

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM KEMITRAAN DAN
BINA LINGKUNGAN PERUM PERURI DALAM KEGIATAN MUSHOLA
AL-MUHAJIRIN KARAWANG**



TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk menempuh ujian akhir pada
Program Studi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika
Program Diploma 3 Manajemen Industri**

Oleh

Savina Fauzulina Firdaus

NIM : 150300442

**POLITEKNIK APP JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI**

2018

HALAMAN PENGESAHAN




Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Savina Fauzulina Firdaus
Nim : 150300442
Program Studi : Manajemen Pemasaran Industri Elektronika
Tanggal Sidang : 27 September 2018
Judul Tugas Akhir : Persepsi Masyarakat Terhadap Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri Dalam Kegiatan Mushola Al-Muhajirin Karawang

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika, Politeknik APP Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Drs. Sugeng Raharjo, M.M.
Penguji 1 : Faisal Hasbullah B, S.E., M.Si.
Penguji 2 : Aji Kresno Murti, S.T., M.M.

()
()
()

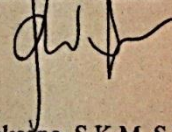
DISAHKAN OLEH

Pembimbing Tugas Akhir
Politeknik APP Jakarta



Fajria Fatmasari, S.Pd., M.A.

Jakarta, 4 Oktober 2018
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran
Industri Elektronika
Politeknik APP Jakarta



R. Arie Wicaksono, S.K.M., S.T., M.M.
NIP. 19780226 200804 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Politeknik APP Jakarta:

Nama : Savina Fauzulina Firdaus

NIM : 150300442

Program Studi : Manajemen Pemasaran Industri Elektronika

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat dengan judul:

“Persepsi Masyarakat Terhadap Program Kemitraan Bina Lingkungan Perum
PERURI dalam Kegiatan Mushola Al-Muhajirin Karawang”

bebas dari plagiat dan kecurangan, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar
maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 9 Oktober 2018

Yang membuat pernyataan,



(Savina Fauzulina Firdaus)

ABSTRAK

Savina Fauzulina Firdaus. NIM: 150300442. **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PERUM PERURI DALAM KEGIATAN MUSHOLA AL-MUHAJIRIN KARAWANG**
Tugas Akhir, Jakarta: Politeknik APP, Agustus 2018.

Penulisan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility* pada kegiatan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri serta untuk mengetahui bagaimana persepsi dan dampak fisik serta psikologis apa saja yang masyarakat rasa terhadap penerimaan bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada Mushola Al-Muhajirin Karawang. Teknik yang digunakan yaitu Deskriptif Kualitatif dengan pengumpulan data wawancara, observasi, penyebaran quesioner, dan dokumentasi dengan teknik analisis Triangulasi. Hasil penelitian ini yaitu dampak fisik yang didapat dengan adanya bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan itu fasilitas lebih memadai seperti penambahan keran mushola, mukena, sarung yang ada di mushola dan bisa menampung warga disekitar Mushola Al-Muhajirin. Dampak psikologis yang dirasakan yaitu warga senang mendapatkan bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan karena itu warga menjadi rajin beribadah. Masalah yang didapat peneliti pada penelitian ini yaitu masyarakat merasakan bahwa dana yang diberikan masih tidak bisa menutup untuk pembangunan tersebut, jadi warga pun harus mengumpulkan dana dengan cara penarikan biaya kepada kepala keluarga.

Kata kunci: Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, Persepsi

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunianya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan lancar dan penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan tepat waktu. Penulis mampu menyusun Tugas Akhir dengan judul **“PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PERUM PERURI DALAM KEGIATAN MUSHOLA AL-MUHAJIRIN KARAWANG”**.

Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program Diploma Tiga (D3) pada Program Studi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika.

Dengan selesainya proposal penelitian ini, penulis sadari banyak dukungan dari berbagai pihak baik materi maupun non materi. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan dan mensupport proposal penelitian ini:

1. Kepada Bapak Ahmad Wimbo Herfianto. SE, M.M selaku Direktur Politeknik APP Jakarta.
2. Kepada Bapak Ari Wicaksono S.K.M,S.T, MM selaku Kepala Prodi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika.
3. Kepada Ibu Fajria Fatmasari, S.Pd. M.M. selaku Dosen pembimbing.
4. Kepada seluruh dosen yang mengajar di Politeknik APP Jakarta untuk seluruh ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.
5. Kepada orang tua penulis, terima kasih atas segala curahan perhatian, doa dan semangat yang senantiasa diberikan untuk penulis.
6. Kepada Dhea, Qalbi, Epoy, Farah yang telah memberikan arahan dan semangat untuk penulis.
7. Kepada sahabat dan teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk penulis.
8. Segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terimakasih banyak. Semoga bantuan dan doanya dibalas oleh Allah SWT dan dijadikan catatan amal kebaikan. Amin.

Akhir kata penulis menyadari proposal penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 15 Agustus 2018

Penulis

Savina Fauzulina Firdaus

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah dan Batasan Masalah.....	9
1.2.1 Perumusan Masalah.....	9
1.2.2 Batasan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kerangka Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.3 Pengertian Promosi	12
2.1.4 Tujuan Promosi	13
2.1.5 Bauran Promosi.....	13
2.1.6 <i>Corporate Social Responsibility</i>	15
2.1.7 Indikator dalam Implementasi CSR	16
2.1.8 Tujuan Corporate Social Responsibility	17
2.1.9 Manfaat CSR Bagi Organisasi	18
2.1.10 Model Pelaksanaan CSR	18
2.1.11 Jenis-jenis Program CSR.....	19
2.1.12 <i>Stakeholder</i>	21
2.1.13 Model Dalam Manajemen <i>Stakeholder</i>	21
2.1.14 Jenis <i>Stakeholder</i>	22
2.1.15 Peraturan Hukum CSR.....	23
2.1.16 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan	23
2.1.17 Persepsi	24

2.2 Kerangka Pemikiran.....	24
2.3 Penelitian Terdahulu	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.1.1 Lokasi Penelitian	28
3.1.2 Waktu Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.2.1 Penelitian Dengan Pendekatan Kualitatif.....	28
3.2.2 Validitasi Data.....	29
3.3 Subjek atau Objek Penelitian	29
3.4 Sumber Data	30
3.5 Metode Pengumpulan Data	30
3.5.1 Observasi.....	31
3.5.2 Wawancara	32
3.5.3 Dokumentasi.....	32
3.5.4 Quesioner	32
3.6 Analisa dan Interpretasi Data	33
3.7 Penarikan Kesimpulan.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Latar Belakang Perum Peruri	34
4.1.1 Sejarah Perum Peruri.....	34
4.1.2 Visi dan Misi Perum Peruri	35
4.1.3 Moto Perum Peruri.....	35
4.1.4 Produk Perum Peruri	37
4.1.5 Lokasi Perum Peruri.....	52
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	53
4.2.1 Identitas Informan	53
4.2.2 Pembahasan	56
4.2.2.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	56
4.2.2.2 Pondasi yang menjadi dasar dari CSR.....	58
4.2.2.3 Indikator Dalam Implementasi CSR di PKBL Peruri	59
4.2.2.4 Tujuan PKBL Perum Peruri	70
4.2.2.5 Manfaat PKBL Perum Peruri	71
4.2.2.6 Model Pelaksanaan PKBL Perurim Peruri	73
4.2.2.7 Jenis Program CSR di PKBL Perum Peruri	73
4.3 Analisis Data Triangulasi.....	76

4.3.1 Implementasi PKBL Dilihat Dari Persepsi Masyarakat	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan dan Saran.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	25
Gambar 4.1	Uang Rp. 1.000 (kertas)	35
Gambar 4.2	Uang Rp. 2.000	36
Gambar 4.3	Uang Rp. 5.000.....	37
Gambar 4.4	Uang Rp. 10.000.....	38
Gambar 4.5	Uang Rp. 20.000.....	39
Gambar 4.6	Uang Rp. 50.000.....	40
Gambar 4.7	Uang Rp. 100.00.....	41
Gambar 4.8	Uang Rp. 100.....	42
Gambar 4.9	Uang Rp. 200.....	42
Gambar 4.10	Uang Rp. 500.....	43
Gambar 4.11	Uang Rp. 1.000 (logam).....	43
Gambar 4.12	Perangko.....	44
Gambar 4.13	Materai	45
Gambar 4.14	Pita Cukai	46
Gambar 4.15	Paspor.....	47
Gambar 4.16	Sertifikat Tanah.....	48
Gambar 4.17	Lencana	49
Gambar 4.18	Logam Non Uang.....	49
Gambar 4.19	Medali.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkiraan Beban Pencemaran Limbah Cair dari Industri Skala Menengah dan Besar.....	2
Tabel 1.2 Status Pengaduan.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Bantuan PKBL Perum Peruri 2018.....	62
Tabel 4.2 Skala <i>Likert</i>	82
Tabel 4.3 Persepsi Masyarakat.....	82

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Alur Tata Cara Pemberian Bantuan Program BL	68
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Selesai Kerja Praktik
- Lampiran 2 Lembar Penilaian Kerja Praktik
- Lampiran 3 Lembar Bimbingan Kerja Praktik
- Lampiran 4 Lembar Konsultasi Tugas Akhir
- Lampiran 5 Transkrip Wawancara
- Lampiran 6 Foto Hasil Wawancara
- Lampiran 7 Daftar Warga Sirnabaya
- Lampiran 8 Laporan Penerimaan Dana Bantuan
- Lampiran 9 Evaluasi Hasil Survai Program Bina Lingkungan
- Lampiran 10 Proposal Pengajuan Warga Sirnabaya Kepada PKBL Perum Peruri
- Lampiran 11 Bukti Serah Terima Program Bina Lingkungan
- Lampiran 12 Daftar Bantuan Dana PKBL Perum Peruri Tahun 2018

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbagai peristiwa negatif yang menimpa sejumlah perusahaan, seharusnya menjadi pelajaran bagi pemilik dan manajemen perusahaan untuk memberikan perhatian dan tanggung jawab lebih baik kepada masyarakat, khususnya di sekitar lokasi perusahaan. Karena kelangsungan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh tingkat keuntungan, tetapi juga tanggung jawab sosial perusahaan.

Masyarakat merasa terganggu dan tidak nyaman dengan aktivitas perusahaan yang berada di sekitar mereka dengan adanya berbagai macam dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan tersebut. Dengan aktivitas perusahaan yang diadakan, mereka akan menuntut perusahaan tersebut memberikan kompensasi sebagai bentuk ganti rugi terhadap dampak yang harus masyarakat terima.

Membina hubungan dengan suatu kelompok masyarakat merupakan bentuk nyata kepedulian perusahaan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Ini juga dapat diartikan sebagai tanda terima kasih perusahaan kepada suatu kelompok masyarakat tersebut. Dengan begitu perusahaan menunjukkan bahwa tidak hanya sekedar mengambil keuntungan dari mereka, akan tetapi ikut peduli dan mau berbagi apa yang diperoleh perusahaan dari lingkungan yang merupakan milik bersama.

Perkembangan pembangunan dan teknologi saat ini berdampak pada tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini mengakibatkan tuntutan terhadap perusahaan juga semakin besar. Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang besar. Melainkan, memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat, ini dikarenakan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya.

Lingkungan yang rusak akibat kegiatan operasional suatu perusahaan sangat berdampak sekali, terutama kepada masyarakat sekitar perusahaan. Berbagai

dampak yang dirasakan yaitu: Air sungai atau air sumur sekitar lokasi perusahaan tercemar, yang semula berwarna jernih, berubah menjadi keruh berbuih dan terbau busuk, sehingga tidak layak dipergunakan lagi oleh warga masyarakat sekitar untuk mandi, mencuci, apalagi untuk bahan baku air minum. Ditinjau dari segi kesehatan, kesehatan warga masyarakat sekitar dapat timbul penyakit dari yang ringan seperti gatal-gatal pada kulit sampai yang berat berupa cacat *genetic* pada anak cucu dan generasi berikut. Menyebabkan kematian pada makhluk hidup di pembuangan air, sungai, dan daerah tempat limbah dibuang. Limbah industri yang akan memperburuk kondisi lingkungan.

Kota Karawang dengan kawasan *industry* terbesar, terdapat banyak perusahaan yang berada pada daerah Karawang. Dengan itu maka banyak pula dampak negative untuk masyarakat sekitar perusahaan akibat proses pengolahan suatu perusahaan. Berdasarkan tabel dibawah ini yang menyatakan bahwa banyaknya pencemaran limbah yang didapat dari perusahaan yang berada di daerah karawang, yaitu:

Tabel 1.1

Perkiraan Beban Pencemaran Limbah Cair dari Industri Skala Menengah dan Besar

Tabel SP-9. Perkiraan Beban Pencemaran Limbah Cair dari Industri Skala Menengah dan Besar

Kabupaten : Karawang

Tahun Data : 2009

Halaman 2 dari 4

No	Jenis Industri	Beban Limbah Cair (Ton/Tahun)					
		NO ₂	Fe	Mn	Cr	Cr ⁶⁺	Zn
(1)	(2)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
1	Industri Kertas	2,0440	0,5962	0,2811	0,0000	0,0000	2,5266
2	Industri Tekstil	0,0251	0,0071	0,0043	0,0016	0,0000	0,0169
3	Industri Makanan	0,0707	0,3034	0,0160	0,0000	0,0003	0,0709
4	Industri Kimia Dasar	0,0500	0,0203	0,0116	0,0000	0,0042	0,0212
5	Industri Mineral Logam	0,0099	0,0362	0,0012	0,0000	0,0003	0,0226
6	Industri Mineral Non Logam	0,0819	0,0419	0,0067	0,0000	0,0020	0,0290
7	Industri Kulit	0,0000	0,0000	0,0000	0,2188	0,0000	0,0000
8	Industri Kayu	0,0007	0,0148	0,0010	0,0000	0,0000	0,0021

Keterangan : Data berdasarkan perusahaan yang memiliki Ijin Pembuangan Limbah Cair (IPLC)

Sumber : Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup Kabupaten Karawang

Selain itu banyak keluhan yang dirasakan oleh masyarakat tentang pencemaran lingkungan yang didapat dari operasional suatu perusahaan, diantaranya:

Tabel 1.2
Status Pengaduan

Tabel UP-7. Status Pengaduan
Kabupaten : Karawang
Tahun Data : 2009

No	Masalah Yang Diadukan	Status
(1)	(2)	(3)
1	Pencemaran udara oleh PT. Karawang Prima Steel Sejahtera (KPSS) ¹⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
2	Dugaan pencemaran dan kerusakan lingkungan oleh PT. Atlasindo Utama ¹⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
3	Pembakaran limbah padat di dekat jembatan Kodim ²⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
4	Pencemaran sungai di Kabupaten Karawang ³⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
5	Uji air limbah yang di bantu oleh petugas BPLH ²⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
6	Keadaan air sungai Citarum sangat memprihatinkan, airnya hitam akibat tercemar limbah pabrik ²⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
7	Dugaan pencemaran air limbah PT. Lastersia yang menyebabkan kematian ikan ¹⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
8	Dugaan pembuangan limbah B3 pada saluran induk Tarum Barat, Kecamatan Ciampel ¹⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
9	Dugaan pencemaran udara pada cerobong asap PT. Bu Kyung yang diadukan oleh warga ²⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
10	Dugaan pencemaran udara oleh PT. Acon Indonesia yang diadukan oleh warga Desa Dawuan Tengah Kecamatan Cikampek ¹⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
11	Keluhan warga akibat pembuangan limbah oleh PT. Hebel Indonesia ²⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
12	Keluhan warga mengenai asap panas di Kecamatan Pangkalan yang mengancam hektaran lahan pertanian ³⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
13	Pencemaran air limbah industri di sungai Cibeet yang diadukan oleh warga KAMPUNG JAtimulya Kecamatan Telukjambe Barat ²⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti

No	Masalah Yang Diadukan	Status
(1)	(2)	(3)
14	Dugaan pencemaran air limbah PT. Pelenitra Gunawan (satu area dengan PT. PIL) ²⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
15	Dampak air limbah industri di sungai Cikaranggelam yang diadukan oleh warga Desa Dawuan Tengah Kecamatan Cikampek ¹⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
16	Keluhan warga akibat dugaan dampak lingkungan kegiatan RS. Intan Barokah ³⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
17	Keluhan warga nelayan Desa Muara Kecamatan Cilamaya Wetan akibat pencemaran air limbah industri di sungai Cilamaya ³⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
18	Informasi media mengenai peninjauan pembuangan limbah B3 oleh Walhi di Kabupaten Karawang ³⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
19	Informasi media mengenai penghasil limbah B3 yang tidak melakukan pengolahan ³⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti
20	Pengaduan masyarakat terhadap PT. Pulau Intan Lestari dan PT. Esa Kertas Nusantara ³⁾	Telah ditangani & ditindaklanjuti

Keterangan: ¹⁾ Surat Pengaduan

²⁾ SMS Gateway

³⁾ Media Massa

Sumber : Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup Kabupaten Karawang

Lingkungan yang tidak diurus dengan baik oleh suatu perusahaan akan memberikan dampak yang sangat besar, bahkan tujuan mendapatkan keuntungan dalam aspek bisnis malah berbalik menjadi kerugian yang berlipat. Oleh karena itu permasalahan pengelolaan sosial dan lingkungan untuk sekarang ini tidak bisa menjadi hal sepele, ditempatkan pada tahap aspek yang tidak dianggap penting dalam beroperasinya perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan suatu hal penting yang harus dilakukan perusahaan dalam operasionalnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) sudah tidak asing lagi dikalangan umum, sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan, kesejahteraan sosial dan pengelolaan laba perusahaan kepada masyarakat sebagai tanda peduli perusahaan untuk masyarakat. Melalui CSR, perusahaan tidak hanya memprioritaskan tujuannya untuk mendapatkan laba dengan setinggi-tingginya melainkan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan mempunyai berbagai macam tanggung jawab kepada relasinya yang dianggap penting, yang di antaranya adalah karyawan, pemegang saham, konsumen, organisasi dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial,

dan lingkungan. CSR bisa dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak (minimalisasi dampak negatif dan maksimalisasi dampak positif) terhadap relasinya.

Hal itu tidak hanya semata-mata memenuhi aturan undang-undang sebagaimana diatur dalam Pasal 74 Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT), pasal 74 bab 5 ayat 1 s.d 4 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan ialah disebutkan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau berkaitan dengan Sumber Daya Alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, melainkan terdapat hukum sebab akibat, dimana ketika operasional perusahaan memberikan dampak negatif, maka akan muncul respon negatif yang jauh lebih besar dari masyarakat maupun lingkungan yang dirugikan.

Terdapat beberapa contoh bentuk CSR yang dilakukan oleh perusahaan yaitu mulai dari pemberian beasiswa kepada yang tidak mampu, pengadaan sarana dan prasarana, kegiatan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, bantuan dana untuk mendirikan atau merenovasi fasilitas umum yang bersifat sosial dan berguna bagi masyarakat umum, khususnya masyarakat sekitar perusahaan tersebut berada.

