

EVALUASI EFEKTIVITAS PROGRAM CSR PABRIK AQUA TERHADAP KOMUNITAS LOKAL OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS MANDIRI SUBANG

Sindi Febrianti¹, Aa Zezen Zaenal Abidin²

Program Studi Teknik Informatika

Fakultas Teknik

Universitas mandiri

E-mail: sindifebriantisindi15@gmail.com, zezen@universitasmandiri.ac.id

ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilaksanakan oleh Pabrik AQUA di Subang dari perspektif komunitas lokal. Efektivitas program CSR diukur melalui dua dimensi utama: relevansi dan keterlibatan program serta dampak dan manfaat yang dirasakan masyarakat. Pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 10 responden dari komunitas sekitar Pabrik AQUA di Subang.

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap relevansi dan keterlibatan dalam program CSR Pabrik AQUA cenderung berada pada kategori "Tidak Setuju" (nilai rata-rata 2.46 dari 5). Demikian pula, dimensi dampak dan manfaat program CSR juga menunjukkan rata-rata yang serupa, yaitu "Tidak Setuju" (nilai rata-rata 2.30 dari 5). Temuan ini mengindikasikan bahwa manfaat yang dirasakan oleh komunitas lokal dari program-program CSR tersebut belum sepenuhnya optimal atau belum terealisasi secara konsisten di mata sebagian responden, serta adanya ruang untuk peningkatan dalam keselarasan program dengan kebutuhan riil masyarakat dan upaya pelibatan aktif komunitas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berharga bagi Pabrik AQUA dalam merumuskan strategi CSR yang lebih adaptif dan berkelanjutan, serta menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam mengimplementasikan program CSR yang efektif di tingkat komunitas.

Kata Kunci: Program CSR, Efektivitas, Relevansi Program, Keterlibatan Masyarakat, Dampak Sosial, Pabrik AQUA, Subang.

1. PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi pilar penting dalam praktik bisnis modern. Konsep ini melampaui orientasi profit semata, menuntut perusahaan untuk turut serta dalam pembangunan berkelanjutan dengan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan di mana mereka beroperasi. Di era globalisasi, ekspektasi publik terhadap peran perusahaan semakin meningkat, mendorong banyak korporasi untuk tidak hanya mematuhi regulasi tetapi juga berinvestasi secara proaktif dalam kesejahteraan komunitas dan pelestarian lingkungan.

Di Indonesia, implementasi program CSR telah diatur dalam berbagai regulasi dan menjadi bagian integral dari citra serta legitimasi perusahaan di mata masyarakat. Pabrik-pabrik besar, seperti Pabrik AQUA di Subang, sebagai bagian dari industri air minum dalam kemasan yang vital, memiliki posisi strategis dan dampak signifikan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Kehadiran perusahaan ini membawa potensi ekonomi, namun juga implikasi

sosial dan lingkungan yang memerlukan pendekatan tanggung jawab yang terencana dan terukur. Oleh karena itu, Pabrik AQUA secara aktif melaksanakan berbagai program CSR yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi komunitas di sewa wilayah operasinya.

Meskipun banyak perusahaan mengalokasikan sumber daya besar untuk program CSR, pertanyaan krusial yang seringkali muncul adalah seberapa efektif program-program tersebut dalam mencapai tujuannya dan seberapa besar manfaatnya benar-benar dirasakan oleh masyarakat sasaran. Seringkali, terdapat kesenjangan antara tujuan perusahaan dalam merancang program CSR dengan persepsi dan kebutuhan aktual komunitas. Evaluasi mendalam terhadap program CSR menjadi penting untuk memastikan bahwa inisiatif tersebut tidak hanya sekadar kegiatan filantropi, tetapi juga investasi sosial yang memberikan dampak positif berkelanjutan dan membangun hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program

Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilaksanakan oleh Pabrik AQUA di Subang dari perspektif komunitas lokal. Evaluasi akan difokuskan pada relevansi program dengan kebutuhan masyarakat, tingkat keterlibatan komunitas dalam pelaksanaan, serta sejauh mana dampak dan manfaat program tersebut dirasakan secara nyata. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan konstruktif bagi Pabrik AQUA untuk mengoptimalkan strategi dan implementasi program CSR mereka di masa mendatang, sekaligus menjadi referensi ilmiah bagi pengembangan praktik CSR yang lebih efektif di Indonesia.

