

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemiskinan masih menjadi topik yang paling banyak dibahas, dalam skala nasional maupun internasional. Kemiskinan menurut Badan Pusat Statistik (BPS), adalah individu yang tidak mampu memenuhi kebutuhan dasarnya, atau kehidupannya berada di bawah garis nilai standar kebutuhan minimum (bps.go.id, 2022). Kemiskinan termasuk ke dalam salah satu tujuan dalam 17 tujuan yang disepakati dalam SDGs, mengakhiri kemiskinan dalam segala bentuk, di mana pun. Masalah ini menjadi masalah besar dunia, terutama pada negara-negara berkembang, sehingga harus ditanggulangi secara global. Pada tahun 2000, lahirlah kesepakatan dari 189 negara dalam deklarasi *Millenium Development Goals* (MDGs) untuk dicapai tahun 2015, yaitu salah satunya untuk mengurangi penduduk miskin hingga 50%, dilanjut dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) dari tahun 2016 hingga tahun 2030 (kospel.kemkes.go.id, 2015).

Pengentasan kemiskinan dilakukan dengan membuat program-program di bidang kesehatan, pendidikan dan berbagai program pemerintahan dalam pemberdayaan masyarakat. Dalam penanggulangan kemiskinan Kabinet Indonesia Bersatu II, program dibagi menjadi tiga klaster. Program penanggulangan kemiskinan kelompok pertama adalah Program Keluarga Harapan (PKH), Bantuan Operasional Sekolah (BOS), Bantuan Siswa Miskin (BSM), Jaminan Kesehatan Masyarakat (JAMKESMAS), Beras untuk Keluarga Miskin (RASKIN). Kelompok program penanggulangan kemiskinan lainnya adalah Program Pemberdayaan Masyarakat (PNPM). Program penanggulangan kemiskinan klaster ketiga yaitu program Kredit Usaha Rakyat (KUR), Kredit Usaha Bersama (KUBE) (web.kominfo.go.id, 2011).

Kemiskinan lebih banyak terjadi di desa, pada Maret 2022, tingkat kemiskinan di desa persentasenya adalah 12,29 persen. Sedangkan, di kota tingkat kemiskinan persentasenya adalah 7,50 persen (bps.go.id, 2022). Pada

Provinsi Jawa Timur sendiri, tingkat kemiskinan Kabupaten Tuban tahun 2021 berada di urutan ketujuh dengan jumlah sebesar 192,58 ribu jiwa. Jumlah tersebut terus naik dari 2019 hingga tahun 2021 (bps.go.id, 2022). Menurut Kuncoro penyebab kemiskinan ada tiga, dari sudut pandang ekonomi. Pertama, ketidaksamaan dalam kepemilikan sumber daya, yang menyebabkan ketimpangan distribusi pendapatan. Kedua, munculnya kemiskinan akibat perbedaan kualitas sumber daya manusia, kualitas sumber daya manusia rendah maka produktivitasnya juga rendah, yang menyebabkan upah rendah. Kualitas yang rendah ini dapat disebabkan oleh beberapa aspek, misalnya akses pendidikan yang tidak merata, keterbelakangan teknologi, dan sebagainya. Ketiga, perbedaan dalam mengakses modal. Selain itu, menurut Soetrisno (1990:2-3) dalam Kadji (2012:3) kemiskinan juga dapat disebabkan oleh budaya hidup yang sudah mengakar di masyarakat, ketidakadilan dalam kepemilikan produksi dan penggunaan model pembangunan yang dianut suatu negara. Untuk itu dibutuhkan pendekatan desentralisasi, yaitu pendekatan yang berpusat pada masyarakat.

Model pembangunan dengan pendekatan ini lebih menekankan pada pemberdayaan, dengan cara menurut Korten, 1988 (dalam Zubaedi, 2013:86) adalah memusatkan pemikiran dan program kebijakan pada kondisi masyarakat lokal, untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat sendiri dan untuk memecahkan masalah-masalah di tingkat individual, keluarga bahkan komunitas. Selain itu, dengan mengembangkan organisasi-organisasi lokal, dan mengembangkan sistem produksi-konsumsi yang kondisi masyarakat lokal. Pendekatan ini, menggunakan inisiatif dan kreativitas masyarakat sebagai modal sumber daya pembangunan yang partisipatif. Dalam hal ini, banyak *stakeholder* yang berperan dalam sebuah pembangunan. Selain pemerintah, perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* yang memiliki dampak ekonomi, sosial, lingkungan, budaya, politik yang luas. CSR merupakan upaya perusahaan untuk menyeimbangkan pencapaian tujuan, dengan pengelolaan masyarakat (*people*) dan ekologi (*planet*) secara transparan dan etis. CSR mengacu pada tanggung jawab perusahaan. Perusahaan yang bertanggung jawab adalah

perusahaan yang menunjukkan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan yang baik.

