

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Efektivitas

2.1.1. Pengertian efektivitas

Menurut Manahan P. Tampubolon (2007, 75) efektivitas adalah pencapaian sasaran yang telah disepakati secara bersama, serta tingkat pencapaian sasaran itu menunjukkan tingkat efektivitas. Sedangkan menurut Siagian (2007, 24) efektivitas adalah pemanfaatan sumberdaya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankan. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan.

Menurut Pasolong (2014, 4) efektivitas pada dasarnya berasal dari kata “efek” dan digunakan dalam istilah ini sebagai hubungan sebab akibat. Efektivitas dapat dipandang sebagai suatu sebab dari variabel lain. Efektivitas berarti bahwa tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai atau dengan kata lain sasaran tercapai karena adanya proses kegiatan. Emerson dalam Hasibuan (2005, 242) menyebutkan “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya”. Hal Senada juga dikemukakan oleh Subagyo (dalam Budiani 2009) menyatakan “Efektivitas adalah kesesuaian antara

output dengan tujuan yang ditetapkan”. Apabila sasaran atau tujuan telah tercapai sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya maka dikatakan efektif, sedangkan kalau tujuan atau sasaran itu tidak selesai sesuai dengan waktu yang telah ditentukan maka pekerjaan itu tidak efektif.

Handoko (2001, 44) menyatakan pengertian efektivitas kerja sebagai berikut : Efektivitas diartikan sebagai gambaran seluruh siklus input, proses dan output yang mengacu pada hasil guna daripada suatu organisasi, program atau kegiatan yang menyatakan sejauh mana tujuan (kualitas, kuantitas, dan waktu) telah dicapai, serta ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya dan mencapai target-targetnya.

Robbins dalam Tika (2010, 129) memberikan definisi efektivitas merupakan sebuah pencapaian dalam suatu organisasi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Begitu juga pendapat dari A.F Stoner dalam Nawawi (2013, 190) mengartikan efektivitas sebagai kemampuan dalam menentukan tujuan yang ingin dicapai. Richard L. Daft dalam Priansa, Doni Juni; Garnia (2013, 11) mengungkapkan bahwa efektivitas yaitu seberapa jauh organisasi dalam mencapai tujuannya. Komaruddin dalam Dyah Mutiarin & Arif Zainuddin (2014, 96), efektivitas adalah tingkat keberhasilan atau kegagalan dalam suatu aktivitas manajemen dalam menapai tujuannya.

Berdasarkan dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan suatu tolak ukur akan suatu tujuan, pekerjaan, atau target dari suatu perusahaan atau instansi mengenai hasil atau output yang ingin dicapainya. Apabila hasilnya sudah mendekati dengan yang diharapkan, maka hal ini akan di bilang efektif. Namun sebaliknya, apabila jauh dari hasil yang diinginkan maka hal ini tidak efektif.

2.1.2. Pengukuran Efektivitas

Dalam mengukur efektivitas sebuah program, tidak bisa hanya dilakukan berdasarkan secara sembarangan harus berdasarkan dari beberapa indikator yang bisa dijadikan sebuah tolak ukur untuk mengetahui apakah sebuah program/tujuan telah tepat sasaran atau tidak. Tingkat efektivitas juga dapat dinilai dengan mengevaluasi kinerja program berdasarkan dari hasil nyata yang telah dicapai. Namun, jika hasil program tersebut tidak akurat dan menyebabkan tujuan tidak terpenuhi, maka dengan demikian dapat dikatakan program tersebut tidak efektif. Dalam mengukur suatu efektifitas diperlukan beberapa pendekatan-pendekatan yang diperlukan yang berfungsi sebagai dasar dari pengukuran efektifitas.