Sedangkan praktik *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan PT.Unilever Indonesia Kampanye cuci tangan dengan sabun (Lifeboy), Program edukasi kesehatan gigi dan mulut (Pepsodent) , Program pelestarian makanan tradisional (Bango), sementara dalam bidang korporasi, di bawah Yayasan Unilever Indonesia, telah menjalankan tanggung jawab perusahaannya dalam bidang: Program pemberdayaan masyarakat/UKM (Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam), program edukasi kesehatan masyarakat (Pola Hidup Bersih dan Sehat / PHBS). PT. Unilever Indonesia melalui Yayasan Unilever Indonesia bersama mitra strategisnya diantaranya Badan Pengelola Lingkungan Hidup DKI Jakarta (BPLHD) kembali melanjutkan program *Jakarta Green and Clean (JGC)* di tahun 2008 sebagai salah satu bentuk kegiatan CSR. Program CSR ini dilakukan untuk yang ketiga kalinya, sejak adanya program ini ternyata antusiasme masyarakat Jakarta sangat tinggi, hal ini terbukti oleh semakin banyaknya jumlah peserta yang mengikuti program ini. Dan hal ini juga membuktikan bahwa masih banyak warga masyarakat yang peduli pada lingkungan hidup. Kebersihan dan

kelestarian lingkungan hidup akan berlangsung efektif jika dimulai dari keluarga sebagai lingkungan terkecil dan meluas kepada lingkungan masyarakat sekitar. Perusahaan ini berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat, memberdayakan serta menampung keinginan masyarakat untuk kembali menghijaukan lingkungan dan berbuat bijak dengan sampah rumah tangga yang dihasilkan dengan konsep *reduce, reuse dan recycle*.

Corporate Social Responsibility (CSR) sesungguhnya memperkuat posisi perusahaan di sebuah kawasan, melalui jalinan kerjasama antara *stakeholder* yang difasilitasi oleh perusahaan melalui penyusunan berbagai program pengembangan masyarakat sekitar yang bisa juga disebut dengan kemampuan perusahaan beradaptasi dengan lingkungan, komunitas dan *stakeholder* yang terkait dengan perusahaan, baik lokal, nasional maupun global.

Selain keuntungan kepada masyarakat, konsepsi CSR yang diterapkan dengan baik juga dapat diterima berkat peningkatan citra publik perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, sehingga ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata hanya berdasarkan faktor keuangan belaka.

Untuk setiap program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang akan dilaksanakan oleh perusahaan, terdapat beberapa hal yang terlebih dahulu disepakati: (1) Siapa kelompok sasarannya, (2) Apa indikator keberhasilannya, dan (3) Bagaimana tindak lanjutnya. Sebagai contoh, Perum Peruri yang menempatkan masyarakat dan lingkungan sekitar karawang sebagai *stakeholders* dalam skala prioritasnya.

Perum Peruri (Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia) merupakan perusahaan BUMN hasil peleburan (merger) antara Perusahaan Negara (PN) Arta Yasa dengan PN Pertjetakan Kebayoran yang memproduksi mencetak uang kertas dan uang logam untuk Bank Indonesia (BI) dan mencetak barang-barang cetakan, surat-surat berharga serta membuat barang-barang logam lainnya untuk pemerintah, BI, Lembaga-lembaga Negara dan umum.

Bagi Perum Peruri, penting dikatakan bahwa setiap perusahaan besar memiliki kewajiban dalam menyediakan sejumlah anggaran tertentu untuk kepentingan sosial. Oleh karena itu, sebagai perusahaan besar yang telah lama

berdiri di kota Karawang memiliki kepedulian serta tanggung jawab baik terhadap pihak internal seperti karyawan dan staff perusahaan maupun pihak eksternal perusahaan seperti masyarakat kota Karawang. Bentuk kepedulian dan tanggung jawab Perum Peruri ini disebut dengan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Dalam hal ini Perum Peruri juga ingin menunjukkan bahwa tidak semata – mata perusahaan hanya mampu mencari citra perusahaan saja namun juga membuktikan sebagai warga negara yang baik tapi juga berupa persembahan Perum Peruri bagi Indonesia.

Dalam pelaksanaan program CSR tersebut, Perum Peruri sebagai salah satu Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia dibawah naungan Kementrian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) melalui Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara yaitu melaksanakan tugas dan tanggung jawab sosial perusahaan berupa Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), program tersebut merupakan program CSR Perum Peruri. Sebagaimana diatur atas dasar Landasan Hukum yaitu pada Pasal 1 Ayat 3 dan Pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang berjudul “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”, mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Pada Pasal 74 tersebut hanya mengatur tanggung jawab sosial perusahaan yang akibat dari kegiatan usahanya berdampak langsung terhadap lingkungan atau Perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan Sumber Daya Alam serta Perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan Sumber Daya Alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan Sumber Daya Alam. Melihat isi Pasal 74 UU PT tersebut dapat diketahui bahwa pada Pasal 74 tidak mengatur tanggung jawab sosial perusahaan yang tidak bersinggungan dengan sumber daya alam.

Sedangkan pada Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-09/MBU/07/2015 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara melalui pemanfaatan dana dan penyisihan laba bersih setelah pajak yang ditetapkan dalam Menteri. PKBL adalah sebuah singkatan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, PKBL adalah suatu jenis program Tanggung Jawab Sosial/*Corporate Social Responsibility (CSR)* yang hanya ada di Badan Usaha Milik Negara (BUMN) saja. PKBL terdiri dari dua jenis Program yakni Program Kemitraan (PK) dan Bina Lingkungan (BL). PK adalah suatu program yang mewajibkan BUMN untuk memberikan pinjaman usaha dan pembinaan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Lalu BL adalah sebuah

program yang diberikan melalui bantuan dana untuk keperluan program/kegiatan pengembangan masyarakat. Fokus area kedua program tersebut adalah wilayah lokasi dimana suatu BUMN beroperasi. Program tersebut bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan sekaligus mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.

Dalam hal ini BUMN tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan, tetapi juga memiliki tanggung jawab terhadap karyawannya dalam memberikan bantuan kepada pengusaha yang tergolong lemah, koperasi dan masyarakat serta dalam pelestarian lingkungan. Sebagaimana telah diatur oleh landasan hukum pada sebelumnya salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan BUMN ini dilakukan melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang diatur dalam Peraturan Menteri Negara BUMN (Permen.BUMN) PER-09/MBU/07/2015 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara yang mengatur mulai dari besaran dana hingga cara pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Salah satu BUMN yang sudah berdiri sejak lama pada 15 September 1971 dan sepatutnya wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan adalah Perum Peruri. Salah satu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri adalah Pembangunan Mushola Al-Muhajirin di Puri Telukjambe, dari berbagai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang dijalankan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, maka perlu di tinjau persepsi masyarakat terhadap penerapan program CSR pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan tersebut serta dampak psikologis dan fisik apa yang dirasakan oleh warga sekitar mushola tersebut. Agar dapat mengetahui bagaimana persepsi masyarakat tentang adanya Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Pembangunan Mushola Al-Muhajirin di Puri Telukjambe tersebut.

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut yang berjudul **“PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PERUM PERURI DALAM KEGIATAN MUSHOLA AL-MUHAJIRIN KARAWANG”**.

1.2 Perumusan Masalah dan Batasan Masalah

1.2.1 Perumusan Masalah

Melihat fenomena dari latar belakang diatas, perlu dilihat kegiatan CSR melalui PKBL Perum Peruri. Untuk itu dalam masalah penelitian yang dikembangkan disini dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri dalam kegiatan Pembangunan Mushola Al-Muhajirin Karawang?
2. Bagaimana dampak psikologis dan fisik terhadap Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri dalam kegiatan Pembangunan Mushola Al-Muhajirin Karawang?

1.2.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini hanya mencakup pada persepsi masyarakat serta dampak psikologis dan fisik yang dirasakan warga terhadap Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri dalam kegiatan Pembangunan Mushola Al-Muhajirin Karawang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri dalam kegiatan Pembangunan Mushola Al-Muhajirin Karawang.
2. Untuk mengetahui dampak psikologis dan fisik terhadap Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri dalam kegiatan Pembangunan Mushola Al-Muhajirin Karawang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi saran-saran yang positif bagi perusahaan untuk tanggapan mengenai program CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan profit, nilai, dan citra perusahaan.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya yang bermanfaat dalam menambah pengetahuan lebih mengenai CSR (*Corporate Social Responsibility*).

3. Bagi Pembaca

Menjadi sarana untuk memperluas pengetahuan mengenai program CSR (*Corporate Social Responsibility*) serta dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lainnya dalam rangka melakukan penelitian lebih lanjut.

4. Bagi Penulis

Penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama mengikuti proses kuliah ke dalam dunia kerja. Penulis juga dapat mengetahui seberapa jauh pengetahuan penulis dalam membahas dan menganalisa permasalahan yang dihadapi perusahaan yang berkaitan dengan program CSR (*Corporate Social Responsibility*).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan, baik perusahaan barang maupun perusahaan jasa. Pemasaran dilakukan perusahaan guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Pemasaran merupakan hal terpenting dalam suatu kegiatan di perusahaan. Pemasaran mengambil andil alih besar dalam maju atau tidaknya perusahaan, jika pemasarannya baik maka penjualan produk atau jasa perusahaan akan banyak diminati oleh konsumen.

Ir. Titik Wijayanti mengemukakan bahwa pemasaran adalah “Suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai target pasar dan sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan”. Pemasaran juga berarti menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan para pelanggan demi mencapai tujuan perusahaan berupa profit yang berkelanjutan.¹

2.1.2 Bauran Pemasaran

George E. Belch dan Michel E. Belch mengemukakan bahwa bauran pemasaran merupakan hasil kolaborasi empat unsur, yang terdiri atas produk, harga, promosi, dan distribusi. Setiap unturnya mempunyai peran dan fungsi yang berbeda, tetapi merupakan satu kesatuan yang tidak bisa terpisahkan satu sama lain. Oleh karena itulah bauran pemasaran harus dibuat secara menyeluruh dan terarah dengan baik sesuai dengan strategi marketing yang telah ditetapkan, yaitu sesuai dengan segmen, target, dan positioning.² Berikut

¹ Wijayanti, Titik. 2017. *Marketing Plan dalam Bisnis*. Jakarta : Elex Media Komputindo. hal. 3

² Ibid, hal. 51

Bauran pemasaran menurut Titik Wijayanti, yang terdiri atas empat komponen³, yaitu:

1. Produk (*Product*)

Merupakan hasil kebijakan umum produk yang akan dijual meliputi kualitas produk, desain kemasan, jenis kemasan, keunggulan, nama *brand*, formulasi rasa, ukuran, *labeling*, nomor registrasi produk, petunjuk penggunaan, manfaat dan fungsi produk, dan lain sebagainya.

2. Harga (*Price*)

Merupakan hasil kebijakan tentang penetapan harga produk yang meliputi daftar harga diskon, periode pembayaran, jangka waktu kredit (*term of payment*) atau kebijakan lainnya.

3. Distribusi (*Place*)

Merupakan hasil kebijakan tentang distribusi dan tingkatan pelayanan terhadap konsumen yang meliputi jaringan, distribusi, area, lokasi, transportasi, investasi, ketersediaan dan penyediaan produk yang mudah dijangkau oleh konsumen. Distribusi disini mencakup jaringan distribusi dan saluran distribusi agar semakin dekat dengan konsumen.

4. Promosi (*Promotion*)

Pengertian promosi terkadang banyak diartikan dengan penjualan, padahal lebih tepatnya promosi merupakan salah satu bentuk kegiatan untuk meningkatkan penjualan, untuk menghindari salah menafsirkan istilah promosi, maka akan dikemukakan pendapat dari ahli mengenai pengertian promosi.

2.1.3 Pengertian Promosi

Alma mengemukakan bahwa promosi adalah “Sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan konsumen tentang barang dan jasa.”⁴

³ Wijayanti, Titik. 2017. *Marketing Plan dalam Bisnis*. Jakarta: Elex Media Komputindo. hal. 51

⁴ Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. hal. 179

Dengan demikian promosi adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara penjual dan pembeli yang bersifat menyebar ke informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran untuk menciptakan permintaan produk.

2.1.4 Tujuan Promosi

Beberapa program promosi dapat mempengaruhi perilaku pengguna (konsumen akhir), pedagang, pesaing, atau bahkan tenaga pemasaran suatu perusahaan. Meski tujuan utama promosi untuk meningkatkan penjualan, program ini juga menimbulkan biaya. Sebagai contoh tujuan promosi jangka pendek adalah mendapat pelanggan baru dan menarik segmen baru atau berbeda yang lebih sensitive terhadap perubahan harga dibandingkan konsumen tradisional perusahaan.⁵

Bicara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan kemudian memahaminya berubah sikap menyukai, yakin kemudian membeli dan mengingat akan produk tersebut.

2.1.5 Bauran Promosi

Alat untuk menyampaikan pesan-pesan promosi atau yang dikenal dengan *the promotion mix* (bauran promosi), dapat berupa periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, *personal selling*, dan *direct marketing*. Tidak satupun dari alat promosi ini lebih unggul dibanding yang lain, pada suatu kondisi dan situasi tertentu mungkin akan diprioritaskan dibandingkan dengan yang lain. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus memadukan bauran promosi kedalam sebuah program terkordinasi yang memudahkannya dalam mewujudkan tujuan pemasaran. Berikut ini penjelasan mengenai unsur-unsur dalam bauran promosi⁶ :

⁵ Rambe, Sofyan. 2009. *Pemasaran Strategik: Strategi untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam Penciptaan Nilai Bagi Pemegang Saham*. Jakarta: Inti Prima. Hal. 110

⁶ Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: ANDL.

1. *Advertising* (Periklanan)

Periklanan menurut Kotler dan Keller adalah: segala bentuk presentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar.

2. *Sales Promotion*

Promosi penjualan kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda.

3. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Hubungan masyarakat adalah bentuk komunikasi yang bertujuan menjalin relasi yang lebih baik dengan berbagai *stakeholder* perusahaan melalui publisitas positif citra korporasi yang bagus dan penanganan rumor, peristiwa, dan cerita negatif.

Meskipun banyak keunggulannya, *public relation* masih diperlakukan seperti *marketing stepchild*, karna belum dimanfaatkan secara optimal dan efektif.

4. *Personal Selling*

Personal Selling adalah improvisasi dari penjualan dengan menggunakan komunikasi *person to person*. *Personal Selling* sangat dominan dalam Industri. Dalam *marketing communication*, *personal selling* merupakan mitra penting yang tidak dapat digantikan dengan unsur promosi lainnya. *Personal selling* biasanya di laksanakan oleh sales di bawah naungan manajer penjualan yang mempromosikan produk secara langsung pada pasar sasaran.

5. *Direct Marketing* (pemasaran langsung)

Direct Marketing yaitu sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respons yang terukur dan/atau transaksi disembarang lokasi. Mediana antara lain pemasaran lewat telpon, internet, surat dan katalog.

6. Internet

Internet adalah sebuah sistem raksasa pada komputer yang saling berhubungan, lebih dari 100 juta komputer di 100 negara yang kita ketahui saat ini.⁷

2.1.6 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility dapat diartikan sebagai tanggung jawab sosial sebuah organisasi terhadap publik. Menurut Nor Hadi, CSR adalah komitmen perusahaan dalam berkontribusi membangun perekonomian organisasi yang diimbangi kegiatan etis yang dapat meningkatkan kualitas hidup dari pekerja beserta keluarganya supaya setaraf dengan komunitas lokal dan masyarakat luas.⁸

Menurut Anne, bahwa ada dua pondasi yang menjadi dasar dari CSR, yaitu:

1. *Charity principle*. Kegiatan yang dilakukan untuk memberikan bantuan sukarela kepada seseorang atau kelompok yang membutuhkan. Kegiatan ini biasanya dalam bentuk kegiatan kedermawanan, sebagai contoh dengan mendirikan suatu yayasan atau mengatasi masalah tertentu, bisa juga melakukan pendampingan maupun kerjasama pada kelompok tertentu yang membutuhkan.
2. *Stewardship principle*. Tindakan perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan setiap pihak yang dipengaruhi oleh keputusan maupun kebijakan perusahaan. Hal ini dilakukan karena ada kesadaran bahwa ketergantungan antara perusahaan dengan masyarakat, kegiatan ini dilakukan dengan pendekatan *stakeholder*. Sehingga mampu untuk menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan setiap kelompok yang bermacam-macam di masyarakat.⁹

⁷ Kenedy John E. 2009. *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta : PT. Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia. Hal. 33

⁸ Nor Hadi. 2011. *Pubic Relations*. Yogyakarta: Andi. Hal. 163

⁹ Anne. 2013. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Graha Ilmu. Hal 16

2.1.7 Indikator dalam Implementasi CSR

Menurut Kartini diperlukan indikator kinerja kunci dan implementasi CSR. Indikator yang paling efektif adalah kualitatif. Ada delapan indikator yang sebaiknya digunakan dalam pengukuran tersebut, yaitu:¹⁰

1. Leadership (Kepemimpinan)

- a. Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapat dukungan dari top management perusahaan.
- b. Terdapat kesadaran filantropik dari pimpinan yang menjadi pelaksana program.

2. Proporsi Bantuan

CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apabila areanya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi tidak dapat jadi tolak ukur, apabila anggaran besar pasti menghasilkan program yang bagus.

3. Transparansi dan akuntabilitas

- a. Terdapat laporan tahunan (*annual report*).
- b. Mempunyai mekanisme audit sosial dan finansial di mana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat diajukan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik 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 dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi

¹⁰ Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Refika Aditama. Hal.54

- a. Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan multi *stakeholder* pada setiap siklus pelaksanaan proyek.
- b. Terdapat kesadaran memperhatikan aspek-aspek lokalitas, pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman, dan penerimaan terhadap budaya-budaya lokal yang ada.
- c. Terdapat *blue print policy* yang menjadi dasar pelaksanaan program.

6. Perlibatan *Stakeholder*

- a. Terdapat mekanisme koordinasi regular dengan *stakeholder*, utamanya masyarakat.
- b. Terdapat mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek.

7. Keberlanjutan

- a. Tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging*) program dan hasil program pada diri masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik.
- b. Adanya pilihan *partner* program yang bisa menjamin bahwa tanpa keikutsertaan perusahaan, program bisa tetap dijalankan selesai dengan partner tersebut.

8. Hasil Nyata (*Outcome*)

- a. Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan, atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM atau parameter lainnya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan.
- b. Terjadinya perubahan pola pikir masyarakat.
- c. Menberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis.
- d. Terjadi penguatan komunitas (*community empowerment*).