Sehingga, perusahaan swasta turut andil dalam pengentasan kemiskinan. Terkait CSR tersebut, pemerintah juga menuliskan peraturan secara resmi dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Peraturan tersebut tertuang pada bab 1 pasal 1 nomor 3, yang berbunyi perusahaan harus berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan bagi perusahaan, komunitas dan masyarakat (peraturan.bpk.go.id, 2017). Dalam sebuah usaha menuju ke arah bisnis yang etis, diperlukan tata kelola perusahaan yang baik atau biasa dikenal *Good Corporate Governance* atau GCG. GCG dalam peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Negara BUMN, Keputusan Nomor Kep-117/M-MBU/2002 mempunyai lima prinsip yang dapat dijadikan pedoman yaitu *Accountability*, *Transparency*, *Responsibility*, *Independency* dan *Fairness* (Wibisono, 2007:11). Prinsip *responsibility* ini yang paling dekat dengan CSR. Pertumbuhan ekonomi selalu disertai dengan eksploitasi lingkungan hidup dan sumber daya alam. Sehingga diperlukan pembicaraan yang terus-menerus mengenai kompleksitas permasalahan lingkungan yang berdampak pada masyarakat, dibutuhkan gerakan pembangunan berkelanjutan. Dalam pelaksanaan pembangunan berkelanjutan, pengambilan keputusan harus melibatkan kelompok-kelompok utama terutama yang langsung berhubungan dengan lingkungan dan masyarakat itu sendiri. Tidak hanya melibatkan kelompok tingkat atas, tetapi juga melibatkan kelompok utama, yang lebih berpengalaman terhadap situasi dan kondisi di lingkungannya.

Di era ini, perusahaan menggeser konsep filantropis ke arah *Community Development*, dari yang hanya pemberian tanpa adanya hubungan timbal balik berubah ke arah pengembangan masyarakat (Kirana, 2009:3). Seperti, kerja sama, kolaborasi, pemberian keterampilan, pembukaan akses pasar, dan sebagainya. CSR menurut John Elkington, 1997:51, terdapat tiga konsep, yaitu *profit*, *people*, *planet* atau yang sekarang dikenal sebagai *Triple Bottom Line*. *Profit* untuk keberlangsungan perusahaan, yang biasanya dijadikan fokus

utama dalam sebuah usaha, yang menjadi tanggung jawab ekonomi paling esensial. Pendapatan ini didukung dengan peningkatan produktivitas, dan efisiensi biaya. Peningkatan produktivitas dapat dengan cara memperbaiki manajemen kerja, mengurangi aktivitas yang tidak efisien dan menghemat waktu pelayanan dan proses. *People* yang berfokus pada seluruh *stakeholder*, terutama masyarakat sekitar. *Planet*, perusahaan berfokus pada dampak yang dihasilkan pada lingkungan sekitar, kepedulian perusahaan terhadap keberagaman hayati dan lingkungan hidup berpengaruh pada keberlanjutan lingkungan yang hijau (Hasanah, 2020:21-23).

Dampak yang diakibatkan bisnis kepada masyarakat, perlu diperhitungkan dan diantisipasi. CSR tidak lagi dilihat sebagai *cost centre* atau sentra biaya, melainkan *profit centre* atau sentra laba, dimana melalui hubungan timbal balik perusahaan dengan masyarakat dapat tercipta hubungan yang harmonis dan citra yang baik, yang dapat menjaga eksistensi perusahaan. *Planet* merupakan perhatian perusahaan terhadap dampak lingkungan. Perusahaan harus merawat lingkungan, agar lingkungan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan (Wibisono, 2007:32-37). CSR kemudian dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab etis sebuah perusahaan terhadap seluruh *stakeholder* untuk meminimalkan dampak negatif dan berfokus pada hasil positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan, untuk mencapai tujuan pengembangan dan pembangunan yang berkelanjutan (Wibisono, 2007:8).