Secara eksplisit, Robbin yang dikutip Indrawijaya (2010, 177), menjelaskan ada empat pendekatan dalam memandang efektivitas suatu organisasi, yaitu sebagai berikut:

- a. Pendekatan pencapaian tujuan (goals attainment approach). Pendekatan yang memandang bahwa keefektifan suatu organisasi harus dinilai sehubungan dengan pencapaian tujuan (ends), dan keseimbangan caranya (means).
- b. Pendekatan sistem (system approach). Pendekatan guna meningkatkan eksistensi suatu organisasi, sehingga yang perlu diperhatikan dalam pendekatan ini yaitu SDM, struktural organisasi serta pemanfaatan teknologi
- c. Pendekatan konstituensi-strategi (strategic-constituencies approach). Pada pendekatan ini, agar suatu organisasi dapat melangsungkan kehidupannya, maka diperlukan dukungan terus menerus
- d. Pendekatan yang nilai-nilai yang bersaing (competing value approach). Pendekatan ini adalah gabungan dari ketiga pendekatan diatas, masing-masing didasarkan pada suatu kelompok nilai

Sedangkan, Etzioni yang dikutip oleh Indrawijaya (2010, 187), juga mengungkapkan mengenai pendekatan pengukuran efektivitas organisasi yang di sebut SYSTEM MODEL yang terdiri dari empat kriteria, yaitu adaptasi, integrasi, motivasi dan produksi.

- a. Adaptasi

Adaptasi mempersoalkan kemampuan organisasi untuk menelaraskan diri dengan lingkungannya.

- b. Integrasi

Integrasi merupakan pendekatan yang mengukur tingkat efektivitas terhadap tingkat kemampuan organisasi dalam melakukan sosialisasi, mengembangkan konsensus serta berbagai bentuk komunikasi lainnya.

c. Motivasi

Motivasi merupakan pendekatan yang mengukur tingkat efektivitas mengenai kelengkapan sarana dalam pelaksanaan tupoksi, serta hubungan perilaku organisasi dengan organisasinya.

d. Produksi

Pendekatan yang mengukur tingkat efektivitas dengan dihubungkannya dengan intensitas kegiatan suatu organisasi serta jumlah dan mutu keluaran suatu organisasi.

Berdasarkan dari beberapa pendekatan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa setiap organisasi/instansi memerlukan beberapa pengembangan tersendiri mengenai sasaran atau target dari programnya sehingga hal ini bisa disesuaikan dengan anggaran dan target yang ditentukan. Maka untuk mengetahui tentang efektivitas suatu program yang telah dilaksanakan diperlukan beberapa indikator yang bisa dijadikan tolak ukurnya.

Menurut Budiani (2007, 53) menyatakan bahwa untuk mengukur efektivitas suatu program dapat dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel sebagai berikut :

1. Ketepatan sasaran program

Yaitu sejauh mana peserta program tepat dengan sasaran yang sudah ditentukan sebelumnya.

2. Sosialisasi program

Yaitu kemampuan penyelenggara program dalam melakukan sosialisasi program sehingga informasi mengenai pelaksanaan program dapat tersampaikan kepada masyarakat pada umumnya dan sasaran peserta program pada khususnya.

3. Pencapaian Tujuan program

Yaitu sejauh mana kesesuaian antara hasil pelaksanaan program dengan tujuan program yang telah ditetapkan sebelumnya.

4. Pemantuan program

Yaitu kegiatan yang dilakukan setelah dilaksanakannya program sebagai bentuk perhatian kepada peserta program

Sedangkan menurut Streers dalam Lestari (2016, 39) mengungkapkan ada tiga indikator dalam mengukur efektivitas. Ia mengatakan bahwa indikator tersebut sebagai berikut:

1. Pencapaian tujuan

Pencapaian tujuan ialah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai proses. Oleh karena itu, agar perolehan tujuan akhir semakin terjamin, dibutuhkan pentahapan, baik dalam artian pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti prioritasnya. Pencapaian tujuan terdiri dari dua sub-indikator, yaitu: sasaran dan kurun waktu yang merupakan target kongkret.

2. Integrasi

Integrasi adalah mengukur tingkat kemampuan organisasi untuk melakukan komunikasi atau sosialisasi serta pengembangan konsensus. Integrasi menyangkut proses sosialisasi.

3. Adaptasi

Adaptasi ialah kemampuan organisasi guna menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Bersangkutan dengan kesesuaian pelaksana program dengan keadaan di lapangan.

Berdasarkan dari beberapa cara dalam mengukur efektivitas suatu program, maka peneliti akan memilih teorinya Budiani yaitu dalam mengukur ke efektivitasan program dapat dengan cara :

- a. Ketepatan sasaran program
- b. Sosialisasi program
- c. Pencapaian tujuan program
- d. Pemantauan program

Karena dengan indikator ini peneliti dapat menentukan efektivitas program CSR oleh PLN apakah sudah mencapai tujuan yang diinginkan atau belum.