2.1.8 Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Mc Williams and Sigel menjelaskan bahwa terdapat tiga tujuan utama perusahaan untuk mengkomunikasikan CSR, yaitu:

- a. Pertama, meningkatkan reputasi melalui CSR. Perusahaan yang dianggap punya tanggung jawab sosial oleh konsumen dinyatakan sebagai perusahaan yang mempunyai reputasi yang baik.
- b. Kedua, mencapai *diferensiasi* produk melalui CSR.
- c. Ketiga, untuk mencapai tingkat loyalitas konsumen yang tinggi melalui CSR.¹¹

2.1.9 Manfaat CSR Bagi Organisasi

Yusuf Wibisono mengungkapkan bahwa tidak ada jaminan bagi organisasi yang sudah melaksanakan program CSR untuk selalu mendapatkan keuntungan atau manfaat. Namun, sedikit atau banyak, CSR tetap memberikan manfaat tersendiri bagi organisasi, misalnya: reputasi.

1. Layak mendapatkan *social licence to operate*
2. Mempertahankan dan mendongkrak citra dan.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya.
5. Membentangkan akses menuju market.
6. Mereduksi biaya.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.¹²

2.1.10 Model Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

Pelaksanaan CSR di Indonesia, seperti dijelaskan Saidi dan Abidin, terdapat empat pola yang umumnya diterapkan oleh perusahaan dalam melaksanakan CSR. Keempat hal tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

1. Keterlibatan langsung

¹¹McWilliams and Sigel.2013.*Corporate Social Responsibility*.Bandung: Graha Ilmu. Hal6

¹²Wibisono,Yusuf.2016.*Public Relation*.Yogyakarta:Andi.Hal 164

Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan kepada masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah perusahaan atau groupnya. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

3. Bermitra dengan pihak lain

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media masa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan, untuk tujuan sosial tertentu. Pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “Hibah pembangunan”. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro-aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.¹³

2.1.11 Jenis-Jenis Program CSR

Menurut Kotler dan Lee menyebutkan enam kategori program CSR. Pemilihan Program alternatif CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan sangat bergantung kepada tujuan pelaksanaan CSR yang ingin dicapai perusahaan. Jenis program CSR tersebut adalah sebagai berikut:

¹³Saidi dan Abidin.2013.*Corporate Social Responsibility*.Bandung: Graha Ilmu. Hal.15

1. *Cause Promotion*

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

2. *Cause Related Marketing (CRM)*

Program ini perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan presentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu, serta untuk aktivitas tertentu. Aktivitas ini biasanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan misalnya menyumbangkan sejumlah uang tertentu untuk setiap produk yang terjual.

3. *Corporate Social Marketing (CSM)*

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, kampanye CSM lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan.

4. *Corporate Philanthropy*

Dalam program ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk dana untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan, secara cuma-cuma.

5. *Volunteering*

Perusahaan mendukung serta mendorong karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6. *Community Development*

Dalam program ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.¹⁴

2.1.12 Stakeholder

Menurut Freeman, *stakeholder* adalah individu atau kelompok yang bisa mempengaruhi dan dipengaruhi oleh organisasi sebagai dampak dari aktivitas-aktivitasnya.¹⁵ *Stakeholder* juga dapat diartikan sebagai setiap orang yang mempertaruhkan hidupnya pada perusahaan.

2.1.13 Model Dalam Manajemen Stakeholder

Selanjutnya Berman mengidentifikasi adanya dua model dalam manajemen *stakeholder*, yaitu:¹⁶

1. Strategic Stakeholder Management Model

Model ini didasari oleh suatu asumsi bahwa tujuan akhir dari suatu korporasi adalah keberhasilannya dipasar. Oleh sebab itu, perusahaan harus mengelola *stakeholder* sebagai bagian dari lingkungan perusahaan untuk memastikan agar perusahaan dapat memperoleh pendapatan dan laba sesuai dengan target.

2. Intrinsic Stakeholder Commitment Model

Model ini mengasuksikan bahwa hubungan antara manajer perusahaan dengan *stakeholder* lebih didasarkan kepada komitmen moral dan bukan berdasarkan keinginan perusahaan untuk memanfaatkan para *stakeholder* untuk mencapai tujuan perusahaan yakni memaksimalkan laba.

¹⁴Kotler dan Lee.2016.*Public Relation*.Yogyakarta:Andi.Hal 163

¹⁵Freeman.2013. *Corporate Social Responsibility*.Bandung: Graha Ilmu. Hal.38

¹⁶Berman.2013. *Corporate Social Responsibility*.Bandung: Graha Ilmu. Hal.41

2.1.14 Jenis *Stakeholder*

Stakeholder dalam sebuah organisasi atau perusahaan cukup beragam, antara lain:

1. *Stakeholder* Internal dan Eksternal

Stakeholder identik dengan publik internal dan eksternal. Publik internal artinya berada didalam lembaga, misalnya karyawan, manajer. Publik eksternal adalah mereka yang berkepentingan namun berada diluar lembaga. Misalnya, penyalur, pemasok, komunitas, konsumen dan sebagainya.

2. *Stakeholder* Primer, Sekunder dan Marginal

Stakeholder paling penting disebut publik primer, yang kurang penting disebut publik sekunder dan yang dapat diabaikan adalah publik marginal, yaitu publik yang sama sekali jauh dari sasaran program kerja PR.

3. *Stakeholder* Tradisional dan Masa Depan

Stakeholder tradisional meliputi karyawan dan konsumen. Sementara itu mahasiswa, peneliti, konsumen potensial, atau pejabatan pemerintah adalah publik masa depan.

4. *Silent Majority* dan *Vocal Minority*

Dilihat dari aktivitas publik terkait komplain atau dukungan terhadap organisasi, *stakeholder* dibedakan menjadi *silent majority* dan *vocal minority*. Contoh publik penulis surat kabar adalah *vocal minority*, yaitu aktif menyuarakan pendapat, namun jumlahnya tidak banyak (minor). Sementara itu *silent majority* adalah pembaca pasif sehingga suara atau pendapatnya tidak terlihat.

5. *Opponents*, *Proponents*, dan *Uncommitted Stakeholder*

Dalam sebuah organisasi, biasanya terdapat *stakeholder* yang menentang (*opponents*), dan tidak peduli (*proponents*), dan tidak peduli

(*uncommitted*). Masing-masing harus diperhatikan dan tidak boleh diabaikan.

2.1.15 Peraturan Hukum CSR

Setiap perusahaan harus memiliki program CSR yang sudah ditetapkan oleh undang-undang pasal 74 nomor 40 tahun 2007 sebagai berikut:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

2.1.16 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan

1. Definisi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan
 - a. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan adalah unit/organ khusus yang merupakan bagian dari organisasi BUMN Pembina yang berada dibawah pengawasan seorang direksi.
 - b. Program Kemitraan adalah program guna meningkatkan kemampuan kegiatan usaha kecil guna untuk menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba.

- c. Program Bina Lingkungan adalah pemberdayaan kondisi social masyarakat oleh Perum Peruri diwilayah usaha melalui pemnfaatan dana dari bagian laba.¹⁷

2. Tujuan Program

- a. Bantuan Program Kemitraan ditujukan untuk membantu kegiatan usaha yang dilakukan oleh masyarakat yang berlokasi diseluruh wilayah binaan Perum Peruri, sehingga dapat meningkatkan hasil produksi serta memperluas lapangan pekerjaan.
- b. Bantuan Program Bina Lingkungan ditujukan untuk membantun meningkatkan kondisi sosial masyarakat yang berada disekitar lokasi wilayah usaha perusahaan dan wilayah lainnya yang membutuhkan.¹⁸

3. Penggunaan dana

- a. Dana program kemitraan diberikan dalam bentuk pinjaman untuk membiaya modal kerja dan pembelian barang-barang modal (inventaris) seperti : mesin, alat bantu produksi dll.
- b. Dana program bina lingkungan diberikan untuk tujuan meberikan manfaat kepada masyarakat yang berada disekitar Perusahaan beradad. Sebagai contoh yaitu Bantuan Korban Bencana Alam, Pendidikan dan Pelatihan, Bantuan Fasilitas Pendidikan dan Pengadaan Saran dan Prasarana¹⁹

2.1.17 Persepsi

Persepsi adalah suatu proses pengorganisasian dan interpretasi kesan-kesan sensorik (panca indra) yang rasional berdasar respon terhadap lingkungan, menjadi memiliki makna arti. Adanya kemungkinan persepsi menjadi subjektif akan tetapi seseorang yang berpesepsi tersebut menganggapnya sebagai sebuah yang obyektif.

2.2 Kerangka Pemikiran

¹⁷ Studi Dokumentasi Prosedur Operasional PKBL Perum Peruri tahun 2014. Hal 2

¹⁸ Ibid. Hal 6

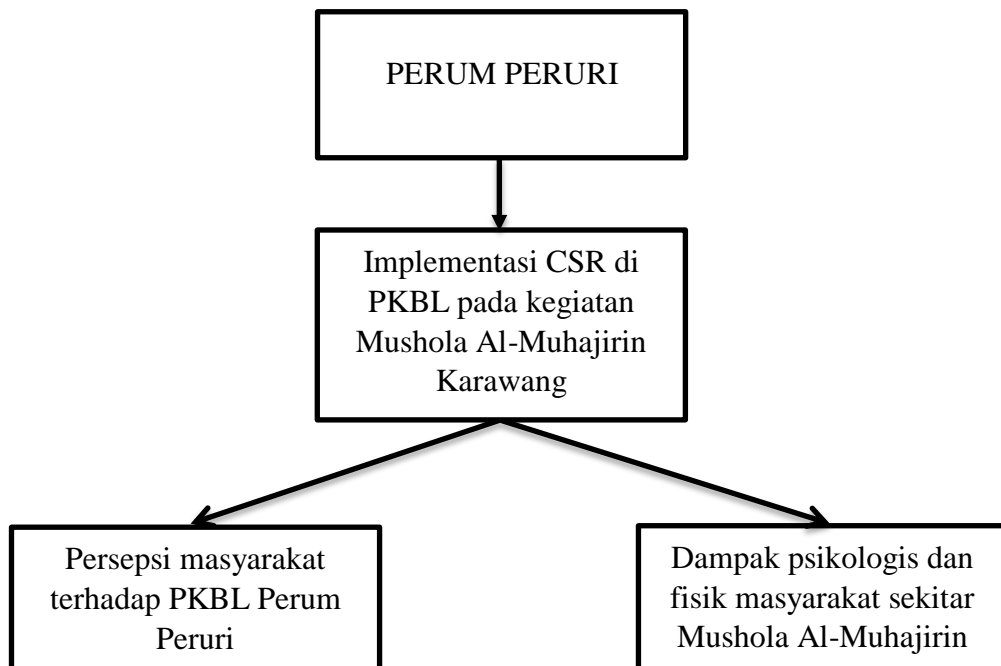
¹⁹ Ibid. Hal 33

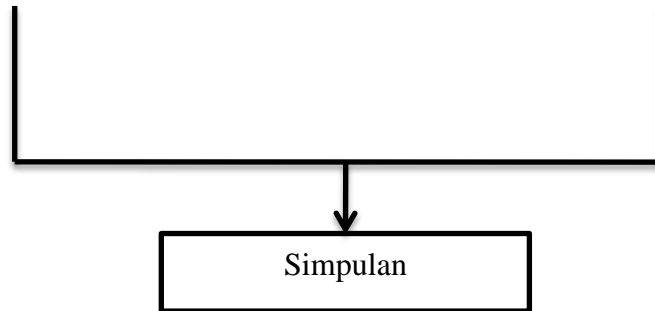
CSR merupakan bentuk tanggung jawab suatu perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan. Perum Peruri memiliki program CSR yaitu PKBL. Program tersebut sama dengan CSR namun yang membedakan hanyalah dana yang didapatkannya itu dari laba yang didapat oleh perusahaan maksimal 4%. Program tersebut tidak hanya semata-mata ingin menciptakan citra perusahaan dengan baik namun sudah menjadi tugas dan tanggung jawab perusahaan atas keuntungan yang dimiliki perusahaan dan menyisihkan sebagian dana tersebut untuk program CSR ini.

Implementasi yang dilakukan Perum Peruri terhadap program PKBL sudah banyak dilakukan diberbagai daerah. Salah satu implementasi yang dilakukan oleh Perum Peruri pada program PKBL adalah pemberian bantuan kepada Mushola Al-Muhajirin Karawang. Dan disini penulis ingin mengetahui bagaimana pendapat dari warga tentang bantuan yang didapat dari PKBL Perum Peruri tersebut. Dan apa dampak psikologis dan fisik yang dirasakan oleh warga setelah mendapatkan bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri. Adapun bagan alur kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritis





2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
Dadang Azwar Aditya	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Perusahaan (Studi di PT Sidomuncul Semarang)	<ul style="list-style-type: none"> - Metode analisis kualitatif - Wawancara - Pengumpulan data 	Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan implementasi CSR dan untuk mengetahui tanggung jawab sosial atau CSR yang telah dilakukan oleh PT Sidomuncul Semarang. Hasil penelitian menyatakan bahwa implementasi pada program pendidikan yaitu pembangunan sarana pendidikan dan beasiswa, pada kesehatan yaitu pembangunan pusat kesehatan desa pemberian suplai peralatan dll, dan pembinaan wilayah yang dilakukan meliputi aspek pendidikan, sosial, kesehatan, ekonomi, dan agama. Sedangkan untuk karyawannya yaitu pemberian fasilitas, pelayanan,

			bersifat ekonomis ada tunjangan uang hari raya dll.
Dendy Jaya Putra	Persepsi Masyarakat terhadap Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Bentuk Pertanggung jawaban Sosial Pada PT Pertamina (Persero) <i>Refinery</i> Unit IV Cilacap	- Metode analisis kualitatif - Dokumentasi - Wawancara - Kuesioner	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi masyarakat sekitar atas partisipasi/peranan terhadap perancangan dan perencanaan program <i>Corporate Social Responsibility</i> pada PT Pertamina (Persero) <i>Refinery</i> Unit IV Cilacap dan mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) <i>Refinery</i> Unit IV Cilacap. Hasil penelitian menyatakan bahwa masyarakat aktif dalam partisipasi kegiatan CSR tersebut dan masyarakat puas terhadap pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) <i>Refinery</i> Unit IV Cilacap.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Dalam penelitian ini lokasi penelitian bertempat di Desa Parung Mulya, Kecamatan Ciampel, Karawang, Jawa Barat 41361.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara peneliti melakukan kerja praktek selama 4 bulan, mulai dari tanggal 1 Februari 2018 sampai dengan 31 Mei 2018.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Penelitian Dengan Pendekatan Kualitatif

Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis.

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh dari prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan bertujuan mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti dengan instrument kunci. Penelitian kualitatif bersifat deksriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna berdasarkan perspektif subjek lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran Program Kemitraan dan Bina

Lingkungan dari Implementasi CSR serta memahami pola pelaksanaan PKBL di Perum Peruri.

3.2.2 Validasi Data

Dalam hal ini teknik validasi data yang digunakan untuk peneliti adalah teknik triangulasi, metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan beberapa informan yang telah ditentukan dan menyelaraskannya dengan dokumen yang ada.

Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk mendapatkan data valid informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.

3.3 Subyek atau Obyek Penelitian

Subjek penelitian atau seseorang yang memberikan informasi terkait judul penelitian adalah Pegawai di bagian Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Peruri yang berada di Perusahaan Perum Peruri No. 4 Blok K-V Jalan Falatehan, Kelurahan Melawai, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Dan kepada orang yang menerima CSR tersebut yaitu pengurus dan masyarakat sekitar Mushola Al-Muhajirin Karawang. Seseorang yang memberikan informasi disebut informan. Informan yaitu orang yang diharapkan dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi pada latar belakang.

Adapun penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, yaitu orang yang paling tahu apa yang kita harapkan, atau sebagai penguasa sehingga akan

memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.²⁰ Purposive sampling termasuk dalam non-probability sampling. Jadi peneliti akan melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi tersebut kepada pihak Peruri PKB, pengurus Mushola Al-Muhajirin Karawang serta masyarakat sekitar mushola.

Adapun kriteria informan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pegawai Peruri beserta staff nya di bagian unit PKBL yang berkaitan langsung dengan CSR peruri yang bertempat di No.4 Blok K-V Jalan Falatehan Kelurahan Melawai, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.
2. Pengurus Mushola Al-Muhajirin Karawang.
3. Masyarakat Puri Telukjambe Blok A RW 07 Desa Sirnabaya yang tidak mempunyai rumah ganda dan menetap tinggal di Blok A.
4. Berusia antara 15-65 tahun.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observasi ataupun wawancara dengan pihak informan. Metode pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada pegawai ataupun karyawan Perum Peruri yang bekerja di bagian unit PKBL dan kepada penerima PKBL warga Blok A Sirnabaya.
- b. Data sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen dari data yang diperoleh dari perpustakaan dan internet yang menunjang penelitian. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakannya sebagai bentuk tanda bukti. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari laporan ataupun proposal yang didapat langsung dari PKBL Peruri dan warga ataupun pengurus Mushola Al-Muhajirin Karawang serta beberapa artikel dan majalah yang mengupas CSR.

²⁰Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Hal. 300

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang relevan dan akurat dengan masalah yang dibahas. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

3.5.1 Observasi

Observasi dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan sifat penelitian karena mengadakan pengamatan secara langsung sehingga peneliti harus mendapatkan data sendiri dengan terjun langsung dan mencari langsung beberapa informan yang telah ditentukan sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, peneliti terjun langsung ke kantor PKBL dan tempat penerimaan PKBL yaitu mushola Al-Muhajirin Karawang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat sekitar mushola terhadap bantuan yang mereka terima dari PKBL Perum Peruri, yang nantinya akan menjadi faktor yang paling penting untuk PKBL Perum Peruri sebagai bahan evaluasi. Perhitungan survey tingkat kepuasan dilakukan menggunakan skala pengukuran likert. Skala likert digunakan sebagai pertimbangan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena *social*. Dengan skala ini, maka jawaban dari para responden dapat diberi skor. Dari hasil skor tersebut nantinya akan dihitung rata-ratanya untuk menentukan tingkat kepentingannya.

Berikut adalah gambaran skala likert yang digunakan:

Tabel 3.1

Skala *Likert*

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Baik	1
2	Tidak Baik	2
3	Netral	3
4	Baik	4

5	Sangat Baik	5
---	-------------	---

Sumber : sugiyono (2012 : 94)

3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah interaksi secara langsung atau tatap muka dengan dua orang atau lebih dimana orang tersebut dimintai pendapat atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti sebagai informasi untuk peneliti. Dan kemudian peneliti akan merekamnya pada saat wawancara berlangsung, setelah itu peneliti akan mencatat hasil dari wawancara tersebut dengan cara memutar ulang kembali hasil rekaman yang telah dilakukan sebelumnya. Wawancara yang akan dilakukan yaitu mengajukan pertanyaan secara terstruktur, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun dan menanyakannya kepada narasumber secara terstruktur.

Dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih jelas tentang informan dalam melihat situasi dan fenomena yang sesungguhnya, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi. Dalam melakukan wawancara, peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan diajukan, dan mencatat apa yang disampaikan oleh informan. Oleh karena itu jenis-jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti termasuk ke dalam jenis wawancara terstruktur.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumen yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar, serta data-data dan dokumen mengenai PKBL Perum Peruri pada kegiatan Mushola Al-Muhajirin Karawang. Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan semakin sah dan dapat dipercaya apabila didukung oleh foto-foto.