2. LANDASAN TEORI

1. Konsep Dasar Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen berkelanjutan dari bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, serta komunitas lokal dan masyarakat luas (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD). Konsep ini telah berkembang dari sekadar filantropi menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang berkelanjutan. Archie B. Carroll (1991) mempopulerkan "Piramide Tanggung Jawab Sosial Perusahaan" yang mengklasifikasikan empat jenis tanggung jawab: ekonomi (menjadi profitabel), legal (mematuhi hukum), etis (melakukan hal yang benar dan adil), dan filantropis (menjadi warga korporat yang baik). Dalam konteks yang lebih luas, CSR juga dihubungkan dengan teori stakeholder, di mana perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada berbagai pihak yang memiliki kepentingan dan terpengaruh oleh operasi perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, pemerintah, dan komunitas lokal (Freeman, 1984).

2. Efektivitas Program CSR

Efektivitas program CSR merujuk pada sejauh mana inisiatif atau kegiatan CSR berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan dan memberikan dampak positif yang diharapkan kepada penerima manfaat dan masyarakat secara keseluruhan. Mengukur efektivitas CSR adalah tantangan karena melibatkan aspek kualitatif dan kuantitatif. Secara konseptual, efektivitas seringkali dapat direpresentasikan sebagai rasio antara hasil aktual yang dicapai dengan tujuan yang telah ditetapkan, yang dapat diilustrasikan dengan rumus sederhana sebagai berikut:

Efektivitas Program = $\frac{\text{Tujuan yang Ditetapkan}}{\text{Tingkat Pencapaian Tujuan Aktual}} \times 100\%$

Dalam penelitian sosial yang mengukur persepsi, seperti evaluasi efektivitas program CSR ini, pengukuran efektivitas seringkali dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Untuk menganalisis data dari skala tersebut, salah satu metode statistik deskriptif yang umum digunakan adalah perhitungan rata-rata (mean). Rata-rata digunakan untuk mengetahui nilai sentral dari persepsi responden terhadap suatu indikator atau variabel. Rumus rata-rata aritmetika (mean) adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Dimana:

- \bar{X} = Rata-rata skor
- $\sum X_i$ = Jumlah total skor jawaban semua responden untuk suatu pertanyaan atau variabel
- n = Jumlah responden

Indikator efektivitas CSR yang relevan dengan penelitian ini mencakup:

- **Relevansi Program:** Sejauh mana program CSR selaras dengan kebutuhan, masalah, dan prioritas komunitas target.
- **Keterlibatan Pemangku Kepentingan (Stakeholder Engagement):** Tingkat partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan program.
- **Dampak dan Manfaat:** Perubahan positif yang dihasilkan program, baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan.
- **Keberlanjutan:** Kapasitas program untuk terus memberikan manfaat dalam jangka panjang.

3. Uji Validitas Instrumen

Untuk memastikan keakuratan data yang dikumpulkan, instrumen penelitian harus memenuhi standar yang baku. Salah satu cara untuk menguji keakuratan instrumen adalah dengan melakukan uji validitas. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam penelitian ini, uji validitas dapat dilakukan menggunakan formula penentuan korelasi Product-Moment Pearson, seperti pada Rumus 1:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor item dengan skor total

- n = Jumlah responden
- $\sum XY$ = Jumlah perkalian skor item dengan skor total responden
- $\sum X$ = Jumlah skor item
- $\sum Y$ = Jumlah skor total responden
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total responden

Setelah nilai r_{xy} diperoleh, taraf signifikansinya dapat dihitung menggunakan rumus distribusi t (uji t), seperti pada Rumus 2:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

- t = Nilai t hitung
- r = Koefisien korelasi (r_{xy})
- n = Jumlah responden

Kriteria Validitas:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka item tersebut valid.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka item tersebut valid.

Nilai t_{tabel} ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi (α) dan derajat bebas ($df = n - 2$).

4. CSR dalam Konteks Industri Air Minum dan Komunitas Lokal

Bagi industri air minum seperti AQUA, praktik CSR memiliki relevansi yang sangat tinggi, terutama terkait pengelolaan sumber daya air, pelestarian lingkungan, dan dampak operasi terhadap masyarakat sekitar. Program CSR dapat mencakup inisiatif konservasi air, sanitasi dan akses air bersih, pendidikan lingkungan, pemberdayaan ekonomi lokal, dan pembangunan infrastruktur komunitas. Evaluasi efektivitas menjadi krusial untuk memastikan bahwa program-program ini tidak hanya memenuhi kewajiban normatif, tetapi benar-benar memberikan nilai tambah bagi keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan sosial di wilayah operasi perusahaan. Fokus pada relevansi dan keterlibatan akan memastikan program sesuai kebutuhan, sementara pengukuran dampak akan mengonfirmasi keberhasilan program dalam memberikan manfaat nyata.