CSR diharapkan mampu memberdayakan masyarakat sekitar, tetapi dalam kenyataannya masih terdapat masalah-masalah terkait pelaksanaan program CSR. Menurut Nurlina dan Rusdy (2020) dalam implementasi program CSR, yang dilakukan oleh PT. Lafarge Cement Indonesia terdapat kendala, sehingga menyebabkan proses tidak berjalan dengan baik. Masyarakat sekitar yang menjadi sasaran program, tidak sepakat dengan rencana yang dikeluarkan perusahaan. Mereka lebih ingin program dilaksanakan dengan bentuk *charity* semata, sedangkan perusahaan bercita-cita untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat menuju masyarakat yang mandiri. Sehingga, respon

masyarakat cenderung negatif dalam program CSR, hal tersebut dapat menghambat program CSR menuju kesuksesan.

Begitu pula, disampaikan oleh Khoirunnisa (2019), terdapat kendala dalam program Rumah Tidak Layak Huni (RTLH) di Desa Pabeadilankulon. Pemerintah melakukan penanggulangan kemiskinan dengan salah satunya adalah program RTLH. Faktor penghambat program antara lain adalah tingkat kecemburuan sosial yang tinggi, pemimpin desa tidak berperan secara aktif untuk mendorong masyarakat terlibat dalam program, sosialisasi tidak merata dan lain sebagainya. Dibutuhkan keterlibatan masyarakat untuk mengoptimalkan dana yang diberikan oleh pemerintah, karena dalam program ini sifatnya stimulan. Masyarakat diharuskan memiliki swadaya, jika tidak, rumah yang dibangun akan cenderung seadanya dan secukupnya saja.

Menurut Parawangsa dan Lestari (2020), terdapat 3 jenis kendala yang terjadi dalam CSR yang dilaksanakan PT. Semen Tonasa, yaitu kendala pelaku perubahan, kendala internal, kendala eksternal. Kendala pertama dialami oleh pendamping desa dengan kelompok usaha, sebagai pelaku perubahan, partisipasi masih minim terjadi diantara keduanya, serta komunikasi yang masih belum berjalan dengan lancar. Kendala internal lebih banyak disebabkan oleh kebergantungan masyarakat terhadap tokoh-tokoh tertentu, sehingga forum tidak menghasilkan ide-ide baru dari masyarakat, melainkan dari kesepakatan tokoh masyarakat. Kendala eksternal terjadi karena masih rendahnya komitmen dari masyarakat sebagai pelaksana program, minat dan motivasi masih minim untuk berwirausaha.

Sedangkan dalam program yang dilaksanakan oleh CSR PT. Semen Indonesia - Pabrik Tuban sendiri masih terdapat beberapa kendala, dibuktikan oleh penelitian Ariefianto (2015) bahwa belum terlihat keberhasilan dalam bidang ekonomi warga binaan. Modal usaha yang diberikan tidak dikelola optimal untuk mengembangkan usaha, disimpulkan bahwa daya minat dan motivasi terhadap program CSR masih belum terlihat. Program CSR ini tidak hanya memberikan dampak positif kepada warga binaannya, tetapi juga dampak negatif, salah satunya adalah ketergantungan warga terhadap CSR (Nur'aini, 2022). Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Siswanto selaku Senior

Community Develop Officer, penerima manfaat cenderung lebih senang program yang bersifat instan, tanpa adanya usaha dan upaya, lebih senang menjadi karyawan yang mendapatkan gaji daripada menjadi pelaku usaha. Sehingga hasil dari program, seperti pendapatan yang meningkat itu sendiri, tergantung pada upaya dan usaha dari warga penerima manfaat.

Dari beberapa penelitian di atas memiliki persamaan bahwa faktor internal dan eksternal dari individu, berpengaruh pada keberhasilan sebuah program, yaitu minat dan motivasi, individu harus tertarik dan terdorong untuk melaksanakan program terlebih dahulu, baru program tersebut akan berhasil. Sehingga dari beberapa permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Minat dan Motivasi Masyarakat Binaan Corporate Social Responsibility 2022 dengan Penilaian Masyarakat Binaan terhadap Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, Tbk.”