2.2. Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1. Pengertian Corporate Social Responsibility

Menurut bahasa, corporate social responsibility diartikan sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Undang-Undang nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memilih menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan untuk penjabaran dalam peraturan tersebut. Pasal 1 ayat 3 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perusahaan terbatas (disingkat UUTP) menegaskan bahwa “tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah komitmen

perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Menurut Busyra (2012, 28) merumuskan pengertian CSR adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajiban yang didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memerhatikan kepentingan para stakeholders dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku.

Sedangkan menurut Mu'man Nuryana dalam Busyra (2012, 28) mengartikan bahwa CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelawanan dan kemitraan. Menurut Elkingston (1999) dalam Fitri (2015, 500) mengemukakan bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (profit); masyarakat, khususnya komunitas sekitar (people); serta lingkungan hidup (planet bumi). Triple Bottom Line dengan 3P yaitu :

1. Profit yang mendukung laba perusahaan
2. People yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat
3. Planet yang meningkatkan kualitas masyarakat.

Definisi CSR menurut World Bank dalam Busyra (2012), yaitu: *“CSR is the commitment of business to contributed to*

sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve the quality of life, in ways that are both good for business and good for development.”

Menurut World Bank , CSR merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi dalam perkembangan ekonomi yang berkelanjutan melalui kerjasama karyawan dan perwakilannya, komunitas setempat dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup melalui bisnis dan pembangunan yang baik

Berdasarkan dari beberapa pendapat diatas, memang CSR memiliki makna yang beragam. Namun yang dapat penulis simpulkan ialah CSR merupakan sebuah komitmen perusahaan untuk menjalin hubungan kemitraan dengan para stakeholders, masyarakat, dan lingkungan di sekitar perusahaan tersebut berada.

2.2.2. Manfaat Corporate Social Responsibility

Dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR seperti yang diungkapkan oleh Susanto (2009, 14-16), antara lain :

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. CSR akan mendongkrak akan mendongkrak citra perusahaan, yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.
2. Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Demikian pula ketika

perusahaan diterpa kabar miring atau bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkannya.

3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas masyarakat dan lingkungan sekitarnya.
4. Mampu memperbaiki dan mempererat hubungan perusahaan dengan para stakeholder-nya. Pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian kepada pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan yang selama ini mereka raih.
5. Meningkatkan penjualan seperti yang terungkap dalam riset Roper Search Worldwide, yaitu bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang dihasilkan perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

Sedangkan manfaat Corporate Social Responsibility untuk perusahaan menurut Rusdianto (2013, 13), yaitu:

1. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan
2. Meningkatkan citra perusahaan.
3. Mengurangi resiko bisnis perusahaan.

4. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan
5. Mempertahankan posisi merek perusahaan.
6. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
7. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (capital).
8. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal kritis

Manfaat CSR tidak hanya dirasakan oleh perusahaan saja namun bagi masyarakat dan pemerintahan. Menurut Wibisono (2007, 99), menguraikan manfaat pelaksanaan CSR bagi perusahaan, bagi masyarakat, bagi lingkungan dan bagi negara.

a. Bagi Perusahaan

Keberadaan perusahaan dapat tumbuh, berlanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat yang luas.

1. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (capital)
2. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (human resources) yang berkualitas.
3. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal kritis (critical decisionsmaking) dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (risk management).

b. Bagi Masyarakat

Akan meningkatkan nilai tambah adanya suatu perusahaan disuatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan

mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktik CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

c. Bagi Lingkungan

Praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.

d. Bagi negara

Praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut “corporate misconduct” atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu negara akan menikmati pendapatan dari pihak yang wajar oleh perusahaan.

Dengan melaksanakan program CSR ini juga akan memberikan citra perusahaan menjadi lebih baik dimasyarakat dan masyarakat juga akan lebih mengenal perusahaan.

2.2.3. Dasar Hukum Corporate Social Responsibility

CSR sebetulnya menjadi sarana yang sangat strategis dalam mengembangkan perusahaan agar dapat meraih pertumbuhan dan laba yang berkelanjutan, selain itu perusahaan juga memiliki kewajiban untuk melindungi dan memberikan kontribusi terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Menurut Urip (2014:20) program CSR

harus dirancang dengan sangat hati-hati agar dapat diterima dan akan memberikan manfaat yang optimum bagi pihak-pihak yang berkepentingan, seperti stakeholder, masyarakat dan lingkungan.

