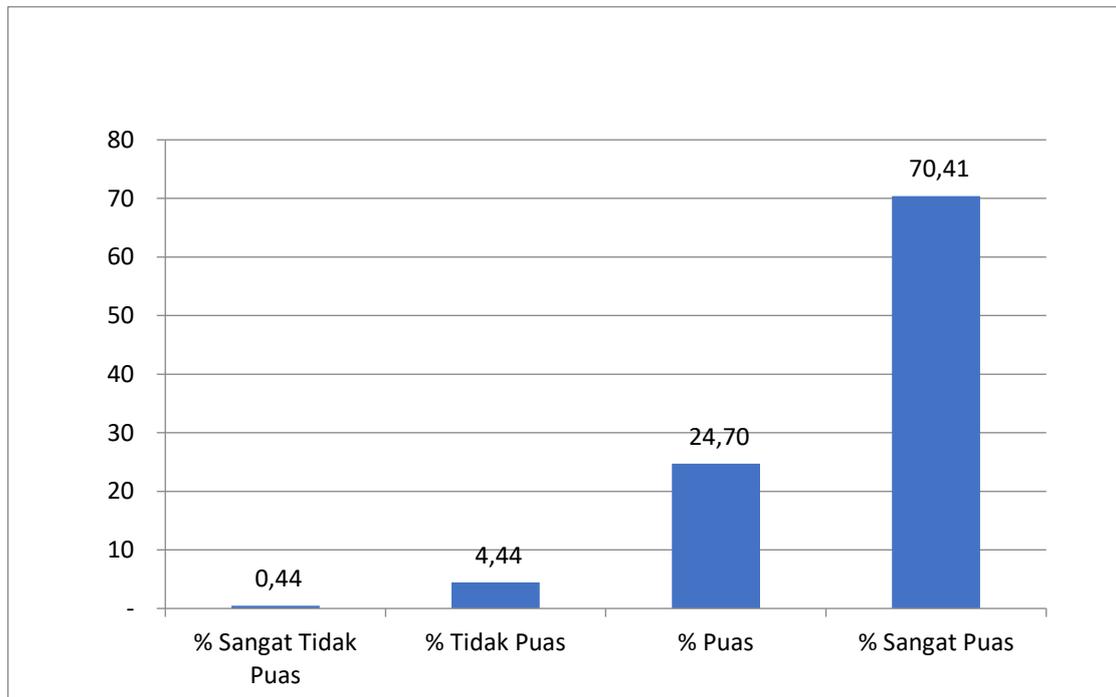
No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
1	Pelibatan masyarakat di dalam Perencanaan Program CSR.	3.62	90.38	Sangat Puas
2	Kejelasan persyaratan administratif dan teknis dalam pengajuan Program CSR.	3.69	92.31	Sangat Puas

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
3	Kesederhanaan alur pelayanan/tahapan pelayanan pengaduan CSR.	3.67	91.83	Sangat Puas
4	Keadilan pelayanan kepada masyarakat penerima program CSR.	3.69	92.31	Sangat Puas
5	Kecukupan pendanaan yang disediakan berdasarkan program yang telah disetujui.	3.71	92.79	Sangat Puas
6	Kesesuaian persyaratan bantuan Program CSR dengan jenis pelayanannya yang diberikan perusahaan.	3.73	93.27	Sangat Puas
7	Kejelasan dan kepastian pendamping Program CSR dari perusahaan.	3.75	93.75	Sangat Puas
8	Kesesuaian besaran biaya Program CSR yang dibayarkan dengan besaran biaya yang telah ditetapkan.	3.58	89.42	Sangat Puas
9	Ketepatan waktu realisasi Program CSR dengan jadwal yang ditetapkan.	3.35	83.65	Sangat Puas
10	Responsive dan Kecepatan pendamping dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan masyarakat.	3.62	90.38	Sangat Puas
11	Program CSR yang dilakukan nyaman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan penerima CSR.	3.69	92.31	Sangat Puas
12	Terjaminnya keamanan sarana dan prasarana yang digunakan penerima Program CSR.	3.73	93.27	Sangat Puas
13	Pembinaan tatakelola dan teknis untuk keberlanjutan Program CSR.	3.63	90.87	Sangat Puas
Nilai rata-rata IKM pilar Pembentukan Kelembagaan dan kategori persepsinya		3.65	91,27	Sangat Puas

Berdasarkan data pada tabel di atas diperoleh informasi bahwa CSR PT Mifa Bersaudara untuk *pilar Pembentukan Kelembagaan Komunitas Masyarakat Dalam Menunjang Kemandirian PPM* secara umum rata-rata IKM-nya adalah 3.65 dan konversi nilai IKM-nya 91,27, berarti persepsi masyarakat penerima manfaat untuk pilar “Pembentukan Kelembagaan Komunitas Masyarakat Dalam Menunjang Kemandirian PPM” termasuk dalam kategori “**Sangat Puas**”.