responden dari komunitas lokal sekitar Pabrik AQUA di Subang. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran mengenai persepsi mereka terhadap efektivitas program CSR. Skala Likert 5 poin digunakan dalam kuesioner ini, dengan interpretasi sebagai berikut:

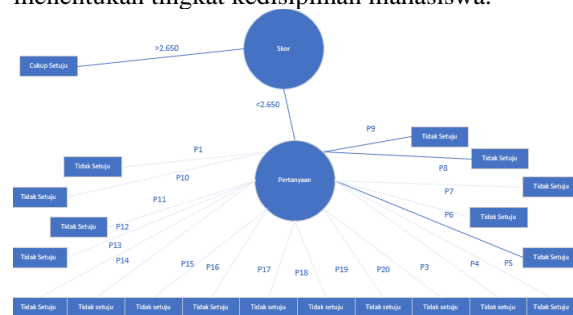
Skala Pilihan Jawaban:

1. Sangat Setuju
2. Setuju
3. Cukup Setuju
4. Tidak Setuju
5. Sangat Tidak Setuju

Tabel Hasil Kuesioner

No	Pertanyaan	Skor	Interpretasi
1	P1	2.4	Tidak Setuju
2	P2	2.7	Cukup Setuju
3	P3	2.6	Tidak Setuju
4	P4	2.6	Tidak Setuju
5	P5	2.5	Tidak Setuju
6	P6	2.6	Tidak Setuju
7	P7	2.3	Tidak Setuju
8	P8	2.3	Tidak setuju
9	P9	2.3	Tidak Setuju
10	P10	2.3	Tidak setuju
11	P11	2.3	Tidak setuju
12	P12	2.3	Tidak setuju
13	P13	2.3	Tidak setuju
14	P14	2.3	Tidak setuju
15	P15	2.3	Tidak setuju
16	P16	2.3	Tidak setuju
17	P17	2.3	Tidak setuju
18	P18	2.3	Tidak setuju
19	P19	2.3	Tidak setuju
20	P20	2.3	Tidak setuju

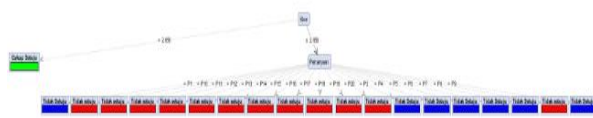
Data penelitian di tabulasikan pada tool rapidminer dan visio untuk memperoleh pohon keputusan. pohon keputusan yang diperoleh menjadi acuan dalam menentukan aturan yang akan digunakan dalam menentukan tingkat kedisiplinan mahasiswa.



Gambar 1 Pohon Keputusan dari visio

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil pengumpulan data dari kuesioner yang telah disebarakan kepada 10

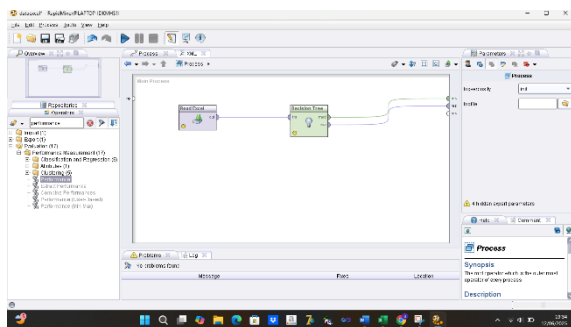


Gambar 2 Pohon Keputusan dari Rapid Miner

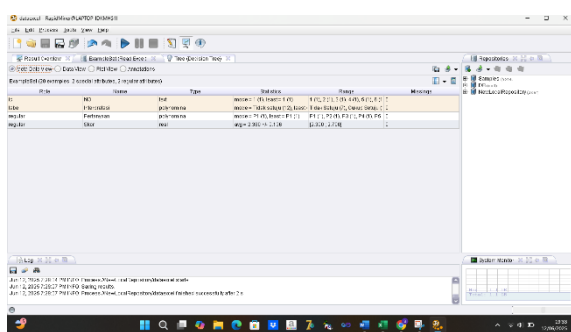
Aturan yang diperoleh dari pohon keputusan pada Gambar 1. diperoleh 2 aturan, disampaikan sebagai berikut:

1. Jika Skor ≥ 2 maka hasil = 'Cukup Setuju'
2. Jika Skor < 2 maka hasil = 'Tidak Setuju'

Dengan menggunakan tools RapidMiner, model pohon keputusan telah dibangun untuk memprediksi hasil berdasarkan data yang diinput. Gambar 3 memperlihatkan proses pembuatan model menggunakan operator "Read Excel" untuk mengambil data, yang kemudian diproses oleh operator "Decision Tree".