Pelaksanaan CSR di Indonesia sendiri diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 74 ayat pertama disebutkan bahwa “Perseroan yang usahanya di bidang/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR.” Dengan demikian, kini CSR tidak lagi hanya merupakan kewajiban moral, yang merupakan pilihan bagi perusahaan untuk melaksanakan atau tidak, tetapi telah menjadi keharusan bagi beberapa perusahaan (Naraduhita, et. Al, 2012). Undang-undang No. 40 Tahun 2007 dalam pasal 66 ayat 2 (c) mengatakan bahwa dalam laporan tahunan yang dibuat oleh perusahaan harus juga memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal tersebut yang memperkuat argumen bahwa perusahaan harus melaksanakan program program CSR.

Kemudian dari Pemerintah Daerah Kalimantan Barat juga telah mengeluarkan Peraturan Daerah Provinsi Kalimantan Barat Nomor 4 Tahun 2016 Tentang Pengelolaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di Provinsi Kalimantan Barat sebagaimana yang dijelaskan pada BAB II Pasal 3 yaitu Tujuan pengaturan TSBLP yaitu :

1. Terwujudnya komitmen dan kepedulian Mitra Program untuk berpartisipasi dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan di Daerah;
2. Mengarahkan penyelenggaraan program TSBLP yang dilaksanakan oleh Mitra Program;
3. Terwujudnya kesepakatan, koordinasi, dan sinergi antara Mitra Program, Pemerintah Daerah, dan Pemerintah Kabupaten/Kota dalam perencanaan dan pelaksanaan TSBLP di Daerah;
4. Terwujudnya program TSBLP yang terarah dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan program pembangunan di Daerah; dan
5. Tercapainya tujuan pembangunan daerah secara optimal.

2.2.4. Tahap-tahap penerapan Corporate Social Responsibility

Umumnya, perusahaan-perusahaan yang telah berhasil dalam menerapkan CSR menggunakan tahapan sebagai berikut :

1. Tahap perencanaan

Perencanaan terdiri atas tiga langkah utama, yaitu :

- a. Awareness building, merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting CSR dan komitmen manajemen. Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar, lokakarya, diskusi kelompok dan lain-lain.

- b. CSR assesement, merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapam CSR secara efektif.
 - c. CSR manual building, upaya yang dilakukan antara lain benchmarking, menggali dari referensi atau bagi perusahaan yang menginginkan langkah instant, menyusun manual ini dapat dilakukan dengan meminta bantuan tenaga ahli independen dari luar perusahaan.
2. Tahap implementasi

Dalam memulai implementasi pada dasarnya ada tiga pertanyaan yang mesti dijawab. Dalam istilah manajemen populer, pertanyaan tersebut diterjemahkan menjadi :

- a. Pengorganisasian (organizing) sumber daya yang diperlukan
- b. Penyusunan (staffing) untuk menempatkan orang sesuai dengan jenis tugas atau pekerjaan yang harus dilakukannya.
- c. Pengarahan (directing) yang terkait dengan bagaimana cara melakukan tindakan
- d. Pengawasan atau koreksi (controlling) terhadap pelaksanaan
- e. Pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana
- f. Penilaian (evaluating) untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan.

3. Tahap evaluasi

Tahap evaluasi adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektifitas penerapan CSR. Evaluasi bukan tindakan mencari-cari kesalahan, atau mencari kambing hitam justru dilakukan untuk pengambilan keputusan.

4. Tahap pelaporan

Pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Jadi selain berfungsi untuk keperluan shareholder juga untuk stakeholder yang memerlukan.