Grafiknya secara keseluruhan untuk tiap item pada pilar Pembentukan Kelembagaan Komunitas Masyarakat Dalam Menunjang Kemandirian PPM dapat dicermati sebagaimana grafik berikut ini:

Berdasarkan grafik 7, persentase persepsi masyarakat yang menyatakan “puas” dan “sangat



Grafik 7 Persentase kepuasan masyarakat terhadap pilar Pembentukan

puas” tetap tinggi yaitu ada 95,12%, namun persentase persepsi masyarakat yang menyatakan “sangat tidak puas” dan “tidak puas” untuk pilar “pembentukan kelembagaan” hanya 4,88%.

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap CSR dalam Pilar Pembangunan Infrastruktur

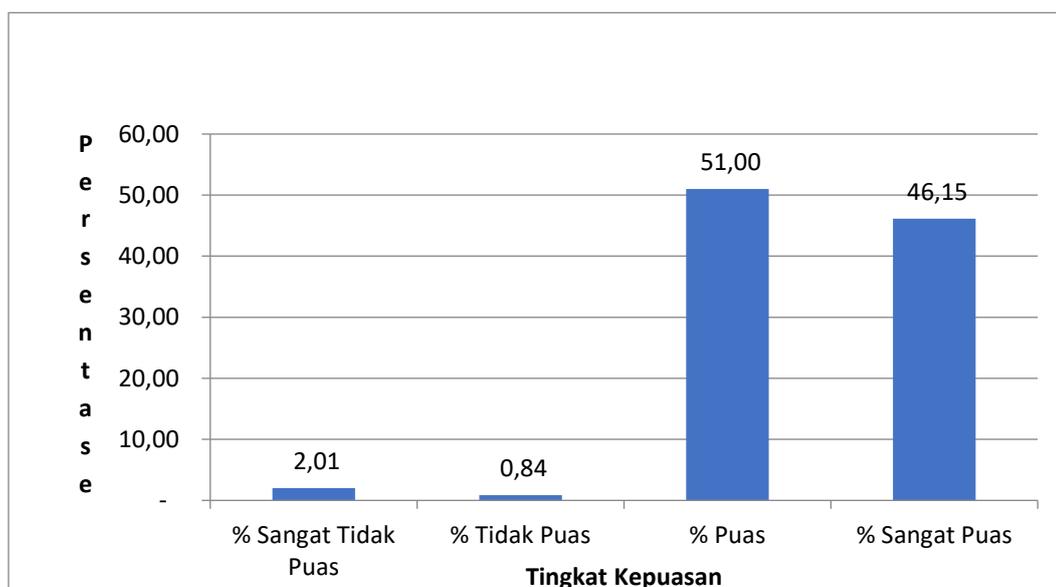
Nilai IKM hasil survey kepuasan masyarakat terhadap CSR dalam *pilar Pembangunan Infrastruktur* yang telah dilaksanakan oleh PT MIFA Bersaudara dengan jumlah responden 46 orang, dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 11
Rata-rata IKM, Konversi IKM, dan Kinerja Mutu Layanan dalam

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
1	Pelibatan masyarakat di dalam Perencanaan Program CSR.	3.37	84.24	Sangat Puas
2	Kejelasan persyaratan administratif dan teknis dalam pengajuan Program CSR.	3.39	84.78	Sangat Puas
3	Kesederhanaan alur pelayanan/tahapan pelayanan pengaduan CSR.	3.48	86.96	Sangat Puas
4	Keadilan pelayanan kepada masyarakat penerima program CSR.	3.46	86.41	Sangat Puas
5	Kecukupan pendanaan yang disediakan berdasarkan program yang telah disetujui.	3.43	85.87	Sangat Puas