3.5.4 Questioner

Penyebaran questioner dilakukan dengan cara membuat pertanyaan secara teratur dan tersusun dan kemudian nantinya akan ditanyakan kepada warga sekitar mushola agar mendapatkan hasil jawaban yang lebih akurat, maka dari itu peneliti menyebar questioner dengan cara mengajukan pertanyaan kepada para penerima PKBL.

3.6 Analisa dan Interpretasi Data

Dalam analisis dan interpretasi data, penulis menggunakan metode deskriptif. Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen adalah analisis melibatkan pekerjaan dengan data, penyusunan dan pemecahannya kedalam unit-unit yang dapat ditangani, perangkumannya, pencarian pola-pola, dan penemuan apa yang penting dan apa yang perlu dipelajari, dan pembuatan keputusan apa yang akan kita katakan kepada orang lain. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan data yang ada, menyusun secara sistematis, kemudian mempresentasikan hasil penelitian kepada orang lain.²¹

Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Seusai mendapatkan data-data yang didapat dalam penelitian ini, langkah berikutnya yaitu mengolah data yang terkumpul dengan menganalisis data, mendeskripsikan data, serta mengambil kesimpulan. Penulis memakai teknik analisis data kualitatif, karena data-data yang didapat merupakan kumpulan keterangan-keterangan.

Analisis data dimulai dengan melaksanakan wawancara dengan informan utama, yaitu orang yang benar-benar memahami dan mengetahui situasi obyek penelitian. Setelah melakukan wawancara, analisis data dimulai dengan membuat transkrip hasil wawancara, dengan cara memutar kembali rekaman

²¹Bogdan dan Biklen.2010.*Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. Hal 85

hasil wawancara, mendengarkan hasil rekaman tersebut, kemudian menuliskan kata-kata yang didengar sesuai dengan apa yang ada direkaman tersebut.

3.7 Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan informasi diatas peneliti menggunakan metode kualitatif atau yang disebut juga deskriptif. Dengan metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti berharap ilmu yang diterima dapat dijadikan bahan evaluasi dan pembelajaran selanjutnya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Latar Belakang Perum Peruri

4.1.1 Sejarah Perum Peruri

Uang merupakan alat pembayaran yang berlaku dari dulu hingga sekarang untuk semua transaksi jual-beli baik secara langsung maupun tidak langsung. Keberadaan uang menyediakan alternatif transaksi yang lebih mudah dari pada *barter* yang lebih kompleks, tidak efisien, dan kurang cocok digunakan dalam sistem ekonomi modern karena membutuhkan orang yang memiliki keinginan yang sama untuk melakukan pertukaran dan juga kesulitan dalam penentuan nilai. Efisiensi yang didapatkan dengan menggunakan uang pada akhirnya akan mendorong perdagangan dan pembagian tenaga kerja yang kemudian akan meningkatkan produktifitas dan kemakmuran.

Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia atau biasa disebut Perum Peruri adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ditugasi untuk mencetak Uang Rupiah (baik uang kertas maupun uang logam) bagi Republik Indonesia, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2006 Tentang Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia. Selain mencetak uang rupiah Republik Indonesia Perum Peruri juga mencetak produk *security* lainnya termasuk cetakan kertas berharga Non Uang dan Logam Non Uang.

Perum Peruri didirikan pada tanggal 15 September 1971 yang sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1971 yang selanjutnya diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1982 kemudian diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2000 dan disempurnakan untuk terakhir kalinya melalui Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2006. Yang merupakan penggabungan dua perusahaan yang memproduksi uang, yaitu :

1. PN ARTHA YASA memproduksi Uang Logam.
2. PN PERKEBA memproduksi Uang Kertas.

Perum Peruri mempunyai legalitas sebagai percetakan uang resmi dan kertas berharga lainnya. Hal tersebut ditunjang pengalaman yang lama dan kelengkapan sarana mesin cetak yang modern serta mempunyai jaringan ke lembaga-lembaga pemerintah baik dalam negeri maupun luar negeri, merupakan kekuatan yang terus dipupuk dan dikembangkan.

Berlandaskan dengan Peraturan Pemerintah No. 34 Tahun 2000 Perum Peruri dikukuhkan dalam melaksanakan kegiatan antara lain :

1. Mencetak uang kertas dan uang logam Bank Indonesia.
2. Mencetak Kertas berharga Non Uang (*Security Paper*), logam non uang dan bahan dasar lainnya.

4.1.2 Visi dan Misi Perum Peruri

Visi Perum Peruri :

“Perusahaan Berkelas Dunia Di Bidang *INTEGRATED SECURITY PRINTING AND SYSTEM*”.

Misi Perum Peruri:

Misi Perum Peruri ditunjang oleh kekuatan antara lain, mempunyai legimitasi untuk mencetak uang rupiah resmi, uang kertas dan uang logam untuk Bank Indonesia. Rencana pencapaian arah ke depan, perusahaan memanfaatkan lahan yang masih tersedia, mengantisipasi Perum Peruri sebagai berikut:

“Menghasilkan Produk Berkualitas dan Bernilai Sekuriti Tinggi Kebanggaan Bangsa.”

4.1.3 Moto Perum Peruri

Filosofi kerja secara totalitas dan antusias perlu didukung oleh "Tata Nilai INSTINK", yaitu Integritas, Sekuriti, *Teamwork*, Inovasi dan Kualitas. Guna mendukung implementasi Tata Nilai maka diperlukan "Moto" yang mudah

diingat, gampang dilaksanakan dan menjadi pelengkap dari karakter insan Peruri, yaitu "Cergas - Cepat - Cermat - Cerdas - Ceria".

Moto Perum Peruri

Cergas itu tangkas dan giat, gesit dan cekatan. Seseorang akan mudah dilihat dan dipahami tingkah lakunya karena ia bekerja dengan tangkas, giat, gesit dan cekatan sehingga menjadi tumpuan organisasi di tempatnya bekerja. Karakter orang seperti ini akan mudah dikenali karena ia selalu bekerja dengan semangat yang menyala-nyala.

Cepat itu lekas, segera atau dalam waktu singkat. Cepat di dalam pengertian cara kerja Peruri adalah bertindak segera di dalam setiap menyelesaikan pekerjaan maupun melakukan eksekusi pada waktu singkat untuk mencapai tujuan perusahaan.

Cermat itu teliti, hati-hati, penuh minat, sungguh-sungguh, seksama. Peruri sebagai perusahaan yang bergerak di bisnis *security printing*, tentunya sangat mengharapkan SDM yang bekerja dengan cermat karena secara filosofi kerja, perusahaan ini harus dikelola dengan tingkat pengamanan (*security*) yang tinggi. Tingkat pengamanan yang tinggi itu dapat diperoleh secara *self censor* dari semua karyawan Peruri karena itu sudah merupakan bagian penting dari sisi hidupnya.

Cerdas itu sempurna perkembangan akal budinya untuk berfikir, mengerti dengan memiliki pemikiran yang tajam. Cerdas di sini mempunyai lingkup cerdas secara emosional, cerdas secara intelektual dan cerdas secara spiritual. Dalam konteks ini maka integritas, inovasi dan kualitas sebagai filosofi dari Peruri terangkum di dalamnya. Oleh karena itu insan Peruri yang cerdas adalah insan Peruri yang bertanggung jawab dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.

Ceria itu bersih, suci, murni, berseri-seri, bersinar, cerah. Hanya orang-orang ceria yang mampu bekerja secara antusias dan mempunyai *team work* yang solid. Ingat, kita bekerja di lingkungan Obyek Vital Nasional sehingga filosofi antusias dan soliditas mempunyai makna yang sangat penting. Oleh karena itu marilah kita bekerja dengan ceria seraya mensyukuri nikmat yang sudah diberikan Tuhan kepada kita.

4.1.4 Produk Perum Peruri

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 32 Tahun 2006, Tugas dan wewenang Perum Peruri adalah mencetak lima produk unggulan yaitu:

1. Uang Kertas

Dalam percetakan uang kertas, Peruri menerapkan pengalaman dengan teknologi bersekuriti tinggi mulai dari desain, kertas, tinta maupun proses cetaknya. Fitur yang dikenal luas adalah penggunaan watermark, cetak intaglio, benang pengaman dan tinta sekuriti.

Beberapa contoh uang kertas :

a. Uang Rupiah Pecahan 1.000 (kertas)

Gambar 4.1

Uang Rp. 1.000 (kertas)



Gambar Utama : Tjut Meutia (Bagian Depan) Tari Tifa, Pemandangan Alam Banda Neira dan Bunga Anggrek Larat (Bagian Belakang).

Bahan : Kertas Khusus Terbuat dari Serat Kapas.
Ukuran : 141 mm x 65 mm.
Warna dominan : Hijau.

b. Uang Rupiah Pecahan 2.000

Gambar 4.2

Uang Rp. 2.000



Gambar Utama : Mohammad Hoesni Thamrin (Bagian Depan) Tari Piring, Pemandangan Alam Ngarai Sianok dan Bunga Jeumpa (Bagian Belakang).

Bahan : Kertas Khusus Terbuat dari Serat Kapas.
Ukuran : 141 mm x 65 mm.

Warna dominan : Abu-abu.

c. Uang Rupiah Pecahan 5.000

Gambar 4.3

Uang Rp. 5.000



Gambar Utama : Dr. K. H. Idham Chalid (Bagian Depan) Tari Gamboyang, Pemandangan Alama Gunung Bromo dan Bunga Sedap Malam (Bagian Belakang).

Bahan : Kertas Khusus Terbuat dari Serat Kapas.

Ukuran : 143 mm x 65 mm

Warna dominan : Cokelat

d. Uang Rupiah Pecahan 10.000

Gambar 4.4

Uang Rp. 10.000



- Gambar Utama : Frans Kaisiepo (Bagian Depan) Tari Pakarena, Pemandangan Alam Taman Nasional Wakatobi dan Bunga Cempaka Hutan Kasar (Bagian Belakang).
- Bahan : Kertas Khusus Terbuat dari Serat Kapas.
- Ukuran : 145 mm x 65 mm.
- Warna Dominan : Ungu.

e. Uang Rupiah Pecahan 20.000

Gambar 4.5

Uang Rp. 20.000



- Gambar Utama : Dr. G. S. S. G. Ratulangi (Bagian Depan) Tari Gong, Pemandangan Alam Derawan dan Bunga Anggrek Hitam (Bagian Belakang).
- Bahan : Kertas Khusus Terbuat dari Serat Kapas.
- Ukuran : 147 mm x 65 mm.
- Warna dominan : Hijau.

f. Uang Rupiah Pecahan 50.000

Gambar 4.6

Uang Rp. 50.000



Gambar Utama : Ir. H. Djuanda Kartawidjaja (Bagian Depan)
Tari Legong, Pemandangan Alam Taman
Nasional Komodo dan Bunga Jepun Bali
(Bagian Belakang).

Bahan : Kertas Khusus Terbuat dari Serat Kapas.

Ukuran : 149 mm x 65 mm.
Warna dominan : Biru.

g. Uang Rupiah Pecahan 100.000

Gambar 4.7

Uang Rp. 100.000



Gambar Utama : Dr. (H. C.) Ir. Soekarno Dr. (H. C.) Drs. Mohammad Hatta (Bagian Depan) Tari Topeng Betawi, Pemandangan Alam Raja Ampat dan Bunga Anggrek Bulan (Bagian Belakang).
Bahan : Kertas Khusus Terbuat dari Serat Kapas.

Ukuran :151 mm x 65 mm.
Warna dominan : Merah.

2. Uang Logam

Ukuran pengaman atau sekuriti pada cetakan uang logam berbeda dengan dengan uang kertas yang memiliki banyak fitur. Sekuriti percetakan uang logam pada prinsipnya lebih banyak ditentukan oleh kualitas bahan, kerumitan desain, dan ketajaman percetakan.

a. Uang Rupiah Pecahan 100

Gambar 4.8

Uang Rp. 100



Gambar Utama : Prof. Dr. Ir. Herman Johannes
Bahan : Alumunium
Ukuran : 23.00 mm \pm 0.10 mm
Warna dominan : Putih Alumunium

b. Uang Rupiah Pecahan 200

Gambar 4.9

Uang Rp. 200



Gambar Utama : Dr. Tjiptomangunkusumo
Bahan : Alumunium
Ukuran : 25.00 mm \pm 0.05 mm
Warna dominan : Putih Alumunium

c. Uang Rupiah Pecahan 500

Gambar 4.10

Uang Rp. 500



Gambar Utama : Letjen TNI T.B. Simatupang
Bahan : Alumunium
Ukuran : 27.20 mm \pm 0.05 mm
Warna dominan : Putih Alumunium

d. Uang Rupiah Pecahan 1.000 (logam)

Gambar 4.11

Uang Rp. 1.000 (logam)



Gambar Utama	: Mr. I Gusti Ketut Pudja
Bahan	: Nickel Plated Steel
Ukuran	: 24.10 mm ± 0.10 mm
Warna dominan	: Putih Keperakan

3. Kertas Berharga Non Uang

a. Perangko

Gambar 4.12

Perangko



Perangko merupakan salah satu dokumen wajib memiliki fitur sekuriti yang melekat pada produknya mengingat sifatnya sebagai bukti pelunasan biaya pengiriman dokumen. Secara umum, perangko merupakan secarik kertas bergambar yang mencantumkan nama negara penerbit, tahun penerbitan dan memiliki nominal nilai tertentu.

Sampai saat ini Peruri telah mencetak perangko beberapa seri yang diterbitkan oleh PT Pos Indonesia, misalnya, Perangko seri Shio Kambing (2015), Perangko Seri Gerhana Matahari Total dan Perangko Shio Monyet (2016). Peruri juga mencetak perangko yang berfungsi sebagai sarana promosi, misalnya Perangko seri peduli lingkungan hidup. Peruri selalu meningkatkan teknologi dan kapasitas untuk melakukan pencetakan perangko yang sesuai spesifikasi yang dikehendaki oleh konsumen.

b. Materai

Gambar 4.13

Materai



Materai Republik Indonesia sebagai salah satu dokumen *security* negara yang dipergunakan sebagai tanda keabsahan dan legalitas dokumen surat perjanjian dan penjualan, dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia dan pencetakannya dipercayakan kepada Percetakan Uang RI. Kepercayaan yang diberikan kepada

Percetakan Uang RI, mengingat produk dokumen *security* yang dicetak oleh Peruri selama ini mengandung unsur-unsur *security feature*, diantaranya penggunaan hologram *security* dan teknik cetak Intaglio, sebagaimana yang terdapat pada uang kertas Republik Indonesia. Meterai yang dicetak oleh Peruri atas pesanan dari Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia saat ini bernilai Rp 3.000,- dan Rp 6.000,-.

c. Pita Cukai

Gambar 4.14

Pita Cukai



Pita Cukai yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Bea dan Cukai merupakan bukti pembayaran cukai atas penjualan tembakau berbentuk rokok kretek dan *cigarette*. Produk yang oleh Direktorat

Jenderal Bea dan Cukai dipercayakan pencetakannya ke Peruri tersebut, memiliki unsur *security* yang cukup handal dalam rangka meminimalkan pemalsuan. Salah satunya adalah pemberian hologram pada cetakan pita cukai. Pita Cukai dicetak sesuai pesanan dari Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, berdasarkan nilai pajak yang dikenakan untuk produk yang terkena pajak.

d. Paspor

Gambar 4.15

Paspor



Paspor Republik Indonesia sebagai salah satu dokumen *security* negara yang penting atau vital, selama ini digunakan sebagai bukti kewarganegaraan Indonesia bagi pemiliknya dan berfungsi sebagai dokumen pendukung perjalanan khususnya keluar negeri atau antar negara. Direktorat Jenderal Imigrasi Republik Indonesia mempercayakan pencetakan dan pembuatan Paspor Republik Indonesia kepada Peruri, karena hasil produknya yang selalu mengutamakan unsur *security*. Kini Peruri tidak hanya mencetak pesanan Paspor RI dari Direktorat Jenderal Imigrasi Republik Indonesia saja, tetapi juga pesanan Paspor dari Luar Negeri, diantaranya dari Sri Lanka.

e. Sertifikat Tanah

Gambar 4.16

Sertifikat Tanah



Sertifikat tanah yang dikeluarkan oleh Badan Pertanahan Nasional sebagai tanda bukti kepemilikan dan hak seseorang atas tanah adalah salah satu dokumen negara yang vital. Atas dasar itulah Badan Pertanahan Nasional mempercayakan pencetakan dokumen Sertifikat Tanah kepada Peruri. Sertifikat Tanah yang dicetak oleh Peruri mempunyai ciri khusus yang lebih mengutamakan unsur pengamanan *security feature*, sehingga dapat memperkecil resiko pemalsuan.

4. Logam Non Uang

a. Lencana

Gambar 4.17

Lencana



Produk Logam Non Uang (LNU) Peruri yang mengedepankan nilai kualitas dari segi bahan, desain, hingga proses cetak dalam menciptakan sebuah produk sehingga memberikan kebanggaan untuk digunakan pada sebuah momen pemberian penghargaan. Berbahan dari logam kuningan dan tembaga berbalut sepuhan emas, nikel, maupun perunggu.

b. Commemorative Coin

Gambar 4.18

Logam Non Uang



photo & editing by: @hanivan20 - 7229

Menampilkan sisi eksklusifitas dari produk Logam Non Uang (LNU) menghasilkan produk dengan tema tertentu yang disesuaikan

dengan fungsi karakter dan pesan yang ingin disampaikan oleh pemesan. Kombinasi bahan logam dengan teknik pewarnaan mendetail menjadi keunggulan yang ditawarkan dari produk Logam Non Uang (LNU) Perum Peruri.

c. Medali

Gambar 4.19

Medali



Medali dikombinasikan dengan bingkai melalui proses sketsa bermotif seni menghasilkan plakat berkualitas dengan teknik sepuh yang baik sehingga menimbulkan efek sekelas emas menjadi salah satu produk unggulan Peruri.

4.1.5 Lokasi Perum Peruri

Perum Peruri mempunyai 4 lokasi gedung, yaitu :

1. Jl. Palatehan 4, Kebayoran Baru Blok K-V Jakarta Selatan 12160
2. Jl. Tarum barat, Desa Parungmulya, Ciampel, Karawang, Jawa Barat
3. Jl. Ahmad Yani No.119, Surabaya 60237, Jawa Timur
4. JL Putri Merak Jingga / JL Gudang, No 3A, Medan 20111, Sumatera Utara

Perum Peruri Jakarta berfungsi sebagai kantor administrasi dan pemasaran. Perum Peruri Karawang berfungsi sebagai pabrik percetakan uang dan dokumen *security* lainnya, Perum Peruri Divisi Barat dan Divisi Timur berfungsi sebagai percetakan dokumen *security* untuk Indonesia wilayah Barat dan Timur.

4.2 Hasil dan Pembahasan

4.2.1 Identitas Informan

1. Informan 1

Seorang laki-laki yang berusia 51 tahun dengan pendidikan terakhir Sarjana. Informan 1 bekerja di PKBL Peruri sebagai Kepala PKBL Peruri. Sudah bekerja di peruri selama 27 tahun.