2.2.5. Evaluasi Program CSR

Program CSR memerlukan pemantauan dan evaluasi dalam rangka perbaikan untuk masa yang akan datang dan keberlanjutan perusahaan. Evaluasi dan pemantauan ditunjukan untuk mengetahui pencapaian program CSR yang telah dilaksanakan, maka dari itu diperlukan pengukuran program CSR. Suatu program yang dilaksanakan tidak hanya sembarang dilaksanakan saja, akan tetapi juga diukur sejauh mana program tersebut berimplikasi kepada stakeholder dan pihak-pihak yang terkait dalam jalannya program sebagai evaluasi program-program yang akan dilaksanakan selanjutnya. Kriteria pengukuran program CSR terdapat dalam ISO

26000 yang menekankan pada kinerja, manfaat dan dampak kegiatan-kegiatan. Dalam Kartini (2013:54) diperlukan indikator kerja dalam implementasi CSR. Indikator yang paling efektif adalah bersifat kualitatif. Indikator tersebut:

1. Leadership (Kepemimpinan)

Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari top manajemen. Terdapat kesadaran filantropik dari pimpinan yang menjadi dasar pelaksanaan program.

2. Proporsi Bantuan

CSR dirancang semata-mata bukan pada anggaran saja, namun juga pada tingkah serapan maksimal, artinya apabila area luas, maka anggaran harus lebih besar. Jadi tidak dapat dijadikan tolak ukur apabila anggaran besar, pasti programnya bagus.

3. Transparansi dan Akuntabilitas

Terdapat laporan tahunan, mempunyai mekanisme audit sosial dan finansial dimana audit terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat ditunjukkan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendaapat umpan bali dari masyarakat secara benar dengan melakukan interview dengan para penerima manfaat.

4. Cakupan wilayah (Coverage Area)

Terdapat identifikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan.

5. Perencanaan, Mekanisme, Monitoring, dan Evaluasi

Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan multistakeholder pada setiap siklus perencanaan proyek. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas (wisdom), pada perencanaan dan kontribusi. Pemahaman dan penerimaan terhadap budaya-budaya lokal yang ada. Terdapat blue print policy yang menjadi dasar pelaksanaan program.

6. Pelibatan Stakeholder (stakeholder engagement)

Terdapat mekanisme koordinasi reguler dengan stakeholder utamanya masyarakat. Terdapat mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek.

7. Keberlanjutan (Sustainability)

Terjadi alih peran dari korporat ke masyarakat. Tumbuhnya rasa memiliki (sense of belonging) dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut ambil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik. Adanya pilihan partner yang bisa menjamin bahwa tanpa keikutsertaan Universitas Sumatera Utara perusahaan, program bisa tetap dijalankan sampai selesai dengan partner tersebut.

8. Hasil Nyata (Outcome)

Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya

kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter lainnya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan. Terjadinya perubahan pola pikir masyarakat. Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis. Terjadi penguatan komunitas (community empowering).

2.3. Hasil Penelitian Relevan

Tabel 2.1. Hasil Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil penelitian
1.	Aisyah Amini	Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Kuantitatif	Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh hasil 0,350 untuk desa Pagar Alam dan 0,401 untuk desa Ngarip, dengan demikian sumbangan pengaruh variabel (X) Program CSR terhadap variabel (Y) Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat adalah sebesar 35% di desa Pagar Alam dan 40% di desa Ngarip dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Penelitian ini menghasilkan dampak yang positif bagi kesejahteraan masyarakat. Dan dari perspektif islam, program ini juga

				telah memberikan kesejahteraan masyarakat.
2	M. Fikri Multazim	Efektivitas Program Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) Dalam Pengembangan Masyarakat Bayung Lencir Pada PT. Mitra Agrolika Sejahtera	Kualitatif	Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan masih belum efektif dikarenakan belum adanya divisi yang bertanggungjawab dalam pelaksanaan program CSR. Dan juga program-program yang dilakukan masih bersifat jangka pendek belum bersifat berkelanjutan. Program-program yang dijalankan juga belum melibatkan masyarakat secara langsung sehingga dampak yang dihasilkan belum optimal.
3	Arief Alvianto Sakti & Caecilia Tri Cahyanti	Program Corporate Social Responsibility (CSR) untuk Peningkatan Kesejahteraan dan Pemberdayaan Masyarakat	Kualitatif	hasil penelitian menunjukkan program corporate social responsibility berjalan efektif untuk peningkatan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat di Desa Bergas Kidul menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, program CSR PT Sido Muncul efektif dalam meningkatkan kesejahteraan dan