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat hubungan antara minat dengan penilaian masyarakat binaan terhadap keberhasilan program pemberdayaan masyarakat CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban?
2. Apakah terdapat hubungan antara motivasi dengan penilaian masyarakat binaan terhadap keberhasilan program pemberdayaan masyarakat CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban?
3. Apakah terdapat hubungan antara minat dan motivasi dengan penilaian masyarakat binaan terhadap keberhasilan program pemberdayaan masyarakat CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban?

1.3. Kajian Pustaka

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis membutuhkan referensi dari penelitian sebelumnya untuk mendapatkan informasi baru terkait teori, metode dan konsep yang relevan dengan penelitian penulis. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang akan penulis gunakan untuk mendukung penelitian, terkait topik penelitian yang diambil.

Penelitian oleh Puspitasari dan Saputra (2021) dengan judul “Hubungan antara Minat terhadap Pekerjaan dengan Kepuasan Kerja pada Karyawan Perusahaan X di Yogyakarta.” Dalam penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui faktor-faktor dalam minat, apakah mempunyai hubungan terhadap pekerjaan dengan kepuasan kerja. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa minat berhubungan positif dan signifikan dengan pekerjaan dan kepuasan kerja pada Perusahaan X di Yogyakarta.

Penelitian oleh Sumiati (2019) berjudul “Minat dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kunjungan ke Perpustakaan.” Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan kunjungan anggota ke perpustakaan IPDN Jatinangor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, kuesioner dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari minat didukung oleh faktor internal, atas nama diri sendiri dan faktor eksternal dari lingkungan keluarga dan sekolah. Semakin besar minat anggota maka semakin tinggi jumlah kunjungan ke perpustakaan. Kualitas layanan juga berbanding lurus dengan jumlah kunjungan ke perpustakaan, semakin baik kualitas layanan, semakin banyak orang mengunjungi perpustakaan.

Penelitian oleh Subariyanti (2017) dengan judul “Hubungan Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PTLR Batan.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan motivasi kerja dengan kinerja karyawan, hubungan kepuasan kerja dengan kinerja karyawan, hubungan motivasi kerja dengan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan teknik pengumpulan data berupa kuesioner ke 120 sampel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan kerja dengan kinerja karyawan, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara motivasi kerja dengan kepuasan kerja.

Penelitian oleh Mawaddah dan Muljono (2022) dengan judul “Hubungan antara Efektivitas Komunikasi Pendamping Program dengan Keberhasilan Program CSR dalam Pemberdayaan Masyarakat.” Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui efektifnya komunikasi pendamping CSR PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk, terhadap pemahaman masyarakat binaan mengenai program CSR. Ukuran keberhasilan program CSR cenderung relatif, tergantung perusahaan yang melaksanakan. Menurut Wibisono terdapat tujuh indikator untuk melihat sejauh mana efektivitas program CSR yang dilaksanakan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat efektivitas komunikasi pendamping program mempunyai hubungan yang signifikan dengan tingkat keberhasilan program.

Penelitian oleh Maulud dan Falatehan (2022) dengan judul “Hubungan Tingkat Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Kemandirian Masyarakat.” Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui keberhasilan program CSR yang telah dilaksanakan dapat dilihat dari perkembangan kondisi sosial ekonomi masyarakat binaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan program dengan kemandirian masyarakat binaan memiliki hubungan yang signifikan pada kategori sedang, dengan nilai korelasi 0,418 dan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$.

Tabel 1. Kajian Pustaka

Judul	Masalah Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Hubungan antara Efektivitas Komunikasi Pendamping Program dengan Keberhasilan Program CSR dalam Pemberdayaan Masyarakat</p> <p>(Mawaddah, Muljono, 2022)</p>	<p>Belum efektifnya komunikasi pendamping CSR PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk sehingga masyarakat binaan belum paham secara menyeluruh.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CSR - Tingkat Keberhasilan program CSR - Efektivitas komunikasi pendamping program CSR - Pemberdayaan Masyarakat 	Kuantitatif	<p>Efektivitas komunikasi pendamping program CSR berpengaruh terhadap keberhasilan program CSR, dan keberhasilan program CSR berpengaruh terhadap keberdayaan masyarakat binaan.</p>
<p>Hubungan Tingkat Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Kemandirian Masyarakat</p> <p>(Maulud, Falatehan, 2022)</p>	<p>Keberhasilan program CSR yang telah dilaksanakan suatu perusahaan dapat dilihat dari perkembangan kondisi sosial ekonomi masyarakat yang mengikuti program CSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pelaksanaan program CSR - Tingkat keberhasilan program CSR - Sikap - Kemandirian masyarakat 	Kuantitatif	<p>Tingkat keberhasilan program CSR dengan kemandirian masyarakat memiliki hubungan dengan kategori sedang, dilihat dari aspek manfaat, kesesuaian, keberlanjutan, dan partisipasi pada variabel keberhasilan program CSR dan kemandirian masyarakat dilihat dari kemandirian material, intelektual,</p>