2. Informan 2

Seorang laki-laki yang berusia 55 tahun dengan pendidikan terakhir Sarjana. Informan 2 bekerja di PKBL Peruri. Sudah bekerja di peruri selama 34 tahun.

3. Informan 3

Seorang laki-laki yang berusia 46 tahun. Informan 3 bekerja di SDM Peruri yang merupakan pengurus Mushola Al-Muhajirin Karawang.

4. Informan 4

Seorang laki-laki yang berusia 34 tahun. Informan 4 bekerja di Peruri yang merupakan pengurus Mushola Al-Muhajirin Karawang.

5. Informan 5

Seorang laki-laki yang berusia 43 tahun. Informan 5 bekerja di PT Pindodeli yang merupakan warga Blok A.

6. Informan 6

Seorang laki-laki yang berusia 47 tahun. Informan 6 bekerja di Perusahaan Swasta yang merupakan warga Blok A.

7. Informan 7

Seorang wanita yang berusia 15 tahun. Informan 7 merupakan seorang pelajar yang merupakan warga Blok A.

8. Informan 8

Seorang wanita yang berusia 21 tahun. Informan 8 merupakan seorang pelajar yang merupakan warga Blok A.

9. Informan 9

Seorang laki-laki yang berusia 41 tahun. Informan 9 bekerja di Perusahaan Swasta yang merupakan warga Blok A.

10. Informan 10

Seorang wanita yang berusia 38 tahun. Informan 10 bekerja di Perusahaan Swasta yang merupakan warga Blok A.

11. Informan 11

Seorang wanita yang berusia 36 tahun. Informan 11 merupakan seorang ibu rumah tangga yang merupakan warga Blok A.

12. Informan 12

Seorang laki-laki yang berusia 26 tahun. Informan 12 bekerja di Perusahaan Swasta yang merupakan warga Blok A.

13. Informan 13

Seorang laki-laki yang berusia 21 tahun. Informan 13 merupakan seorang pelajar yang merupakan warga Blok A.

14. Informan 14

Seorang laki-laki yang berusia 33 tahun. Informan 14 bekerja sebagai PNS yang merupakan warga Blok A.

15. Informan 15

Seorang laki-laki yang berusia 41 tahun. Informan 15 bekerja di Pindodelli yang merupakan warga Blok A.

16. Informan 16

Seorang laki-laki yang berusia 42 tahun. Informan 16 bekerja di Peruri yang merupakan warga Blok A.

17. Informan 17

Seorang laki-laki yang berusia 43 tahun. Informan 17 bekerja sebagai wirausaha yang merupakan warga Blok A.

18. Informan 18

Seorang laki-laki yang berusia 16 tahun. Informan 18 merupakan seorang pelajar yang merupakan warga Blok A.

19. Informan 19

Seorang laki-laki yang berusia 22 tahun. Informan 19 merupakan seorang pelajar yang merupakan warga Blok A.

20. Informan 20

Seorang wanita yang berusia 27 tahun. Informan 20 bekerja di Perusahaan Swasta yang merupakan warga Blok A.

21. Informan 21

Seorang wanita yang berusia 45 tahun. Informan 21 merupakan ibu rumah tangga yang merupakan warga Blok A.

22. Informan 22

Seorang laki-laki yang berusia 44 tahun. Informan 22 bekerja di Peruri yang merupakan warga Blok A.

23. Informan 23

Seorang wanita yang berusia 20 tahun. Informan 23 merupakan seorang pelajar yang merupakan warga Blok A.

24. Informan 24

Seorang wanita yang berusia 21 tahun. Informan 24 merupakan seorang pelajar yang merupakan warga Blok A.

25. Informan 25

Seorang wanita yang berusia 22 tahun. Informan 22 merupakan seorang pelajar yang merupakan warga Blok A.

26. Informan 26

Seorang wanita yang berusia 43 tahun. Informan 26 merupakan Ibu Rumah Tangga yang merupakan warga Blok A.

27. Informan 27

Seorang laki-laki yang berusia 38 tahun. Informan 27 bekerja di Perusahaan Swasta yang merupakan warga Blok A.

28. Informan 28

Seorang wanita yang berusia 38 tahun. Informan 28 merupakan Ibu Rumah Tangga yang merupakan warga Blok A.

29. Informan 29

Seorang laki-laki yang berusia 45 tahun. Informan 29 bekerja di Perusahaan Swasta yang merupakan warga Blok A.

30. Informan 30

Seorang wanita yang berusia 38 tahun. Informan 30 merupakan Ibu Rumah Tangga yang merupakan warga Blok A.

31. Informan 31

Seorang wanita yang berusia 41 tahun. Informan 31 merupakan Ibu Rumah Tangga yang merupakan warga Blok A.

32. Informan 32

Seorang laki-laki yang berusia 20 tahun. Informan 32 merupakan seorang pelajar yang merupakan warga Blok A.

33. Informan 33

Seorang laki-laki yang berusia 19 tahun. Informan 33 merupakan seorang pelajar yang merupakan warga Blok A.

4.2.2 Pembahasan

4.2.2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility dapat diartikan sebagai tanggung jawab sosial sebuah organisasi terhadap publik. Menurut Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan dalam berkontribusi membangun perekonomian organisasi yang diimbangi kegiatan etis yang dapat meningkatkan kualitas hidup dari pekerja beserta keluarganya supaya

setaraf dengan komunitas lokal dan masyarakat luas.²² *Corporate Social Responsibility* itu hanya untuk Perseroan Terbatas, sedangkan Badan Usaha Milik Negara itu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Yang menyamakan antara CSR dan PKBL yaitu di Program Bina Lingkungannya.

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan adalah bentuk tanggung jawab Badan Usaha Milik Negara kepada masyarakat. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dilaksanakan dengan dasar Undang Undang No.19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara serta Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara No. Per-05/MBU/2007 yang menyatakan maksud dan tujuan pendirian Badan Usaha Milik Negara tidak hanya mengejar keuntungan melainkan turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi dan masyarakat.

Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan, yaitu program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara. Tujuan program Kemitraan adalah untuk meningkatkan kemampuan para pengusaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri sekaligus pemberdayaan kondisi sosial masyarakat. Sedangkan Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, yaitu program untuk membentuk calon mitra binaan baru dan pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh Badan Usaha Milik Negara melalui pemanfaatan dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara. Program Bina Lingkungan ini bersifat bantuan (Korban Bencana Alam, Bantuan Pendidikan dan/atau Pelatihan, Bantuan Peningkatan Kesehatan, Bantuan Pengembangan Sarana dan/atau Prasarana dan Bantuan Sarana Ibadah).

Dengan adanya Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di Perum Peruri ini, masyarakat mendapat bantuan untuk mendirikan usahanya ataupun sarana umum yang ada dengan bantuan berupa dana tersebut. PKBL ini bermitra dengan banyak sekali mitraan di Indonesia khususnya pulau Jawa, kepada kepala-kepala daerah, pengusaha-pengusaha kecil, dan kelompok-kelompok masyarakat lainnya. Banyak sekali manfaat yang didapat, yang salah satunya adalah bisa menjadikan citra perusahaan menjadi baik di mata masyarakat.

²²Nor Hadi. 2011. *Pubic Relations*. Yogyakarta: Andi. Hal163

Selain itu juga bisa membantu kepada masyarakat yang membutuhkan dana untuk sarana umum seperti mushola jalan dan lain-lain.

Untuk mendapatkan bantuan dana dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri yaitu dengan cara mengajukan permohonan proposal dengan maksud dan tujuan. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri tidak memberikan bantuan berupa dana tunai maka dari itu apa yang bisa di bantu oleh Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Peruri ini harus dirinci dengan sedetail mungkin dan nantinya bantuan itu akan langsung dibelikan barang, contohnya pasir semen dan lain-lain.

Adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak PKBL Peruri pada saat menanyakan tentang CSR sebagai berikut:

P :“Apa yang dimaksud dengan *Corporate Social Responsibility* atau CSR?”

N :”CSR, CSR itu sekarang adanya di Perseroan PT, kami Peruri itu bukan PT tapi Perum, jadi yang berlaku dikita itu PKBL, tidak ada CSR. Untuk PKBL sendiri itu adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang kita alokasikan seharusnya di seluruh Indonesia, cuma karena kita Peruri ini hanya satu hanya di Karawang dan Jakarta saja jadi kita cuma didaerah pulau jawa saja tidak sampai keluar pulau lainnya ya supaya tidak sulit transportasinya.”

4.2.2.2 Pondasi yang menjadi dasar dari *Corporate Social Responsibility*

Terdapat pondasi yang menjadi dasar dari *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

1. *Charity Principle* yang dilakukan oleh Perum Peruri dimana Perum Peruri ini pernah memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar Karawang berupa bantuan mendirikan sarana umum untuk beribadah. Sebagai contoh Peruri memberikan bantuan kepada masyarakat Puri Telukjambe untuk mendirikan Mushola Al-Muhajirin sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap warga sekitar Perum Peruri.
2. *Stewardship Principle*, tindakan perusahaan dengan melakukan pendekatan *stakeholder* yang dimana tindakan perusahaan ini mempertimbangkan kepentingan setiap pihak yang dipengaruhi oleh

keputusan maupun kebijakan perusahaan. Sebagai contoh masyarakat Sirnabaya yang pernah mengajukan proposal kepada PKBL Peruri yaitu Bapak Sambas dengan maksud untuk meminta bantuan dana untuk mendirikan mushola. Dengan melihat kepentingan dari bantuan tersebut, dimana mushola tersebut sebagai sarana umum untuk umat muslim beribadah dan juga melihat kebutuhan akan sarana umum tersebut di wilayah Sirnabaya bukan hanya sebagai tempat beribadah akan tetapi sebagai tempat sekolah beragama untuk anak-anak.

4.2.2.3 Indikator Dalam Implementasi CSR di PKBL Peruri

Menurut Kartini diperlukan indikator kinerja kunci dan implementasi *Corporate Social Responsibility*. Indikator yang paling efektif adalah kualitatif. Ada tujuh indikator yang sebaiknya digunakan dalam pengukuran tersebut, yaitu:²³

1. Leadership (Kepemimpinan)

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di Mushola Al-Muhajirin ini bisa dikatakan berhasil dikarenakan adanya pengurus yang mengurus mushola tersebut, dan adanya pemimpin yang bisa memimpin diskusi pada saat pengurus-pengurus tersebut sedang mengadakan rapat, dimana pemimpin tersebut bisa mempengaruhi warga sekitarnya untuk mencapai suatu tujuan mereka yaitu membangun mushola. Dan karena dirasa dana yang dikumpulkan masih kurang memadai dan melihat kebutuhan yang banyak untuk membangun Mushola tersebut maka pengurus Mushola tersebut dimana pemimpinnya adalah Bapak Sambas memutuskan untuk meminta bantuan kepada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Sambas selaku penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan sekaligus pengurus mushola tersebut. Adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri:

²³ Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Refika Aditama. Hal.54

- P :”Saya mau wawancara seputar penerimaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di Mushola Al-Muhajirin, disini disebutkan penerimanya Bapak. Dan kebetulan bapak orang Peruri juga.”
- N :”Jadi kita rapat dulu kan bersama jajaran DKM untuk pembangunan Mushola Al-Muhajirin, karena kenapa? Karena Mushola Al-Muhajirin itu sudah tidak bisa menampung lagi masyarakat yang banyak, lagi pula banyak disisi-sisi lain juga banyak yang perlu dirombak, yang perlu dibenerin gitu. Sehingga kita berantisipasi, punya inisiatif disamping kita minta ke keluarga kita sebagai sumbangan-sumbangan dari keluarga, partisipasi warga, kita pun memohon bantuan ke perusahaan karena ada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan itu sehingga masyarakat sepakat, tim, okelah kita buat permohonan ke Program Kemitraan dan Bina Lingkungan untuk supaya minta bantuan dana untuk permohonan bantuan mushola setelah itu dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan merespon dan memberi sumbangan 30 juta, dimana sumbangan itu 25jt itu untuk barang dan 5 juta itu untuk tukang. Nah semuanya itu sudah direalisasikan. Jadi bagaimana nih caranya agar supaya uang ini tersimpan menyesuaikan dengan harga barang dan menyesuaikan dengan tanggal pembangunannya, maka uang itu kita simpan di matrial dan kita tinggal ngambil, gitu aja.”

2. Proporsi Bantuan

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri memberikan proporsi bantuan terdapat peraturannya, dimana peraturan tersebut sudah ditetapkan oleh pemerintah. Dana yang dilokasikan untuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan tersebut maximal 4 % dari jumlah laba yang didapat oleh perusahaan pertahunnya. Apabila ada yang ingin meminta bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri itu harus mengajukan permohonan proposal dengan maskud dan tujuan yang ingin dicapai dari permohonan proposal tersebut.

Adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri:

- P :”Dari mana pak sumberdana ini? Berapa besar dana yang dievakuasikan untuk PKBL itu?”
- N :”Dananya merupakan beberapa persen dari laba yang didapat perusahaan setiap tahunnya, maximal 4% dari laba perusahaan pertahun”
- P :”Dana yang dialokasikan itu setiap tahun sama atau berbeda-beda pak?”
- N :”Beda-beda, yang pertama kan dari jumlah laba sudah pasti berbeda-beda, kemudian kan sudah tidak bisa diakumulasi kalau misalnya laba itu sama, yang jelas beda.”

Pada bantuan yang diberikan oleh Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri kepada Mushola Al-Muhajirin proporsi bantuan dana yang diberikan sebesar 30 juta, dimana dana tersebut untuk pembelian pasir, semen dan lainnya. Dengan bantuan tersebut warga Sirnabaya menjadi lebih nyaman menikmati fasilitas mushola sekarang ini. Adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri Perum Peruri:

- P :”Berapa sumber dana yang diterima?”
- N :”Yaitu 30 juta, 25 juta untuk barang dan 5 juta untuk tukang”
- P :”Dipergunakan untuk apa saja pak uang-uang itu? Apa fasilitas jadi lebih memadai?”
- N :”Untuk merehab, disamping itu kita mencari dana-dana yang lain, karena kenapa? Ya dana yang dibutuhkan lebih besar, ya sebenarnya ini alhamdulillah sebagai tambahan, ini untuk beli besi pasir. Fasilitas jadi lebih memadai karena pasir itu kan digunakan untuk memperlebar mushola.“

Berbeda halnya dengan bantuan pendidikan kepada Kepala Madrasah Aliyah Mansyaul Umum di Malang dengan bantuan dana sebesar 100 juta. Dengan cakupan anggaran yang lebih besar maka hasil program yang didapat juga lebih bagus. Dari bantuan dana tersebut bisa merenovasi kelas-kelas yang rusak.

3. Transparansi dan akuntabilitas

Terdapat laporan tahunan pemberian bantuan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan anggaran tahun 2018 terdiri dari Bantuan Sarana Ibadah, Bantuan Sarana dan Prasarana Umum, Bantuan Pendidikan dan Pelatihan untum membantu masyarakat disekitar Perusahaan dan wilayah lain. Adapun datanya sebagai berikut:

Tabel 4.1

Bantuan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri 2018

No	Permohonan	Jenis Bantuan	Alamat	Usulan Nilai Bantuan
1.	Ketua RT 09 RW 03	Bantuan Sarana dan Prasarana Umum	Jl. Bulak Wangi Raya No.2 RT 09/03 Pamulang, Banten	Material : 30.000.000 Tunai : 0 Jumlah : 30.000.000
2.	Ketua Panitia Pembangunan Mushola Al- Muhajirin	Bantuan Sarana Ibadah	Puri Telukjambe Blok A, RW 07 Desa Sirnabaya Karawang	Material : 25.000.000 Tunai : 5.000.000 Jumlah : 30.000.000
3.	Ketua Takmir Masjid Al- Amin, Kelurahan Banyemiharjo, Wonogiri	Bantuan Sarana Ibadah	Lingkungan Beleh, Kel. Banyemharjo Kec.Giritonto Kab. Wonogiri	Material : 15.000.000 Tunai : 5.000.000 Jumlah : 20.000.000
4.	Ketua Pengurus	Bantuan Sarana Ibadah	Desa Kademangaran,	Material : 15.000.000

	Mushola Al-Ikhlas, Desa Kademangaran, Kab.Tegal		Kec.Dukuhturi, Kab.Tegal	Tunai : 5.000.000 Jumlah : 20.000.000
5.	Ketua DKM Mushola Al-Ikhlas Perum Pondok Benda, Pamulang, Banten	Bantuan Sarana Ibadah	Perum Pondok Benda Indah, Kec. Pamulang, Tangsel Banten	Material : 10.000.000 Tunai : 5.000.000 Jumlah : 15.000.000
6.	Ketua Pengurus DKM Mushola Annur Sudimara Timur	Bantuan Sarana Ibadah	Jl.Dr. Wahidin No.15 RT 04 /03 Sudimara Timur, Ciledug , Tangerang	Material : 15.000.000 Tunai : 5.000.000 Jumlah : 20.000.000
7.	Ketua Dewan Kemakmuran Mesjid Al – Hikmah Komp.Peruri Ciledug	Bantuan Sarana Ibadah	Komp. Peruri Sudimara Timur, Ciledug, Tangerang Banten	Material : 15.000.000 Tunai : 5.000.000 Jumlah : 20.000.000
8.	Pengurus Mesjid Al-Hidayah Desa Banjarsari, Ciawi Kab.Bogor	Bantuan Sarana Ibadah	Jl. Veteran III Kp. Kambangan I, Desa Banjarsari, Ciawi Bogor	Material : 25.000.000 Tunai : 5.000.000 Jumlah : 30.000.000
9.	Ketua DKM Mesjid Baiturridho, Komplek Depnaker, Bekasi	Bantuan Sarana Ibadah	Komp. Depnaker Jakasetia, Bekasi Selatan	Material : 15.000.000 Tunai : 0 Jumlah : 15.000.000

10.	Ketua Panitia Renovasi Masjid Al-Farah Desa Pagelaran Ciomas Kab.Bogor	Bantuan Sarana Ibadah	Kp. Sirnaraga RW 4 Desa Pagelaran Ciomas Bogor	Material : 20.000.000 Tunai : 5.000.000 Jumlah : 25.000.000
11.	Pengurus RW 05 Kel.Gaga Kec.Larangan Tangerang	Bantuan Sarana Kesehatan	RW 05 Kel.Gaga Kec.Larangan Tangerang	Material : 12.000.000 Tunai : 0 Jumlah : 12.000.000
12.	Ketua Panitia Pembangunan Pendopo Makam, Kabupaten Klaten	Bantuan Sarana Umum dan Prasarana Umum	Dsn. Banyumalang Ds.Glagah Kec.Jatinom Kab.Klaten Jateng	Material : 15.000.000 Tunai : 5.000.000 Jumlah : 20.000.000
13.	Ketua Pembangunan Gapuro Desa Brangkal, Klaten	Bantuan Sarana Umum dan Prasarana Umum	Desa Brangkal, Kec.Karangano m, Kab.Klaten Jateng	Material : 15.000.000 Tunai : 25.000.000 Jumlah : 17.000.000
14.	Ketua Pengurus Pengadaan Perkakas Desa Karanganom Klaten	Bantuan Sarana Umum dan Prasarana Umum	Desa Karanganom Kec.Karangano m Kab.Klaten Jawa Tengah	Material : 13.000.000 Tunai : 0 Jumlah : 13.000.000
15.	Kepalad Madrasah Aliyah Mansyaul Umum ,	Bantuan Pendidikan	Ganjaran, Gondanglegi, Kab.Malang Jatim	Material : 70.000.000 Tunai : 30.000.000 Jumlah :

	Gondanglegi, Malang,Jatim			100.000.000
16.	Ketua Pengurus SSB Perseman Kab. Karanganyar Jateng	Bantuan Sarana dan Prasarana Umum	Tegalasri Bejen Kec.Karangany ar Kab.Karangany ar Jateng	Material : 20.000.000 Tunai : 0 Jumlah : 20.000.000
Total Material : 330.000.000				
Total Tunai : 77.000.000				
Total Bantuan :407.000.000				

Sumber : PKBL Perum Peruri

4. Cakupan Wilayah

Pada tabel diatas terdapat wilayah yang menerima bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri. Dimana wilayah itu diprioritaskan untuk daerah pulau Jawa, terutama kepada masyarakat Karawang. Untuk masyarakat Karawang sendiri sering mendapatkan bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dimana perusahaan sering memberikan bantuan sarana kesehatan untuk mobil *ambulance* puskesmas-puskesmas yang ada di daerah Karawang dan perusahaan juga memberikan bantuan kepada masyarakat Sirnabaya untuk pendirian mushola.

Adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri:

P :”Faktor apa yang menjadikan Mushola Al-Muhajirin ini mendapat bantuan dari PKBL?”

N :”Pertama, karena banyak warga Peruri disitu, kemudian kedua itu memang itu adalah lingkungan Peruri sehingga otomatis kan, jadi karena itu adalah orang Peruri yang memohon, jadi wajar lah jika perusahaan ngasih.“

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

tidak memberikan pinjaman dana kepada sembarang orang melainkan membuat syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh usaha kecil dan menengah agar dapat menjadi Mitra Binaannya, syarat tersebut antara lain adalah:

1. Memiliki Kekayaan Bersih tidak lebih dari Rp 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih dari Rp 1 miliar.
2. Usaha dimiliki oleh Warga Negara Indonesia.
3. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah dan besar.
4. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.
5. Telah melaksanakan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahun serta mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan.
6. Melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan rencana yang telah disetujui Badan Usaha Milik Negara Pembina (diprioritaskan usaha yang padat karya dan tidak padat modal).
7. Menyelenggarakan pencatatan/pembukuan dengan tertib.
8. Membayar kembali pinjaman secara tepat waktu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
9. Menyampaikan laporan perkembangan usaha kepada BUMN Pembina.
10. Belum memenuhi persyaratan perbankan.

Seperti yang telah dikatakan oleh pihak Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri:

P :“Trus ada syarat-syarat tidak pak untuk calon mitraan?”

N :”Mitra banyak.”

P :“Syarat-syaratnya apa saja pak?”

N :”Aset tidak boleh melebihi dari jumlah batas maximum, jadi ada batas maximumnya. Kemudian perorangan, kemudian juga bukan merupakan anak perusahaan, dikelola oleh sendiri. Kemudian juga

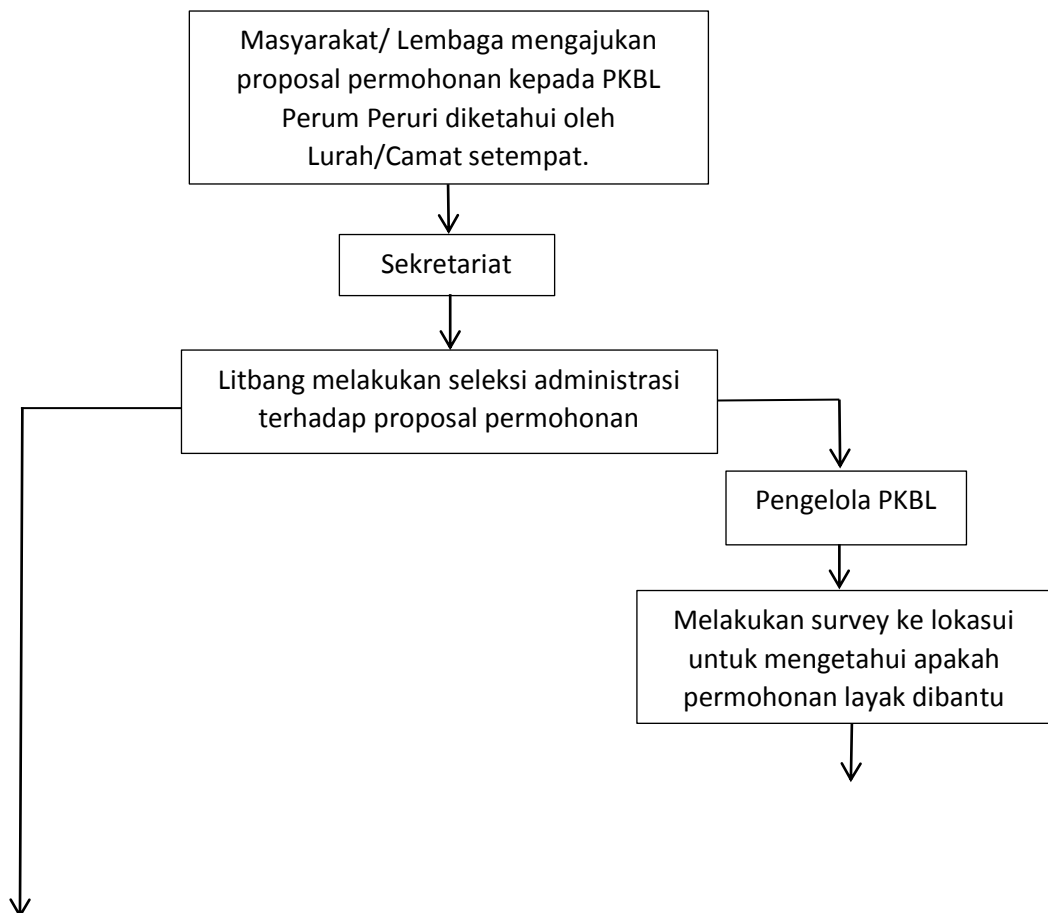
yang belum dilakukan pembinaan oleh Badan Usahan Milik Negara lain, jadi tidak bisa duplikasi ya, satu perusahaan di bantu oleh 2 atau 3 itu tidak boleh, kemudian juga betul-betul dan serius dalam menangani usahanya, secara ada kemungkinan baik untuk memindahkan dalam melakukan usahanya, jadi banyak lah. Di Kepmen ada 02 2017.”

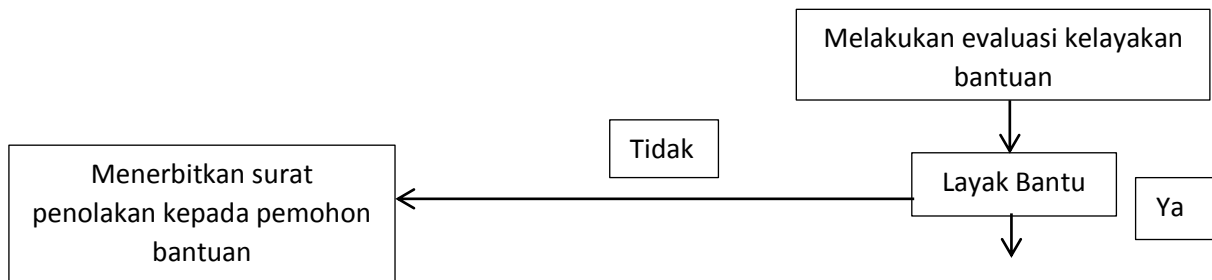
5. Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi

Perencanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan harus dihadiri oleh pihak PKBL Peruri dan penerima PKBL. Salah satu penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dari Perum Peruri yaitu Pak Sambas untuk kegiatan Mushola Al-Muhajirin Karawang. Penerimaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan itu harus melibatkan *stakeholder* yaitu Bapak Sambas pada setiap proses perencanaan Mushola Al-Muhajirin tersebut, diantaranya: penerimaan dana yang diberikan langsung oleh pihak Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dan diterima oleh Bapak Sambas, pengelolaan dana yang akan dialokasikan langsung untuk pembelian pasir, besi, semen dan lain sebagainya, pengawasan proses berlangsungnya pembangunan mushola tersebut hingga selesainya pembangunan mushola tersebut.

Stakeholder harus dilibatkan dalam proses kegiatan PKBL tersebut. Dimana *stakeholder* ini harus mengikuti SOP untuk permohonan bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri tersebut. Berikut SOP pemberian bantuan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan:

Bagan 4.1
Alur Tata Cara Pemberian Bantuan Program Bina Lingkungan





6. Keberlanjutan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri

Tumbuhnya rasa memiliki pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri pada Kegiatan Mushola Al-Muhajirin Karawang dan hasil program pada diri masyarakat warga blok A Sirnabaya dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara mushola tersebut dengan baik. Adanya pilihan *partner* program yang bisa menjamin bahwa tanpa keikutsertaan perusahaan, program bisa tetap dijalankan selesai dengan partner tersebut. Partner program itu bisa dipercayakan kepada penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan langsung yaitu Bapak Sambas yang sekaligus menjadi pengurus pada Mushola Al-Muhajirin Karawang dan kepada pengurus-pengurus mushola tersebut.

Adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri:

P :”Apa harapan anda terhadap Mushola Al-Muhajirin?”

N :”Ya minimal kayak gini, bagus, anak-anak bisa rajin ngajinya. Kan kalau sudah rapihkan kita gak perlu jauh-jauh untuk beribadah dan mengaji anak-anak ya, tinggal kesini aja. Karena ini kan tipenya blok-

blok dan masih berkembang, masih swadaya, tidak bisa ketok palu langsung jadi, jadi bener-bener nguras pikiran dan tenaga, kadang-kadang kan kalau dananya masih kurang kan apa boleh buat kita harus cari dana lagi ke warga-warga dan selesaikan bareng-bareng.”

7. Hasil Nyata

Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan bahwa fasilitas yang ada pada Mushola Al-Muhajirin saat ini jadi lebih memadai, seperti adanya penambahan keran ditempat wudhu, penambahan kamar mandi, pelebaran mushola, penambahan fasilitas solat (mukena sarung sajadah) dan adanya tempat bermain untuk anak-anak yang biasa melakukan sekolah mengaji pada sore hari. Dan meningkatnya Sumber Daya Manusia yang akan melakukan ibadah pada mushola tersebut. Seperti yang telah dikatakan oleh pihak penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri:

P :”Dampak psikologis apa yang dirasakan warga? Apakah warga senang? Apakah warga jadi lebih rajin beribadah?”

N :”Sekarang ini kalau magrib dan isya itu penuh terus. Banyak yang datang terus, makanya itu perlu direhab juga, kalau gakeburu-buru ga kebagian.”

Dengan adanya bantuan tersebut, pola pikir masyarakat warga Blok A Sirnabaya menjadi lebih baik kepada Perum Peruri, ini menjadi bukti nyata bahwa perusahaan yang menjalankan tugas dan tanggung jawabnya akan menaikkan citra perusahaan dibenak masyarakat. Seperti yang telah dikatakan oleh pihak penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri:

P :”Setelah anda mendapat bantuan tersebut, apa pandangan anda terhadap Peruri?”

N :”Kalau dari Perurinya sih kan Peruri ini ada bantuan dari CSR kan ya, ya bagus sih jadi kebantu juga, jadi lebih memperhatikan kepentingan masyarakat gitu lah ya.”

4.2.2.4 Tujuan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri

Tujuan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan itu berbeda, untuk tujuan Program Kemitraan yaitu untuk meningkatkan kemampuan para pengusaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri sekaligus pemberdayaan kondisi sosial masyarakat. Sedangkan Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, yaitu program untuk membentuk calon Mitra Binaan baru dan pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh Badan Usaha Milik Negara melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program Bina Lingkungan ini bersifat bantuan (Korban Bencana Alam, Bantuan Pendidikan dan/atau Pelatihan, Bantuan Peningkatan Kesehatan, Bantuan Pengembangan Sarana dan/atau Prasarana dan Bantuan Sarana Ibadah). Dan untuk membantu masyarakat sekitar Perusahaan khususnya untuk daerah Karawang baik itu untuk bantuan kepada kepala-kepala daerah ataupun pembangunan Sarana dan Prasarana umum. Juga untuk memberikan nilai positif perusahaan dibenak masyarakat, bahwa Peruri ini peduli dengan masyarakatnya. Salah satu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan ini yaitu membantu pembuatan Mushola Al-Muhajirin Karawang sebagai sarana beribadah bagi umat muslim.

Adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Peruri :

P :“Apa tujuan Peruri melakukan PKBL ini ?”

N :”Kalau untuk tujuan program Kemitraan adalah untuk meningkatkan kemampuan para pengusaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri sekaligus pemberdayaan kondisi sosial masyarakat. Sedangkan Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program Bina Lingkungan, yaitu program untuk membentuk calon Mitra Binaan baru dan pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program BL ini bersifat bantuan (Korban Bencana Alam, Bantuan Pendidikan dan/atau Pelatihan, Bantuan Peningkatan Kesehatan, Bantuan Pengembangan Sarana dan/atau Prasarana dan Bantuan Sarana Ibadah).”

Bagi penerima bantuan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan tersebut tentunya sangat terbantu dengan adanya bantuan tersebut warga menjadi lebih rajin dan mengetahui bahwa Perum Peruri peduli terhadap warganya. Dan

tujuan warga meminta bantuan kepada Perum Peruri Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yaitu untuk mendapatkan bantuan dana sebagai tambahan dana untuk mendirikan sarana beribadah bagi umat muslim.

4.2.2.5 Manfaat PKBL Perum Peruri

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar perusahaan itu berada, sehingga perusahaan tidak hanya berorientasi pada *profit* namun juga peduli pada lingkungan sekitar. Manfaat Program Kemitraan dan Bina Lingkungan bagi perusahaan sangatlah banyak diantaranya:

1. Bisa mempromosikan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Peruri kepada masyarakat sekitar Perusahaan khususnya di daerah Karawang.
2. Bisa meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dan sebagai peluang mendapatkan penghargaan.
3. Meningkatkan citra perusahaan.

Adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri:

P :”Apa saja dampak dan manfaat yang diperoleh Perusahaan kepada Mushola Al-Muhajirin itu?”

N :”Dampaknya ya sesuai dengan tujuannya dilakukan itu untuk membantu sosial masyarakat di lingkungan pabrik atau dilingkungan kantor, yang jelas masyarakat sekitar prioritas utama, ya untuk mempromosikan, meningkatkan taraf hidup di lingkungan kantor.”

Sedangkan manfaat Program Kemitraan dan Bina Lingkungan untuk masyarakat diantaranya:

1. Terdapat kegiatan sosial berupa pembangunan fasilitas umum bagi masyarakat sekitar perusahaan.
2. Kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan meningkat, contohnya saja pada warga Blok A Sirnabaya yang mendapatkan bantuan PKBL tersebut menjadi lebih dekat dan lebih bisa bersilaturahmi pada saat beribadah.

3. Tersedianya fasilitas mushola tersebut yang membuat anak-anak menjadi senang pada saat sekolah agama.
4. Warga yang menerima bantuan tersebut pun terlihat senang karena banyak sekali bahkan terkadang mushola tersebut penuh karena dipenuhi warga yang ingin beribadah di Mushola tersebut.

Adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Peruri:

P :”Manfaat apa yang dirasakan oleh anda setelah mendapatkan bantuan tersebut?”

N :”Ya setelah mendapat bantuan tersebut waktu kita untuk membangun ya jadi bisa lebih diperpendek ya mungkin yang tadinya rencananya 2 tahun jadi cuma hanya 1 tahun sudah bisa terlaksana proyek ya walaupun kita bisa nyicil-nyicil gitu, prosesnya bertahap.”

4.2.2.6 Model Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri dilakukan dengan berbagai pola yang umumnya diterapkan oleh perusahaan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility*, namun Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Peruri menerapkan pola sebagai berikut :

1. Keterlibatan Langsung

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri menjalankan programnya secara langsung dengan menyerahkan langsung sumbangan dana ataupun bantuan dana kepada masyarakat. Sebagai contoh, pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang dilakukan pada Mushola Al-Muhajirin Karawang yaitu dengan memberikan bantuan langsung kepada pengurus mushola tersebut berupa barang dengan total harga 25 jt dan untuk tukang sebesar 5 jt. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Peruri memberikan langsung kepada pengurusnya tanpa perantara. Peruri tidak memberikan berupa uang tunai karena memang sudah peraturan dari pemerintah seperti itu.

2. Bermitra dengan pihak lain

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri bekerjasama dengan lembaga-lembaga dan komunitas masyarakat, instansi pemerintah dalam mengelola dana. Sebagai contoh Peruri pernah memberikan sarana kesehatan di daerah Banten, dana tersebut dialokasikan untuk membeli sarana yang dibutuhkan.

4.2.2.7 Jenis Program CSR di PKBL Perum Peruri

Jenis yang digunakan oleh Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Perum Peruri yaitu *Cause Related Marketing (CRM)* dimana perusahaan menyisihkan 4% dari laba yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan ini, karena ini sudah merupakan hak paten yang diatur dalam Undang-Undang. Dan perusahaan memberikan bantuan itu pun berupa barang, jarang sekali penerima bantuan ini mendapatkan uang.

Adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Peruri:

P :”Bagaimana teknis penyaluran PKBL kepada Mushola Al-Muhajirin Karawang ini?”

N :”Teknisnya ada proposal dari mushola itu yang ditanda tangani oleh pengurusnya dan maksudnya apa? Ada perhitungan biaya-biaya dan jumlah pekerja, jadi PKBL ini tidak memberikan bantuan dalam bentuk tunai, kalau memang untuk pembangunan kita bantu dengan matrialnya dan kemudian biaya tenaga kerjanya jadi boleh dibilang kita jarang atau tidak pernah membantu secara tunai gitu.”