No.	Item Pernyataan/Pengamatan	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Persepsi
6	Kesesuaian persyaratan bantuan Program CSR dengan jenis pelayanannya yang diberikan perusahaan.	3.48	86.96	Sangat Puas
7	Kejelasan dan kepastian pendamping Program CSR dari perusahaan.	3.52	88.04	Sangat Puas
8	Kesesuaian besaran biaya Program CSR yang dibayarkan dengan besaran biaya yang telah ditetapkan.	3.46	86.41	Sangat Puas
9	Ketepatan waktu realisasi Program CSR dengan jadwal yang ditetapkan.	3.26	81.52	Sangat Puas
10	Responsive dan Kecepatan pendamping dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan masyarakat.	3.28	82.07	Sangat Puas
11	Program CSR yang dilakukan nyaman bagi masyarakat sekitar dan lingkungan penerima CSR.	3.46	86.41	Sangat Puas
12	Terjaminnya keamanan sarana dan prasarana yang digunakan penerima Program CSR.	3.41	85.33	Sangat Puas
13	Pembinaan tatakelola dan teknis untuk keberlanjutan Program CSR.	3.37	84.24	Sangat Puas
Nilai rata-rata IKM pilar Insprastruktur Penunjang dan kategori persepsinya		3.41	85,33	Sangat Puas

Berdasarkan data pada tabel di atas diperoleh informasi bahwa CSR PT Mifa Bersaudara untuk *pilar Infrastruktur Penunjang* secara umum rata-rata IKM-nya adalah 3.41 dan konversi nilai IKM-nya 85.33, berarti persepsi masyarakat penerima manfaat untuk pilar “Infrastruktur Penunjang” termasuk dalam kategori “Sangat Puas”, dan ke-13 parameter yang diukur juga dalam kategori “sangat puas”.



Grafik 8 Persentase kepuasan masyarakat terhadap pilar Insprastruktur Penunjang

Berdasarkan grafik 8, secara umum persentase persepsi masyarakat terhadap “Infrastruktur Penunjang” berkategori “puas” dan “sangat puas” adalah 97,16%, sedangkan yang masih “sangat tidak puas” dan “tidak puas” hanya 2,84%.

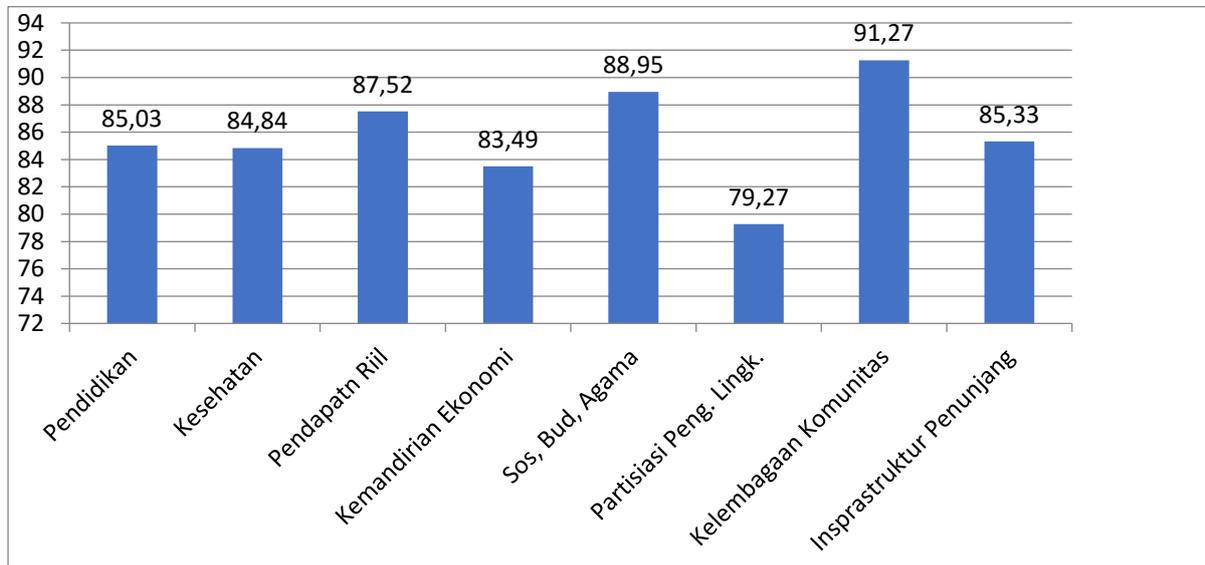
Berdasarkan perhitungan “Indeks Kepuasan Masyarakat” dari semua pilar tersebut dan masing-masing item/indikator yang diukur, berikut ini adalah ringkasan perhitungan “Indeks Kepuasan Masyarakat” rata-rata masing-masing pilar dan “Indeks Kepuasan Masyarakat” secara umum berdasarkan CSR yang telah dilakukan oleh PT MIFA Bersaudara sebagaimana yang ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel 12
Rata-rata IKM, Konversi IKM, dan Kinerja Mutu Layanan untuk Semua Pilar CSR yang telah dilaksanakan PT MIFA Bersaudara