				kognitif, manajemen, dan nilai.
Hubungan antara Minat terhadap Pekerjaan dengan Kepuasan Kerja pada Karyawan Perusahaan X di Yogyakarta (Puspitasari, Saputra, 2021)	Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja.	<ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan Kerja - Minat terhadap Pekerjaan 	Kuantitatif	Minat memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap pekerjaan dengan kepuasan kerja di Perusahaan X.
Minat dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kunjungan ke Perpustakaan (Sumiati, 2019)	Sedikitnya pengunjung Perpustakaan IPDN, berbanding terbalik dengan jumlah praja aktif.	<ul style="list-style-type: none"> - Minat - Kualitas pelayanan - Tingkat kunjungan 	Kuantitatif	Minat dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kunjungan, semakin tinggi minat dan kualitas pelayanan, maka semakin tinggi tingkat kunjungan, begitu pula sebaliknya.
Hubungan Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PTLR Batan (Subariyanti, 2017)	Dalam organisasi terdapat persaingan, organisasi yang efektif adalah individunya memiliki kinerja yang baik.	<ul style="list-style-type: none"> - Motivasi - Kepuasan Kerja - Kinerja Karyawan 	Kuantitatif	Secara bersama-sama motivasi kerja dan kepuasan kerja memiliki hubungan signifikan dengan kinerja karyawan.

Tabel 2. Variabel, Indikator pengukuran Variabel, Skala Pengukuran dan Alat Bantu Analisis Data pada Penelitian-Penelitian Terdahulu

Nama Penulis dan Tahun	Penerbit	Judul	Substansi Isi	Variabel Dependen (Y)	Variabel Independen		Variabel Depend en (Z)	Alat Analisis
					(X1)	(X2)		
Mawaddah , Muljono, 2022	Institut Pertanian Bogor	Hubungan antara Efektivitas Komunikasi Pendamping Program dengan Keberhasilan Program CSR dalam Pemberdayaan Masyarakat	Mengetahui efektivitas komunikasi pendamping CSR terhadap keberhasilan program CSR dalam pemberdayaan masyarakat	Tingkat keberhasilan program CSR Indikator pengukuran: 1. Pemahaman program 2. Ketepatan sasaran 3. Ketepatan waktu 4. Tercapainya target 5. Tercapainya	Tingkat efektivitas komunikasi pendamping CSR Indikator pengukuran: 1. Kredibilitas pendamping program 2. Daya tarik pendamping program 3. Kekuasaan pendamping program	-	Tingkat keberdayaan masyarakat Indikator pengukuran: 1. Tingkat pengetahuan	IBM SPSS

				<p>tujuan</p> <p>6. Perubahan nyata</p>	<p>4. Kesesuaian pesan</p> <p>5. Pesan mudah dipahami</p>		<p>2. Tingkat</p> <p>3. Tingkat keterampilan</p>	
Maulud, Falatehan, 2022	Institut Pertanian Bogor	Hubungan Tingkat Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Kemandirian Masyarakat	Mengetahui tingkat keberhasilan program CSR dengan kemandirian masyarakat.	<p>Kemandirian masyarakat</p> <p>Indikator pengukuran:</p> <p>1. Kesesuaian</p> <p>2. Manfaat</p> <p>3. Keberlanjutan</p> <p>4. Partisipasi</p>	<p>Tingkat keberhasilan program CSR</p> <p>Indikator pengukuran:</p> <p>1. Tingkat partisipasi peserta dalam program</p> <p>2. Tingkat pendapatan</p>	Kualitas Pelayanan	-	IBM SPSS

					individu peserta setahun 3. Tingkat keragaman nafkah peserta	Skala pengukuran: Skala <i>likert</i>		
Puspitasari, Saputra, 2021	Sekolah Tinggi Psikologi Yogyakarta	Hubungan antara Minat terhadap Pekerjaan dengan Kepuasan Kerja pada Karyawan Perusahaan X di Yogyakarta	Mengetahui hubungan minat terhadap pekerjaan dengan kepuasan kerja.	Kepuasan Kerja Indikator pengukuran: 1. Gaji 2. Promosi 3. Supervisi 4. Tunjangan	Minat terhadap Pekerjaan Indikator pengukuran: 1. Aspek Kognitif 2. Aspek afektif	-	-	IBM SPSS