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan ini merupakan salah satu bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Perum Peruri sebagai bentuk tanggung jawab dan kepedulian perusahaan kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar maupun masyarakat luas. Target sasaran pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan ini yaitu kepada masyarakat yang mempunyai usaha dengan tujuan agar usahanya bisa lebih meningkat dan lebih tangguh juga mandiri sehingga bisa memperluas produksi dan lapangan pekerjaan. Program

Kemitraan dan Bina Lingkungan juga memberikan sarana dan prasarana untuk umum yang bertujuan agar sarana yang diberikan bisa digunakan sebagai kepentingan bersama untuk masyarakat yang membutuhkan dan bisa berguna untuk banyak orang. Contohnya seperti Pak Sambas yang menerima program Program Kemitraan dan Bina Lingkungan untuk pembangunan Mushola Al-Muhajirin Karawang sebagai sarana dan prasarana untuk umat muslim yang mau beribadah ataupun mengaji. Terbukti dengan hasil nyata bahwa mushola tersebut ramai oleh masyarakat sekitar yang pada waktunya beribadah mushola tersebut dipenuhi oleh warga yang ingin beribadah.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Pak Sambas berkaitan dengan dampak psikologis dan manfaat yang dirasakan, adapun kutipan singkat percakapan peneliti (P) dengan narasumber (N) dari pihak Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Peruri:

P :”Ada dampak psikologis apa yang dirasakan warga? Apakah warga senang? Apakah warga jadi rajin beribadah?”

N :”Sangat berterimakasih sekali karena adanya bantuan, oh ternyata perusahaan Peruri itu memperhatikan.”

P :”Jadi banyak yang beribadah gitu ya pak ?”

N :”Sekarang ini kalau magrib dan isya itu penuh terus.”

P :”Kemaren juga sempet ngelewat ke mushola nya waktu magrib-magrib dan banyak yang beribadah. Tadinya mau kerumah pak sambas tapi kurang tau alamatnya.”

N :”Banyak yang datang terus,makanya itu perlu direhab juga, kalau gakeburu-buru ga kebagian.”

P :”Manfaat apa saja yang dirasakan setelah mendapat bantuan dari PKBL ini?”

N :”Manfaatnya kita ikut semangat dalam membangun karena ada dan bantuan gitu , kan kalau kita gak ada dana untuk dana talangan itu kan kita was-was,waduh ini dari mana lagi nih, walaupun kita menunggu yang lain, dan ini tuh kan bisa dimanfaatkan, ditaroh di matrial jadi kita tinggal ambil gitu.”

Dalam hal ini Perum Peruri peduli dan tanggung jawab kepada masyarakat sekitar perusahaan melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Dan salah satu bentuk realisasi bantuan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yaitu pembangunan Mushola Al-Muhajirin Karawang.

4.3 Analisis Data Triangulasi

Point (persepsi)	Triangulasi				
	Direktur PKBL	Staff PKBL	Warga penerima PKBL	Warga penerima PKBL	Dokumen
Tujuan PKBL	“Tujuan program Kemitraan adalah untuk meningkatkan kemampuan para pengusaha kecil agar menjadi	“Sebagai bentuk tugas dan tanggung jawab yang sudah diatur oleh pemerintah. Jadi kita hanya menjalankan tugas	“Mushola Al-Muhajirin itu sudah tidak bisa menampung lagi masyarakat yang banyak, lagi pula banyak disisi lain juga	“Untuk mendapatkan dana bantuan, soalnya kan masih kurang banyak danan untuk pembangunannya mba.”	“Pada dokumen menunjukkan bahwa penerima PKBL tersebut mengajukan proposal kepada PKBL

	<p>tangguh dan mandiri sekaligus pemberdayaan kondisi sosial masyarakat. Sedangkan Bina Lingkungan untuk membentuk calon Mitra Binaan baru dan pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.”</p>	<p>tersebut. Dan tentunya bermitra kepada pengusaha-pengusaha agar tidak bangkrut dan membantu masyarakat apabila ada permohonan bantuan.”</p>	<p>banyak yang perlu dirombak , yang perlu dibenerin gitu. Sehingga kita berantisipasi, punya inisiatif disamping kita minta ke keluarga kita sebagai sumbangan dari keluarga , partisipasi warga, kita pun memohon bantuan ke perusahaan karena ada program PKBL itu sehingga masyarakat sepakat , tim , okelah kita buat permohonan ke PKBL untuk supaya minta bantuan dana untuk permohonan bantuan mushola.”</p>		<p>dengan maksud tujuan “menindak lajuti pelaksanaan ibadah sehari-hari dan bulan ramadhan tahun sebelumnya yang sudah berjalan baik, maka kami memandang perlu meningkatkan fasilitas mushola sebagai pendukung pelaksanaan ibadah dimasa yang akan datang.”</p>
Manfaat	“Ya kami	”Dampaknya	”Manfaatnya	“Ya setelah	“Pada

<p>dari PKBL</p>	<p>sangat senang bisa membantu untuk renovasi mushola tersebut, dan yang kita harapkan semoga Peruri bisa dipandang baik oleh masyarakat sekitar khususnya daerah karawang. Karena kita juga sering melakukan CSR PKBL ini ke Puskesmas-puskesmas yang ada di karawang”</p>	<p>ya sesuai dengan tujuannya dilakukan itu untuk membantu sosial masyarakat di lingkungan pabrik atau dilingkungan kantor, yang jelas masyarakat sekitar prioritas utama , ya untuk mempromosikan, meningkatkan taraf hidup di lingkungan kantor”</p>	<p>kita ikut semangat dalam membangun karena ada dan bantuan gitu , kan kalau kita gak ada dana untuk dana talangan itu kan kita was-was,waduh ini dari mana lagi nih, walaupun kita menunggu yang lain , dan ini tuh kan bisa dimanfaatkan, ditaroh di matrial jadi kita tinggal ambil gitu.”</p>	<p>mendapat bantuan tersebut waktu kita untuk membangun ya jadi bisa lebih diperpendek ya mungkin yang tadinya rencananya 2 tahun jadi cuma hanya 1 tahun sudah bisa terlaksana proyek ya waluapun kita bisa nyicil-nyicil gitu, prosesnya bertahap.”</p>	<p>dokumen menunjukkan bahwa manfaat yang dirasa kondisi mushola semakin membaik. Dan dipaparkan oleh bukti foto serta banyaknya warga yang merasakan manfaat dari bantuan dana PKBL tersebut.”</p>
<p>Persepsi masyarakat Mushola Al-Muhajirin</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>“Untuk merehab, disamping itu kita mencari dana-dana yang lain , karena kenapa? Ya dana yang</p>	<p>“Benar, sekarang tuh kan fasilitas sudah tidak memadai. Apalagi kalau sabtu minggu itu sampai keluar-luar si</p>	<p>“Terdapat bukti foto yang menyatakan bahwa fasilitas mushola jadi lebih memadai.”</p>

			<p>dibutuhkan lebih besar, ya sebenarnya ini alhamdulillah sebagai tambahan, ini untuk beli besi pasir. Fasilitas jadi lebih memadai karena pasir itu kan digunakan untuk memperlebar mushola.”</p>	<p>jamaah itu, pada hari biasa juga sih sampai keluar-luar menjelang magrib dan isya. Bahkan kemaren pada bulan ramadhan aja, kita sampe buka tenda 2 diluar. Kita sama tukang tendanya sampe punya kontrak 1 bulan untuk mendirikan tendanya itu.”</p>	
<p>Dampak Psikologis</p>	<p>“Dampaknya hanya senang setelah mendapatkan bantuan dari PKBL”</p>	<p>“Pandangan warga terhadap peruri jadi lebih baik dan senang”</p>	<p>“Sekarang ini kalau magrib dan isya itu penuh terus. Banyak yang datang terus, makanya itu perlu direhab juga, kalau gak keburu-buru ga kebagian.”</p>	<p>”Warga menjadi tambah rajin beribadah dan senang, tapi ya namanya panitia di kasih duit ya yang tadinya bebannya banyak jadi ya berkurang, satu point untuk membeli apa</p>	<p>“Tidak adanya dokumen berkas yang menyatakan bahwa terdapat adanya dampak psikologis. Namun untuk foto bukti terdapat adanya dampak</p>

				sudah dapat gitu walaupun kita juga masih berusaha”	psikologis bahwa warga sangat senang dan lebih rajin beribadah.”
Dampak Fisik	“Dampaknya hanya senang setelah mendapatkan bantuan dari PKBL”	“Pandangan warga terhadap peruri jadi lebih baik dan senang”	“Sangat berterimakasih sekali karena adanya bantuan, oh ternyata perusahaan peruri itu memperhatikan.”	”Iya senang memiliki kualitas yang lebih baik, jadi lebih bagus lah dari sebelumnya pas udah dapet bantuan dari PKBL itu mba.”	““Tidak adanya dokumen berkas yang menyatakan bahwa terdapat adanya dampak psikologis. Namun untuk foto bukti terdapat adanya dampak psikologis bahwa warga sangat senang dan lebih rajin beribadah.”
Pandangan terhadap PKBL	“Pandangan sangat positif. Karena dengan amanah undang-undang ini	“Ya sangat positif, jadi bisa membantu masyarakat dan para pengusaha-pengusaha	“Lebih ditingkatkan lagi dan solidkan lagi, diperbanyak lagi sumbangan dananya,	“Ya pengennya sih kalau bisa berkesinambungan bantuan-bantuan itu, cuma kan dari masyarakat	Pada dokumen Evaluasi Penerima Bantuan PKBL menunjukkan bahwa

	<p>ternyata banyak terbantu untuk wirausaha terbantu untuk sarana umum dan sebagainya. Intinya sangat positif pandangnya”</p>	<p>ataupun kepala-kepala daerah.”</p>	<p>supaya silaturahmi nya lebih terjalin lagi, bantuan-bantuan dan anggarannya lebih dibanyakin lagi, supaya perusahaan juga dipandang baik .”</p>	<p>tidak bisa memaksa, karena itukan bantuan dari pemerintah daerah ya . Ya bahwasannya kan kalau tinggal diperumahan kan banyak orang mampu padahal sebenarnya sama aja.”</p>	<p>program Bina Lingkungan ini dapat meningkatkan Citra Perusahaan dimata masyarakat dan dicontreng pada bagian Sangat Setuju.</p>
--	---	---------------------------------------	--	--	--

Berdasarkan dari faktor analisis triangulasi diatas, maka dapat disimpulkan dari empat sudut pandang narasumber yang diwawancarai yaitu Direktur PKBL, Asisten Manager PKBL dan warga penerima PKBL serta dokumen pendukung yang menyatakan bahwa persepsi masyarakat secara random dengan mendapat bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan itu berpendapat bahwa fasilitas yang ada di Mushola Al-Muhajirin tersebut lebih memadai dan sebagian masyarakat mengetahui bahwa pembangunan tersebut mendapat bantuan juga dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Peruri. Dan dari bantuan tersebut warga merasakan manfaat dan dampak yang sangat baik, warga jadi banyak yang ingin beribadah di mushola tersebut. Dengan adanya bantuan warga merasa tujuan awal yang mereka buat sudah tercapai namun warga lebih menginginkan lagi apabila dana yang diberikan lebih besar tidak hanya 30 jt saja, dan dengan adanya bantuan tersebut juga warga menjadi senang dan merasa beribadah di Mushola itu menjadi lebih nyaman. Selain itu pandangan yang dirasakan oleh perusahaan dan warga kepada Program

Kemitraan dan Bina Lingkungan itupun baik sesuai dengan dokumen yang ada. Namun masukan dari warga hanya satu yaitu kurangnya dana yang diberikan oleh Progam Kemitraan dan Bina Lingkungan.

4.3.1 Implementasi PKBL Dilihat Dari Persepsi Masyarakat

Survey persepsi masyarakat ini dilakukan untuk mengetahui tujuan, manfaat, persepsi masyarakat, dampak psikologis dan fisik serta pandangan terhadap Progam Kemitraan dan Bina Lingkungan. Dari tiga puluh narasumber yang diberikan mengenai pertanyaan, tiga puluh narasumber mempunyai pendapat yang berbeda mengenai pendapat mereka terhadap tujuan, manfaat, persepsi masyarakat, dampak psikologis dan fisik serta pandangan terhadap PKBL tersebut. Adapun hasil survey persepsi yang disajikan dalam bentuk skala *likert* sebagai berikut:

Tabel 4.2

Skala *Likert*

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Baik	1
2	Tidak Baik	2
3	Netral	3
4	Baik	4
5	Sangat Baik	5

Sumber : sugiyono (2012 : 94)

Tabel 4.3

Persepsi Masyarakat

No	Angka Skala	Persepsi Masyarakat			
		Fisik		Psikologis	
		Fasilitas	Bangunan fisik hasil PKBL	Perasaan senang	Pandangan Terhadap PKBL
1	Informan 4	4	4	4	4
2	Informan 5	4	5	5	5
3	Informan 6	4	4	4	4
4	Informan 7	3	5	5	4
5	Informan 8	4	5	4	5
6	Informan 9	5	5	5	5
7	Informan 10	4	3	3	3
8	Informan 11	2	4	4	4
9	Informan 12	4	5	5	4
10	Informan 13	4	4	5	4
11	Informan 14	4	4	5	4
12	Informan 15	4	4	5	5
13	Informan 16	4	4	5	4
14	Informan 17	3	4	4	5
15	Informan 18	3	5	5	5
16	Informan 19	4	5	5	4
17	Informan 20	3	5	5	4

18	Informan 21	4	4	4	4
19	Informan 22	3	4	5	4
20	Informan 23	4	4	4	4
21	Informan 24	3	4	4	5
22	Informan 25	4	5	5	5
23	Informan 26	4	5	5	4
24	Informan 27	3	5	5	5
25	Informan 28	4	4	4	4
26	Informan 29	3	4	4	5
27	Informan 30	5	4	4	5
28	Informan 31	4	4	5	4
29	Informan 32	4	5	4	5
30	Informan 33	4	4	4	4
Rata-rata		3,7	4,3	4,6	4,3

Untuk menghitung rata-rata dari persepsi masyarakat dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

dengan:

: Rata-rata

: Jumlah narasumber

$\sum X$: Jumlah nilai dari narasumber

Berdasarkan dari hasil perhitungan rata-rata tabel persepsi masyarakat terhadap Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Peruri menurut 30 narasumber yang sudah diwawancarai, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan rata-rata tingkat kepuasan di atas pada **fasilitas** mendapatkan nilai 3,7 jika dilihat dari skala *likert* maka konsep berada diposisi **netral ke baik**.
2. Dari hasil perhitungan rata-rata tingkat kepuasan di atas pada **bangunan fisik hasil PKBL** mendapatkan nilai 4,3 jika dilihat dari skala *likert* maka konsep berada diposisi **baik ke sangat baik**.
3. Dari hasil perhitungan rata-rata tingkat kepuasan di atas pada **perasaan senang** mendapatkan nilai 4,6 jika dilihat dari skala *likert* maka konsep berada diposisi **baik ke sangat baik**.
4. Dari hasil perhitungan rata-rata tingkat kepuasan di atas pada **pandangan terhadap PKBL** mendapatkan nilai 4,3 jika dilihat dari skala *likert* maka konsep berada diposisi **baik ke sangat baik**.

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka dapat diketahui:

1. Posisi paling tertinggi yaitu Perasaan Senang dengan nilai 4,6 yaitu **baik ke sangat baik** dikarenakan warga merasa fasilitas yang diberikan itu sangat membantu kelancaran beribadah warga blok A. Dengan adanya bantuan dana dari PKBL Perum Peruri tersebut warga jadi lebih nyaman lagi saat beribadah dan warga senang atas bantuan dana tersebut.
2. Bangunan Fisik Hasil PKBL mendapat nilai 4,3 berada diposisi **baik ke sangat baik** dikarenakan fasilitas yang ada jadi lebih memadai seperti adanya fasilitas untuk beribadah (mukena sarung sajadah), mushola jadi lebih diperlebar, keran mushola untuk wudhu ditambah sehingga tidak perlu mengantri terlalu lama, kamar mandi mushola bertambah dan terdapat taman bermain untuk anak-anak yang sekolah beragama pada sore hari.
3. Fasilitas mendapatkan nilai 3,7 berada diposisi **netral ke baik** dikarenakan warga masih merasa fasilitas yang ada di Mushola Al-Muhajirin Karawang masih saja kurang seperti tempatnya yang harus diperlebar lagi, walaupun sudah mendapat bantuan dari PKBL Perum Peruri.
4. Pandangan terhadap PKBL Perum Peruri mendapatkan nilai 4,3 berada diposisi **baik kesangat baik** dikarenakan warga menganggap Peruri ini peduli terhadap warganya yang membutuhkan dan dengan hasil yang baik ini juga Peruri dipandang baik oleh masyarakat dan menaikkan citra perusahaan dipandangan masyarakat.

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan ini merupakan salah satu bentuk *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan oleh Perum Peruri yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, baik masyarakat disekitar perusahaan ataupun masyarakat luas. *Corporate Social Responsibility* ini merupakan salah satu bentuk tugas dan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat dan ini merupakan bagian dari promosi perusahaan kepada masyarakat, dengan itu Perum Peruri ini tidak hanya semata-mata mencari citra perusahaan saja tapi juga sudah menjadi tugas dan tanggungjawab perusahaan sebagaimana yang telah diatur di Undang-Undang. Banyak promosi yang dilakukan oleh Perum Peruri yang salah satunya dengan cara *Corporate Social Responsibility* yang memberikan bantuan kepada masyarakat Puri Telukjambe untuk bantuan pembangunan mushola.