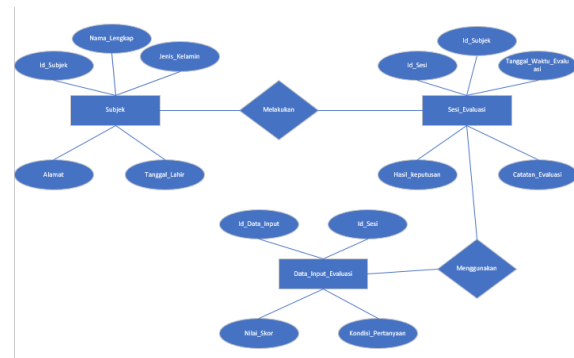


Gambar 3. Model pengujian dalam tools Rapid Miner

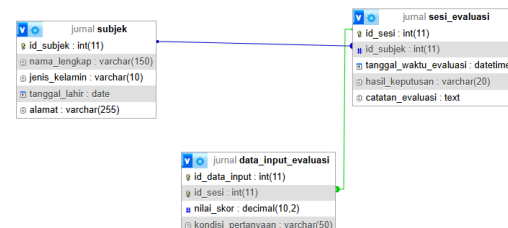


Gambar 4. Nilai akurasi model sistem

Gambar 5. Menunjukkan model data relasional untuk implementasi sistem penentuan tingkat pertanyaan, Gambar 6. Menunjukkan sistem implementasi sistem basis data relasional dalam DBMS MySQL.



Gambar 5. Model data sistem



Gambar 6. Implementasi basis data relasional

SQL untuk melakukan penentuan keputusan tingkat kedisiplinan mengacu pada pohon keputusan pada Gambar 1.

-- Membuat VIEW untuk penentuan keputusan berdasarkan pohon keputusan

CREATE VIEW view_keputusan_evaluasi AS
SELECT

se.id_sesi,
se.id_subjek,
s.nama_lengkap AS nama_subjek, -- Mengambil nama subjek dari tabel subjek
se.tanggal_waktu_evaluasi,
die.nilai_skor,
die.kondisi_pertanyaan,

CASE

WHEN die.nilai_skor > 2.650 THEN 'Cukup Setuju'

WHEN die.nilai_skor <= 2.650 THEN 'Tidak Setuju' -- Karena semua cabang 'Pertanyaan' mengarah ke 'Tidak Setuju'

ELSE 'Tidak Diketahui' -- Menangani kasus jika ada nilai null atau tidak terdefinisi

END AS keputusan_akhir_sistem

FROM

sesi_evaluasi AS se

JOIN

data_input_evaluasi AS die ON se.id_sesi = die.id_sesi

JOIN

subjek AS s ON se.id_subjek = s.id_subjek; --

Menghubungkan ke tabel subjek untuk mendapatkan nama

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data kuesioner dari 10 responden komunitas lokal di sekitar Pabrik AQUA Subang, penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas program Corporate Social Responsibility (CSR) Pabrik AQUA dipersepsikan berada pada tingkat yang **belum optimal**.

1. **Relevansi dan Keterlibatan Program:**
Persepsi responden terhadap relevansi program CSR dengan kebutuhan mereka dan tingkat keterlibatan komunitas cenderung netral hingga kurang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa program-program yang dijalankan belum sepenuhnya selaras dengan prioritas komunitas atau bahwa upaya pelibatan masyarakat masih perlu ditingkatkan.
2. **Dampak dan Manfaat Program:**
Komunitas lokal tidak secara kuat merasakan dampak dan manfaat positif yang signifikan dari program CSR Pabrik AQUA, baik dalam peningkatan kualitas hidup, kondisi lingkungan, kesehatan, pendidikan, maupun peluang ekonomi. Persepsi terhadap keberlanjutan dampak juga relatif rendah.

Secara keseluruhan, meskipun Pabrik AQUA telah mengimplementasikan program CSR, diperlukan evaluasi dan penyesuaian yang lebih mendalam untuk memastikan program tersebut benar-benar relevan, mendorong partisipasi aktif, dan memberikan manfaat konkret serta berkelanjutan bagi komunitas lokal.

- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (2000). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. Geneva: WBCSD.

Biodata Penulis

Sindi Febrianti sedang menjalani kuliah S1 Jurusan Teknik Informatika semester 4 Universitas Mandiri Subang.

5.DAFTAR PUSTAKA

- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.