No.	Pilar CSR	Rata-rata IKM	Konversi IKM	Kinerja Mutu Layanan
1	Pendidikan	3.40	85.08	Sangat Puas
2	Kesehatan	3.39	84.75	Sangat Puas
3	Pendapatan Real dan Pekerjaan	3.50	87.46	Sangat Puas
4	Partisipasi Pengelolaan Lingkungan	3.17	79.27	Puas
5	Sosial Budaya dan Agama	3.56	89.05	Sangat Puas
6	Kemandirian Ekonomi	3.34	83.49	Sangat Puas
7	Pembentukan Kelembagaan Komunitas Masyarakat Dalam Menunjang Kemandirian PPM	3.65	91.16	Sangat Puas
8	Infrastruktur Penunjang	3.41	85.33	Sangat Puas
Nilai Rata-Rata IKM, Rata Konversi IKM dan Persepsinya		3,43	85,70	Sangat Puas

Berdasarkan data pada table di atas diperoleh informasi bahwa secara umum “Indeks Kepuasan Masyarakat” terhadap CSR yang telah dilakukan oleh PT Mifa Bersaudara adalah **3,43** atau nilai IKM secara keseluruhan sebesar **85,70** yang tergolong kategori persepsi masyarakat terhadap keseluruhan CSR adalah “**Sangat Puas**”.

Berdasarkan grafik 9 di atas menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap CSR yang dilaksanakan oleh PT Mifa Bersaudara untuk hampir semua pilar IKM dalam kategori “**sangat puas**”, hanya pilar partisipasi dalam pengelolaan lingkungan yang berkategori “**puas.**”



Grafik 9 Nilai IKM per Pilar CSR

Conclusion

Evaluasi Kinerja CSR, Corporate Communication, dan Pengukuran IKM merupakan suatu proses kajian ilmiah yang dilakukan oleh Tim Peneliti UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan perkembangan positif dari kinerja CSR dan IKM yang meningkat nilainya dari tahun 2022 menjadi 85,70. Peningkatan dapat dimaknai ada perubahan pada pola pendekatan pelaksanaan Program CSR.

Beberapa kelemahan memang masih ditemukan dilapangan seperti pada batas tertentu belum ada pelibatan masyarakat sejak proses awal kegiatan, masih dominan aktor-aktor di lapangan. Pemenuhan prinsip ISO 26000 PT Mifa masih sangat bagus. Dari perspektif teori *sustainability compass*, Program CSR dianggap berhasil karena prinsip dasar dari teori ini adalah kemampuan menjaga keseimbangan empat tanggungjawab utama, yaitu *nature, economic, society, dan well-being*, walaupun secara proporsi, masih mungkin ditingkatkan lagi.

Hal positif lain adalah kinerja Corporate Communication Perusahaan PT Mifa yang menurut persepsi Masyarakat sudah baik. Meskipun hasil ini masih menyisa catatan karena Masyarakat kurang intensitas ketemu langsung dengan field staff atau karyawan PT Mifa. Masyarakat sejak ada fasilitator, maka komunikasi dan interaksi melalui fasilitator. Namun masyarakat mengakui ada perbaikan komunikasi field staff PT Mifa. Hal ini ditemukan pada saat ada moment tertentu sempat berkomunikasi dengan staffs.

Angka ini memperlihatkan perkembangan IKM Program CSR PT Mifa Bersaudara ada perubahan ke arah yang positif dari tahun ke tahun. Pada kondisi objektif dicermati sebagai proses perbaikan yang berkelanjutan dan dapat dipandang wajar dalam dinamika perspektif *community empowerment*. Pada perspektif makro dianggap sebagai upaya proses perubahan sosial yang direncanakan secara sistematis, terukur dan berkelanjutan. Dengan dilakukan revisit pendekatan *empowerment* diharapkan peningkatan partisipasi akan sejalan dengan peningkatan kepuasan masyarakat atas kinerja CSR perusahaan.