				<p>Tambahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Penghargaan 6. Prosedur dan Peraturan Kerja 7. Rekan Kerja 8. Pekerjaannya 9. Komunikasi 				
				Skala pengukuran: Skala <i>likert</i>	Skala pengukuran: Skala <i>likert</i>			
Sumiati, 2019	Institut Pemerintahan Dalam Negeri	Minat dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kunjungan ke Perpustakaan	Mengetahui pengaruh minat dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kunjungan perpustakaan.	Tingkat Kunjungan	Minat	Kualitas Pelayanan	-	IBM SPSS
				Indikator pengukuran: 1. Frekuensi berkunjung	Indikator pengukuran: 1. Faktor internal	Indikator pengukuran: 1. Keandalan		

					2. Faktor eksteral	2. Ketanggaan 3. Keyakinan 4. Empati 5. Berwujud		
				Skala pengukuran: Skala <i>likert</i>	Skala pengukuran: Skala <i>likert</i>	Skala pengukuran: Skala <i>likert</i>		
Subariyanti, 2017	ASM BSI Jakarta	Hubungan Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PTLR Batan	Mengetahui motivasi kerja dan kepuasan kerja apakah memiliki hubungan dengan kinerja karyawan di PTLR Batan	Kinerja Karyawan Indikator pengukuran: 1. Kualitas 2. Kuantitas 3. Penggunaan waktu dalam kerja 4. Kerja sama dengan orang	Motivasi Kerja Indikator pengukuran: 1. Kinerja 2. Penghargaan 3. Tantangan 4. Tanggung jawab 5. Pengembangan	Kepuasan Kerja Indikator pengukuran: 1. Kerja baik 2. Rekan kerja yang mendukung	-	IBM SPSS

				lain	gan 6. Keterlibatan 7. Kesempatan	3. Kesesuaian kepribadian dengan pekerjaan		
				Skala pengukuran: Skala <i>likert</i>	Skala pengukuran: Skala <i>likert</i>	Skala pengukuran: Skala <i>likert</i>		

Tabel 3. Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Tahun Penelitian	Judul	Persamaan	Perbedaan
Mawaddah, Pudji Muljono	2022	Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Pendamping Program dengan Keberhasilan Program CSR dalam Pemberdayaan Masyarakat	Variabel independen: <ul style="list-style-type: none"> Keberhasilan Program CSR 	Variabel dependen penelitian Mawaddah dan Muljono: <ul style="list-style-type: none"> Efektivitas Komunikasi Program Variabel dependen penelitian peneliti: <ul style="list-style-type: none"> Minat Motivasi
Fitrawanti Maulud, Sriwulan	2022	Hubungan Tingkat Keberhasilan Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dengan	Variabel: <ul style="list-style-type: none"> Keberhasilan Program CSR 	Letak variabel Penelitian Kusumaningtyas:

Ferindian Falatehan		Kemandirian Masyarakat		<ul style="list-style-type: none"> Keberhasilan Program CSR: variabel dependen Penelitian peneliti: <ul style="list-style-type: none"> Keberhasilan Program CSR: variabel independen
M. R. A. Puspitasari, Hendra Dwi Saputra	2021	Hubungan antara Minat terhadap Pekerjaan dengan Kepuasan Kerja pada Karyawan Perusahaan X di Yogyakarta	Variabel dependen: <ul style="list-style-type: none"> Minat terhadap Pekerjaan 	Variabel independen penelitian Puspitasari dan Saputra: <ul style="list-style-type: none"> Kepuasan Kerja
Eti Sumiati	2019	Minat dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kunjungan ke Perpustakaan	Variabel dependen: <ul style="list-style-type: none"> Minat 	Variabel dependen kedua penelitian Sumiati: <ul style="list-style-type: none"> Kualitas Pelayanan Variabel dependen kedua peneliti: <ul style="list-style-type: none"> Motivasi Variabel independen penelitian Sumiati: <ul style="list-style-type: none"> Tingkat Kunjungan ke Perpustakaan Variabel independen penelitian peneliti: <ul style="list-style-type: none"> Keberhasilan Program CSR
Herudini Subariyanti	2017	Hubungan Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PTLR Batan	Variabel: <ul style="list-style-type: none"> Motivasi 	Variabel dependen kedua penelitian Sumiati: <ul style="list-style-type: none"> Kepuasan Kerja Variabel dependen kedua peneliti: <ul style="list-style-type: none"> Motivasi Variabel independen penelitian