				pemberdayaan masyarakat di Desa Bergas Kidul. Peluang kerja, peluang usaha, dan konsistensi program CSR menjadi faktor – faktor yang mempengaruhi keberhasilan program CSR terhadap peningkatan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat di sekitar perusahaan.
4	Muhammad Ibnu Ristiawan & Dra. Hesti Lestari, M.S	EFEKTIVITAS PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. PERTAMINA DI TAMBAKREJO, KECAMATAN SEMARANG UTARA, KOTA SEMARANG	Kualitatif	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa efektivitas program CSR masih kurang efektif. Hal ini didasarkan pada masih kurangnya sosialisasi, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, dan perubahan nyata. Namun ada juga yang sudah tepat sasaran seperti pada bidang pendidikan, lingkungan dan infrastruktur.
5.	Zikrullah, dkk	EFEKTIVITAS PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM (Studi Kasus Pada CSR PT. Amman Mineral Nusa Tenggara)	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini ialah: Implementasi program CSR PT. AMNT sudah sesuai dengan kaidah sustainable development dengan memperhatikan konsep 3P, yaitu perusahaan dalam operasionalnya tidak hanya memandang sisi

				<p>keuntungan (profit), melainkan juga menyisihkan sebagian keuntungannya untuk memberdayakan masyarakat (people) serta ikut aktif dalam pelestarian lingkungan hidup (planet).</p> <p>Program yang dijalankan CSR PT. AMNT melalui department community development nya sudah cukup efektif, sebab sudah berlandaskan dengan kaidah efektivitas program yang meliputi a) Tujuan Program, b) Sasaran Program, c) Sosialisasi Program, d) Pengelolaan dan Pembinaan, e) Pemantauan Program</p>
--	--	--	--	---

2.4. Kerangka Pikir Penelitian

Seperti yang telah dijelaskan bahwa CSR merupakan suatu program yang wajib untuk dilaksanakan oleh setiap perusahaan tidak terkecuali kepada PLN. Dimasa pandemi seperti sekarang, banyak masyarakat yang membutuhkan bantuan baik itu dari segi ekonomi, pendidikan, dan bantuan lainnya. Sebagai bentuk tanggungjawab sosial masyarakat, PLN harus bisa memberikan bantuan kepada masyarakat yang terdampak pandemi. Pelaksanaan program CSR dimasa pandemi seperti sekarang akan sangat berdampak terhadap kehidupan masyarakat yang sangat membutuhkan bantuan, salah satunya seperti program listrik gratis dan potongan tagihan listrik. Kemudian ada bantuan yang diberikan terhadap pembangunan rumah ibadah dan sarana umum, ada pula program yang bertujuan untuk memberikan pendidikan/pelatihan pengembangan skill seperti Program Pengembangan Kampung Pengupas Ale-Ale. Dari beberapa program yang telah dilaksanakan, sebagian besar bantuan yang diberikan hanya berupa bantuan langsung hanya program Pengembangan Kampung Pengupas Ale-Ale saja yang bersifat berkelanjutan. Namun, pada program Pengembangan Kampung Pengupas Ale-Ale masih belum ada lagi masyarakat yang melanjutkan program tersebut, sehingga hal ini terkesan hanya sekedar pelatihan biasa padahal dari PLN sudah mengeluarkan biaya yang cukup tinggi untuk

program tersebut. Dan dari pihak PLN juga belum bisa melakukan pemantauan terhadap program tersebut secara optimal. Untuk mengukur apakah program-program tersebut sudah dijalankan dengan efektif, maka dapat dilakukan pengukurannya dengan teori yang peneliti pakai yaitu teori menurut Budiani (2007, 53) yang menyatakan bahwa untuk mengukur efektivitas suatu program dapat dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel sebagai berikut :

1. Ketepatan sasaran program

Yaitu sejauh mana peserta program tepat dengan sasaran yang sudah ditentukan sebelumnya.

2. Sosialisasi program

Yaitu kemampuan penyelenggara program dalam melakukan sosialisasi program sehingga informasi mengenai pelaksanaan program dapat tersampaikan kepada masyarakat pada umumnya dan sasaran peserta program pada khususnya.

3. Pencapaian Tujuan program

Yaitu sejauh mana kesesuaian antara hasil pelaksanaan program dengan tujuan program yang telah ditetapkan sebelumnya.

4. Pemantuan program

Yaitu kegiatan yang dilakukan setelah dilaksanakannya program sebagai bentuk perhatian kepada peserta program

Berdasarkan dari penguraian diatas, maka peneliti akan menggambarkan alur penelitiannya sebagai berikut:

gambar 2.1. Kerangka Pikir