References

- Arikunto, S., 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, edisi revisi, Jakarta: Rineka Cipta.
- Budi Untung, H, 2008. *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Burhan Bungin, M., 2011. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, Edisi Kedua, Jakarta: Kencana.
- Davis, K. 1960, *Can business afford to ignore social responsibilities?* California management review, 2 (3).
- G. Narayana Reddy, 2002. *Empowering Communities through Participatory Methods*, New Delhi: Manak Publications.
- Gond, J.P dan Moon, J. 2011, *Corporate Social Responsibility in retrospect and prospect: Exploring the life-cycle of an essentially contested concept*. ICCSR Research Paper Series 59.
- J Kurniawan, L., Sukmana, O., Abdussalam, masduki, 2015. *Negara Kesejahteraan dan Pelayanan Sosial Perspektif Kebijakan Sosial yang Memberikan Jaminan Perlindungan Warga Negara*, (Malang: Intrans Publishing.
- Margono, S., 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta.
- Miles, Matthew B. and Huberman, A. Michael, 1994. *Qualitative Data Analysis*, Second Edition, (London: SAGE Publication.

Monika, E.R., dan Hartanti, D. 2008, Analisis hubungan value based management dengan Corporate Social Responsibility dalam iklim bisnis Indonesia (studi kasus perusahaan SWA 100 2006), Simposium nasional akuntansi XI.

Mulyadi, 2003. Pengelolaan Program Corporate Social Responsibility: Pendekatan, Keberpihakan dan Keberlanjutannya. Center for Populaton Studies, UGM.

Nurdinai, N. Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan, ComTech Vol. 5 No. 2 Desember 2014

Our Common Future, 2007. *Bruntland Report*, United Nation

Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat (PPM) dalam bingkai Corporate Social Responsibility (CSR) PT Mifa Bersaudara Tahun 2013, Annual Report PT Mifa Bersaudara Tahun 2013.

Profil Gampong Aceh Barat dan Nagan Raya, (ICSD-ABM); Lihat juga Nagan Raya dalam Angka 2013.

Radyati, M.R.N. 2014, Sustainable business dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Vol.1, CECT Universitas Trisakti.

San Ong, T., Teh, B. H., & Ang, Y. W., 2014. *The impact of environmental improvements on the financial performance of leading companies listed in Bursa Malaysia*, International Journal of Trade, Economics and Finance, 2014, 5, p.386-391. doi:10.7763/IJTEF.V5.403.

Sarwono, J, 2011. Mixed Methods, Jakarta: Gramedia.

Siregar, S. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Jakarta: Kencana.

Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: Alfabeta.

Sukada, S., Wibowo, P., Ginano, K., Jalal, K.I., dan Rahman, T. 2007, CSR for better life: Indonesia context. Membumi bisnis berkelanjutan, memahami konsep dan praktik tanggungjawab sosial perusahaan, Jakarta : Yayasan Indonesia Bussiness Links.

Sulfan, A dan Mahmud, 2018. Konsep Masyarakat Menurut Murtadha Muthahhari (Sebuah Kajian Filsafat Sosial), Jurnal Aqidah-Ta Vol. IV No. 2.

Susanto, A.B. 2007, *A Strategic Management Approach*, CSR. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.

Umar, H., 2002. Metode Riset Komunikasi Organisasi, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, F dan Chandra, G. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset

Wibisono, Y, 2007. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR, Gresik: Fascho Publishing.

Perundangan dan Peraturan

Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2014 tentang Panas Bumi.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Pemerintahan Aceh.

Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara.

Permen ESDM No. 41 tahun 2016 Tentang Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat Pada Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batu Bara.

Pergub Aceh Nomor 65 tahun 2016 Tentang Pedoman Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Di Aceh.

Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam Nomor 12 Tahun 2002 Tentang Pertambangan Umum, Minyak Bumi dan Gas Alam.

Qanun Aceh Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pengelolaan Pertambangan Mineral dan Batubara.

Qanun Aceh Nomor 15 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Qanun Aceh Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pengelolaan Pertambangan Mineral dan Batubara.

Peraturan Gubernur Aceh Nomor 65 Tahun 2016 Tentang Pedoman Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Di Aceh.

Qanun Kabupaten Aceh Barat Nomor 10 Tahun 2015 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.

Peraturan Bupati Aceh Barat No. 26 Tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.