Bantuan yang diberikan kepada masyarakat Puri Telukjambe untuk pembangunan Mushola Al-Muhajirin itu mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat, dan dampaknya yaitu warga menjadi lebih rajin dan lebih banyak yang ingin beribadah di mushola, selain itu warga juga senang mushola tersebut memiliki fasilitas yang lebih memadai seperti tempat wudhu yang lebih memadai, terdapat meja untuk anak-anak yang ingin sekolah mengaji, dan juga sajadah, sarung serta mukena yang lebih memadai. Dengan adanya ini warga jadi lebih bersemangat untuk beribadah dan pandangan warga terhadap Perum Peruri menjadi lebih baik, bahwa Peruri ternyata peduli kepada masyarakatnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada kegiatan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Mushola Al-Muhajirin Karawang mendapat respon yang baik dari masyarakat sekitar. Dampak fisik yang didapat dengan adanya bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan itu fasilitas jadi lebih memadai seperti penambahan keran mushola, terdapatnya mukena dan sarung yang ada di mushola tersebut dan bisa menampung warga yang ada disekitar daerah Mushola Al-Muhajirin. Sedangkan dampak psikologis yang dirasakan yaitu warga senang mendapatkan bantuan dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan karena itu warga sekitar menjadi lebih rajin beribadah, apalagi pada saat waktu solat maghrib dan isya mushola penuh hampir setiap harinya. Dan warga pun merasakan diperhatikan oleh Perum Peruri dengan adanya bantuan tersebut, ternyata Peruri ini masih mau membantu warga masyarakat sekitar yang sedang membutuhkan.
2. Berdasarkan persepsi masyarakat posisi paling tertinggi yaitu Perasaan Senang dengan nilai 4,6 dikarenakan warga merasa fasilitas yang diberikan itu sangat membantu kelancaran beribadah warga blok A. Dengan adanya bantuan dana dari PKBL Perum Peruri tersebut warga jadi lebih nyaman lagi saat beribadah dan warga senang atas bantuan dana tersebut dan ini terbukti dengan banyaknya warga yang ingin beribadah pada mushola tersebut.
3. Sebenarnya PKBL sudah baik, namun demikian dengan nominal 30 juta itu belum bisa memuaskan warga masyarakat sekitar karena dilihat dari faktor fasilitas itu mendapatkan 3,7 dan warga pun merasa kurang puas dengan nominal tersebut tidak banyak menutupi fasilitas yang terdapat pada mushola.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti menghasilkan beberapa saran untuk perusahaan, diantaranya :

1. Penyaluran dana bantuan Program Kemitraan maupun Bina Lingkungan kepada masyarakat yang dilakukan oleh Perum Peruri, belum disertai kewajiban kepada para penerima manfaat Program Kemitraan maupun Bina Lingkungan untuk membuat Lembar Pertanggung Jawaban (LPJ). Karena LPJ ini sangat bermanfaat dan berguna bagi para penerima bantuan program sebagai bentuk tanggung jawab agar bantuan tersebut tidak diselewengkan dan disalahgunakan bagi para penerima Program Kemitraan dan Bina Lingkungan tersebut. Dan LPJ ini juga membantu perusahaan untuk memonitoring pemanfaatan dana yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anne.2013. *Corporate Social Responsibility*.Bandung: Graha Ilmu.
- Berman.2013. *Corporate Social Responsibility*.Bandung: Graha Ilmu.
- Bogdan dan Biklen.2010.*Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. Hal 85
- Freeman.2013. *Corporate Social Responsibility*.Bandung: Graha Ilmu.
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility. Bandung: Refika Aditama..*
- Kenedy John E. 2009. *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta : PT. Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Lee.2016.*Public Relation*.Yogyakarta:Andi.
- Lodico,Spaulding, dan Voegtler.2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- McWilliams and Sigel.2013.*Corporate Social Responsibility*.Bandung: Graha Ilmu.
- Nor Hadi. 2011. *Public Relations*.Yogyakarta:Andi.
- Rambe, Sofyan. 2009. *Pemasaran Sratetik: Strategi untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam Penciptaan Nilai Bagi Pemegang Saham*. Jakarta: Inti Prima.
- Saidi dan Abidin.2013.*Corporate Social Responsibility*.Bandung: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Studi Dokumentasi Prosedur Operasional PKBL Perum Peruri tahun 2014.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: ANDL.
- Wibisono,Yusuf.2016.*Public Relations*.Yogyakarta:Andi.
- Wijayanti, Titik. 2017. *Marketing Plan dalam Bisnis*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

LAMPIRAN

Lampiran 1

SURAT KETERANGAN SELESAI KERJA PRAKTIK



DEPARTEMEN OPERASIONAL SDM
SEKSI PELAYANAN KARYAWAN

Dengan ini kami yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dian Safitri

Jabatan : Staff Seksi Pelayanan Karyawan

Menerangkan bahwa:

Nama : Savina Fauzulina Firdaus

Asal : Politeknik APP Jakarta

Memang telah melakukan magang di Perum Peruri mulai dari tanggal 01 Februari s.d 30 Juni 2018. Selama magang di Perum Peruri, Sdri. Savina Fauzulina Firdaus mempelajari tentang pelayanan BPJS Kesehatan dan Pelayanan Karyawan lainnya dengan hasil BAIK SEKALI.

Demikian Surat Keterangan Magang ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Karawang, 03 Juli 2018

Perum Peruri

Dian Safitri

Staff Seksi Pelayanan Karyawan

Lampiran 2

LEMBAR PENILAIAN KERJA PRAKTIK



077584

PERURI

DEPARTEMEN OPERASIONAL SDM
SEKSI PELAYANAN KARYAWAN

NILAI PRAKTEK KERJA LAPANGAN (NPKL)

1. Nama	: Savina Fauzulina Firdaus
2. NIM/NIS	: 150300442
3. Program Study	: Manajemen Pemasaran industri Elektronika
4. Nama Sekolah	: POLITEKNIK APP JAKARTA
5. Lamanya PKL	: 01 Februari 2018 s.d 29 Juni 2018
6. Unit Kerja PKL	: Pelayanan Administrasi
7. Departemen	: Operasional SDM

No.	Parameter	Nilai	
		Dalam Angka	Dalam Huruf
A. Kedisiplinan Kerja			
1	Ketepatan waktu	95	A
2	Sikap kerja/Prosedur kerja	95	A
3	Komitmen terhadap tugas	92	A
4	Kehadiran/Absensi	95	A
B. Kemampuan Bekerja			
1	Kemampuan menganalisis	93	A
2	Kemampuan menyelesaikan masalah	95	A
3	Kualitas hasil kerja	95	A
C. Kemampuan Beradaptasi			
1	Kemampuan berkomunikasi	96	A
2	Kerjasama	93	A
3	Pemanfaatan waktu kerja	95	A

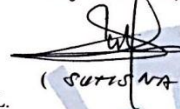
Ketentuan Penilaian :

1. Skala Penilaian :

- 0 – 21 = E
 - 22 – 40 = D
 - 41 – 60 = C
 - 61 – 80 = B
 - 81 – 100 = A
- NPKL ini akan dibuat untuk pembuatan sertifikat PKL.
 - NPKL agar dikirim ke Seksi Pelayanan Karyawan 1 (satu) minggu sebelum PKL selesai.

Karawang,^{2 JULI 2018}

Pejabat Penilai,


(SURISA)

Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia

Kantor Pusat : Jl. Palatehan No. 4 Blok K-V, Kebayoran Baru, Jakarta 12160
T. (021) 739 5000 F. (021) 722 1567
E. contact@peruri.co.id W. www.peruri.co.id

Kawasan Produksi : Desa Parung Mulya, Kec. Ciampel, Karawang, Jawa Barat 41361

Lampiran 3

LEMBAR BIMBINGAN KERJA PRAKTIK

KARTU BIMBINGAN KERJA PRAKTIK

Nama : Savina Fauzulina Firdaus
No. Mhs : 150300442
Pembimbing Lapangan : Dian Safitri
Tempat Kerja Praktik : Unit Pelayanan Karyawan Perum PERURI

NO	HARI/TGL	KEGIATAN	TTD PEMB. LAPANGAN
1	01 Februari 2018	Pengelolaan Data BPJS Kesehatan Permintaan data per-entitas	<i>DF</i>
2	02 Februari 2018	Download E-id BPJS Kesehatan Mutasi Peserta	<i>DF</i>
3	05 Februari 2018	Perincian Perjalanan Dinas Hak Fasilitas dinas berdasarkan kejangkutan	<i>DF</i>
4	06 Februari 2018	Pemberian Uang Bantuan Perlengkapan dan Uang Musim Dingin	<i>DF</i>
5	07 Februari 2018	Penghargaan Masa Kerja	<i>DF</i>
6	08 Februari 2018	Penghargaan Masa Kerja	<i>DF</i>
7			
8			

Karawang, 2 Juli 2018

Mengetahui,
Pembimbing Lapangan



Dian Safitri

Mahasiswa



Savina Fauzulina Firdaus

Lampiran 4

LEMBAR KONSULTASI TUGAS AKHIR

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I.
POLITEKNIK APP JAKARTA

LEMBAR KONSULTASI DOSEN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Savina Fauzulina Firdaus
NIM : 150300442
Judul Tugas Akhir : PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM
KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PERUM
PERURI DALAM KEGIATAN MUSHOLA AL-
MUHAJIRIN KARAWANG

No.	TANGGAL	POKOK BAHASAN / KONSULTASI	PARAF PEMBIMBING
1.	Senin, 7 Mei 2018	Konsultasi Judul Tugas Akhir	f
2.	Selasa, 8 Mei 2018	Pengajuan Judul Tugas Akhir "	f
3.	Senin, 2 Juli 2018	Konsultasi BAB I-III	f
4.	Senin, 9 Juli 2018	Revisi BAB I-III	f
5.	Senin, 23 Juli 2018	Konsultasi BAB IV-V	f
6.	Kamis, 16 Agustus 2018	Revisi BAB IV-V	f
7.	Rabu, 22 Agustus 2018	Konsultasi Tugas Akhir BAB I-V	f

Tugas Akhir mahasiswa telah diperiksa dan lolos aplikasi Turnitin dengan skor sbb:

- BAB I : 36 %
- BAB III : 20 %
- BAB IV : 25 %
- BAB V : 20 %

Paraf Dosen Pembimbing : f

Mengetahui,
Program Studi Manajemen Pemasaran
Industri Elektronika

Ketua,

A. R. Arie Wicaksono, S.K.M., S.T., M.M.

Jakarta, 4 September 2018
Menyatakan mahasiswa tsb. telah
layak untuk mengikuti ujian tugas akhir
Dosen Pembimbing,

Fajria Fatmahan, S.Pd.M.M.

Lampiran 5

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Transkrip Wawancara Direktur PKBL Perum Peruri

Subyek : Bapak Samsul Bahrun
Hari/Tanggal : Senin, 9 Juli 2018
Tempat : Kantor PKBL Perum Peruri Jakarta

Wawancara PKBL Pak Syaiful

Peneliti : "Saya mau menanyakan seputar PKBL karawang pak"
Narasumber : "Sebelumnya saya jelaskan dulu boleh ya tentang PKBL ini? Supaya gak salah pengertian"
Peneliti : "baik pak"
Narasumber : "CSR dan PKBL itu beda, kalo CSR itu ditujukan kepada perusahaan-perusahaan yang statusnya sudah Perseroan Terbatas jadi baik BUMN maupun swasta tapi kebanyakan dipake oleh swasta nah kalo BUMN nya statusnya sudah persero. Kalo Peruri ini statusnya masih Perum jadi kita gak ada CSR kita adanya Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Yang mirip-mirip dengan CSR itu adalah PBL nya, Program Bina Lingkungan. Kalo Program Bina Lingkungan itu regulasinya itu ada Kementerian BUMN jadi untuk ketentuannya, tata caranya, siapa yang akan dibantu semuanya, segalanya disiapkan semua. Nah kalo CSR itu yang menunjuk itu tergantung dari kebijakan masing-masing perusahaan, jadi itu, mirip dilapangan tapi sebenarnya sumber dana sama masalahnya masing-masing dilapangan berbeda, jadi seperti itu."
Peneliti : "Kapan perusahaan mengimplementasikan PKBL?"
Narasumber : "Ya sudah lama ya, tahun 1991. Sejarahnya ya memang karena sudah amanah kementerian (Kementerian Perindustrian) undang—undang yang sudah dibicarakan dari tahun 1991"
Peneliti : "Dengan siapa saja PKBL Perum Peruri bermitra?"
Narasumber : "Kepada pengusaha-pengusaha kecil untuk meningkatkan usahanya agar lebih sukses, kepada kepala-kepala daerah, terutama kepada daerah sekitar Karawang"

Peneliti : "Apa tujuan Peruri melakukan PKBL ini ?"

Narasumber : "Kalau untuk Tujuan program Kemitraan adalah untuk meningkatkan kemampuan para pengusaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri sekaligus pemberdayaan kondisi sosial masyarakat. Sedangkan Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, yaitu program untuk membentuk calon Mitra Binaan baru dan pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program BL ini bersifat bantuan (Korban Bencana Alam, Bantuan Pendidikan dan/atau Pelatihan, Bantuan Peningkatan Kesehatan, Bantuan Pengembangan Sarana dan/atau Prasarana dan Bantuan Sarana Ibadah).

Peneliti : " Apa syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon mitra binaan?"

Narasumber : "Mengajukan proposal dan maksud tujuannya apa, itu aja"

Peneliti : "Darimana sumber PKBL ? Berapa besar dana yang dievakuasikan?"

Narasumber : "Dari laba perusahaan yang didapat setiap tahunnya, ya maksimal 4% dari laba yang didapat setiap tahunnya."

Peneliti : "Apa setiap tahun dana yang dialokasikan itu sama ?"

Narasumber : "Tentunya berbeda, menyesuaikan dengan laba yang didapat tiap tahunnya."

Peneliti : "Apa pandangan perusahaan terhadap PKBL?"

Narasumber : "Ya sangat positif, jadi bisa membantu masyarakat dan para pengusaha-pengusaha ataupun kepala-kepala daerah."

Peneliti : "Apakah Perum PERURI pernah memberikan bantuan kepada Mushola Al-Muhajirin Karawang?"

Narasumber : "Ya Mushola Al-Muhajirin karawang pernah mendapat bantuan dari PKBL"

Peneliti : " Bagaimana teknis penyaluran PKBL ke Mushola Al-Muhajirin Karawang?"

Narasumber : "Ya pertama dia mengajukan Proposal permohonan ke Peruri PKBL yang diketahui oleh Lurah/Camat setempat. Lalu Peruri menerima Proposal Permohonan tersebut memeriksanya, kalau disetujui ya langsung

Peruri melakukan survey ke daerah Mushola Al-Muhajirin tersebut apakah layak untuk dibantu atau tidak, apabila kami menyetujui, langsung membuat laporan hasil survey dan mengajukan usulan ke Direktur ya kesaya sendiri. Setelah saya setuju lalu membuat laporan penerimaan.”

Peneliti :”Apa saja dampak dan manfaat yang diperoleh perusahaan setelah menjalankan PKBL di Mushola Al-Muhajirin Karawang?”

Narasumber :”Ya kami sangat senang bisa membantu untuk renovasi mushola tersebut, dan yang kita harapkan semoga Peruri bisa dipandang baik oleh masyarakat sekitar khususnya daerah karawang. Karena kita juga sering melakukan CSR PKBL ini ke Puskesmas-puskesmas yang ada di karawang gitu”

Peneliti :”Baik pak, sekian wawancaranya. Terimakasih banyak untuk wawancaranya, maaf mengganggu waktunya paik”

Narasumber :”Oh nggak apa-apa, sama-sama mba savina.”

Telah disetujui oleh


PERURI
Dawam

PKBL Perum Peruri

Transkrip Wawancara Asisten Manager PKBL Perum Peruri

- Subyek : Bapak Eman Suherman
Hari/Tanggal : Jum'at, 24 Juli 2018
Tempat : Kantor PKBL Perum Peruri Jakarta
- Peneliti : "Langsung saja ya pak, perkenalkan nama saya Savina Fauzulina Firdaus, saya dari mahasiswa Politeknik APP Jakarta ingin menanyakan beberapa pertanyaan, nah yang pertama itu apa yang dimaksud CSR?"
- Narasumber : "CSR, CSR itu sekarang adanya di Perseroan PT, nah kami Peruri itu bukan PT tapi Perum, jadi yang berlaku dikita itu PKBL, tidak ada CSR. Nah untuk PKBL sendiri itu adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang kita alokasikan seharusnya di seluruh Indonesia, cuma karna kita Peruri ini hanya satu hanya di Karawang dan Jakarta saja jadi kita cuma didaerah pulau jawa saja tidak sampai keluar pulau lainnya ya supaya tidak sulit transportasinya."
- Peneliti : "Untuk pertanyaan selanjutnya itu, Peruri ini dengan siapa saja aja Perum Peruri ini bermitra?"
- Narasumber : "Bermitra banyak, jadi mitra kita banyak dengan kepala dinas, dinas koperasi di daerah-daerah, mitranya kita kesana tentunya dengan pengusaha-pengusaha agar tidak bangkrut."
- Peneliti : "Apa tujuan Peruri melakukan PKBL ini?"
- Narasumber : "Kalau untuk Tujuan program Kemitraan adalah untuk meningkatkan kemampuan para pengusaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri sekaligus pemberdayaan kondisi sosial masyarakat. Sedangkan Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, yaitu program untuk membentuk calon Mitra Binaan baru dan pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program BL ini bersifat bantuan (Korban Bencana Alam, Bantuan Pendidikan dan/atau Pelatihan, Bantuan Peningkatan Kesehatan,

Bantuan Pengembangan Sarana dan/atau Prasarana dan Bantuan Sarana Ibadah).”

Peneliti :“Trus ada syarat-syarat gak pak untuk calon mitraan ?”

Narasumber :“Mitra banyak”

Peneliti :“Syarat-syaratnya apa saja pak?”

Narasumber :“Aset tidak boleh melebihi dari jumlah batas maximum, jadi ada batas maximumnya. Kemudian perorangan, kemudian juga bukan merupakan anak perusahaan, dikelola oleh sendiri. Kemudian juga yang belum dilakukan pembinaan oleh BUMN lain, jadi tidak bisa duplikasi ya, satu perusahaan di bantu oleh 2 atau 3 itu tidak boleh, kemudian juga betul-betul dan serius dalam menangani usahanya, secara ada kemungkinan baik untuk memperindahkan dalam melakukan usahanya, jadi banyak lah. Di Kepmen ada 02 2017.”

Peneliti :“Dari mana pak sumberdana ini ? Berapa besar dana yang dievakuasikan untuk PKBL itu?”

Narasumber :“Dananya merupakan beberapa persen dari laba yang didapat perusahaan setiap tahunnya, maksimal 4% dari laba perusahaan pertahun.”

Peneliti :“Dana yang dialokasikan itu setiap tahun sama atau berbeda-beda pak?”

Narasumber :“Beda-beda, yang pertama kan dari jumlah laba sudah pasti berbeda-beda, kemudian kan sudah tidak bisa diakumulasi kalau misalnya laba itu sama, yang jelas beda.”

Peneliti :“Apa pandangan perusahaan terhadap PKBL?”

Narasumber :“Ya pandangannya sangat positif. Karena dengan amanah undang-undang ini ternyata banyak terbantu untuk wirausaha terbantu untuk sarana umum dan sebagainya. Intinya sangat positif pandangannya”

Peneliti :“Apakah Perum PERURI ini pernah memberikan bantuan PKBL kepada mushola Al-Muhajirin Karawang?”

Narasumber :“Al-Muhajirin Karawang, salah satu nya iya dan banyak mushola-mushola dan sarana ibadah tidak hanya mushola saja yaa utnuk yang muslim mushola dan non muslim juga kita berikan bantuan dan sarana umum lainnya seperti jalan dan lainnya.”

Peneliti : "Bagaimana teknis penyaluran PKBL kepada mushola Al-Muhajirin Karawang ini?"

Narasumber : "Teknisnya ada proposal dari mushola itu yang ditandatangani oleh pengurunya dan maksudnya apa ? ada perhitungan biaya-biaya dan jumlah pekerja , jadi PKBL ini tidak memberikan bantuan dalam bentuk tunai , kalau memang untuk pembangunan kita bantu dengan matrialnya dan kemudain biaya tenaga kerjanya jadi boleh dibilang kita jarang atau tidak pernah membantu secara tunai gitu."

Peneliti : "Apa saja dampak dan manfaat yang diperoleh Perusahaan kepada Mushola Al-Muhajirin itu?"

Narasumber : "Dampaknya ya sesuai dengan tujuannya dilakukan itu untuk membantu social masyarakat di lingkungan pabrik atau dilingkungan kantor, yang jelas masyarakat sekitar prioritas utama , ya untuk mempromosikan, meningkatkan taraf hidup di lingkungan kantor."

Peneliti : "Oke pak , pertanyaannya itu saja, ini dengan pak siapa ? "

Narasumber : "Dengan Eman."

Peneliti : "Dengan pak Eman? Dan mas Dawam"

Telah disetujui oleh



PKBL Perum Peruri