Dokumen

Annual Report Corporate Social Responsibility (CSR) Program Pengembangan Masyarakat PT Mifa Bersaudara Tahun 2020.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Barat, Kecamatan Meureubo Dalam Angka 2021, Aceh Barat: BPS Aceh Barat.

Laporan Pelaksanaan Program Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat Triwulan I 2019.

Laporan *Stakeholder* Re-Mapping PT Mifa Bersaudara Kab. Aceh Barat Dan Nagan Raya, PT Insan Cipta Sulu Dunia, 2020.

Laporan *Stakeholder* Re-Mapping PT Mifa Berusaudara 2020.

Media dan Internet

Abraham S Fichler, Mixed Methods, dapat di akses http://www.fischlerschool.nova.edu/resources/uploads/app/35/files/arc_doc/mixed_methods.pdf

Alison Doyle, What is Semi-Structured Interview, di dalam <https://www.thebalancecareers.com/what-is-a-semi-structerd-interview-2061632>

Creswell, Research Design, di dalam Creswell-Cap-10.pdf (ceil-conicet.gov.ar).

Cross Tabulation Analysis Explained di dalam www.surveyking.com/help/cross-tabulation-analysis.

Empat Bentuk Model Corporate Social Responsibility – Perspektif (wordpress.com).

How to Conduct a Focus Group Discussion, di dalam [https://www.swisstph.ch/fileadmin/user_upload/SwissTPH/Topics/Society and Health/Focus Group Discussion Manual van Eeuwijk Angehrn Swiss TPH 2017.pdf](https://www.swisstph.ch/fileadmin/user_upload/SwissTPH/Topics/Society_and_Health/Focus_Group_Discussion_Manual_van_Eeuwijk_Angelijn_Swiss_TPH_2017.pdf).

ISO 26000 Guidance on Social Responsibility, First Edition, Switerland 2010, p.3

Jumlah Penduduk Kabupaten Aceh Barat, dalam: <https://acehbaratkab.bps.go.id/indicator/12/255/1/jumlah-penduduk-kabupaten-aceh-barat.html>.

Jon Weller, *The Complete Guide to Gap Analysis*, di dalam <https://www.smartsheet.com/gap-analysis-method-examples>.

Judith Schoonenboom and R. Burke Johnson, *How to Construct a Mixed Methods Research Design* (nih.gov).

Michael Quinn Patton, *Enhancing the Quality and Credibility of Qualitative Analysis* di dalam <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/10591279/>.

Nancy Carter, et.al., *The Use of Triangulation in Qualitative Research* di dalam <https://onf.ons.org/onf/41/5/use-triangulation-qualitative-research>.

Our Common Future, Bruntland Report 2007, United Nation

Patricia Farrugia, *Research questions, hypotheses and objectives*, di dalam <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2912019/>.

Penghargaan, dalam: <https://www.mifacoal.co.id/id-id/TENTANG-KAMI/Penghargaan>.

Sifat Kepemimpinan, dalam: <https://www.mifacoal.co.id/id-id/TENTANG-KAMI/Sifat-kepemimpinan>.

SROI Analysis: Stage 5 Calculating SROI di dalam <https://artemis.im/sroi-analysis-stage-5-calculating-sroi/>.

Understanding Purposive Sampling di dalam *Purposive Sampling Definition and Types* (thoughtco.com).

Visi-misi PT Mifa Bersaudara, dalam: <https://www.mifacoal.co.id/id-id/TENTANG-KAMI/Visi-Misi>.

Waheed Solagbade Oladeji, et.al., *Corporate Governance Indicators and Their Effects on Firms' Value*, International Journal of Research and Innovation in Social Science (URISS), Volume VIII, August 2019.

What Is Customer Satisfaction? Di dalam <https://asq.org/quality-resources/customer-satisfaction#:~:text=Customer%20satisfaction%20is%20defined%20as%20a%20measurement%20that,best%20improve%20or%20changes%20its%20products%20and%20services>

What is Depth Interview? Di dalam *Depth Interview Definition | Marketing Dictionary | MBA Skool-Study.Learn.Share*

What is evaluative research? di dalam *Evaluative Research: Definition, Methods & Types* (maze.co).

Yaniv Vardi, *Reduce Environmental Impact: How to Develop a Corporate Sustainability Program*,
di dalam <https://www.business.com/articles/how-to-develop-a-corporate-sustainability-program/>.