				<p>Sumiati:</p> <ul style="list-style-type: none">• Kinerja Karyawan <p>Variabel independen penelitian peneliti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Keberhasilan Program CSR
--	--	--	--	---



1.4. Kerangka Konseptual

1.4.1. *Corporate Social Responsibility*

Menurut Budimanta (2008) (dalam Muryaningrum, 2010), *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk upaya yang dilakukan perusahaan untuk mencapai keberlanjutan, berdasarkan pengembangan beberapa bidang, yaitu lingkungan, ekonomi dan sosial. Tanggung jawab sosial juga bisa saling menguntungkan. Dalam hal ini, penerima manfaat menggunakan sumber daya perusahaan yang ada dan produk program tanggung jawab sosial dapat digunakan untuk menggantikan sumber daya yang dikonsumsi.

Konsep tanggung jawab sosial berbeda dengan filantropi dan konsep amal (*charity*), amal adalah perbuatan yang dilakukan dengan ikhlas dan tanpa syarat. Sedekah tidak hanya bersifat pemberian materi, tetapi juga dapat berupa jasa atau perbuatan (Ainiyah dan Kasiyah, 2017). Filantropi (filantropi) berasal dari bahasa Yunani, yaitu *philos* (cinta) dan *anthropos* (manusia). Diterjemahkan secara harfiah, zakat adalah konseptualisasi dari praktik memberi (berdonasi) secara cuma-cuma atau sukarela untuk membantu orang lain. Filantropi dapat diartikan sebagai cinta manusia yang diungkapkan dalam bentuk memberi sedekah kepada orang lain (Amar, 2017).

Begitu umum dari kedua konsep diatas bahwa CSR adalah suatu kegiatan dimana pemberian sangat banyak tetapi pemberian berbeda dengan yang dimaksudkan, amal dilakukan tanpa pamrih untuk memberi dimana pemberian dapat berupa materi atau tindakan dan amal adalah salah satu kegiatan. Membantu orang lain secara gratis atau sukarela. Berbeda dengan CSR, pemberian CSR merupakan tanggung jawab atau kewajiban suatu perusahaan dalam kaitannya dengan ekonomi, masyarakat, lingkungan dan diatur dengan undang-undang. Jika melanggar akan dikenakan sanksi oleh pemerintah (Untung, 2008).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui komitmen untuk meningkatkan

kinerja dan kualitas masyarakat melalui program-program yang menyentuh berbagai aspek dan menitikberatkan pada pengelolaan ekonomi, sosial, lingkungan dan pendidikan secara berkelanjutan. Sehingga perusahaan dengan bantuan program CSR, dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada di lingkungan pengaruh perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) juga diwajibkan oleh undang-undang, seperti dalam UU No. 40 Tahun 2007, pasal 74, ayat 1-4, terkait dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perusahaan yang menjalankan usahanya di bidang yang terkait dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Menurut para ahli pemasaran, Kotler dan Lee (2005:23-24) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan meliputi enam inisiatif sosial, yaitu: menyebabkan promosi, pemasaran terkait masalah, pemasaran sosial perusahaan, amal perusahaan, sukarelawan komunitas, dan perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial.

1. *Cause Promotion*, komunikasi yang persuasif dibutuhkan dalam aktivitas ini untuk menumbuhkan kesadaran dan perhatian masyarakat terhadap isu sosial tertentu. CSR harus bisa membujuk masyarakat untuk tertarik dan terlibat dalam isu sosial tersebut. Misalnya, perusahaan *The Body Shop* mengkampanyekan produknya tidak menggunakan hewan untuk tes uji coba, mengajak masyarakat untuk lebih peka terhadap isu kekerasan hewan. Dalam kegiatan ini, perusahaan juga memperoleh keuntungan, yaitu meningkatkan loyalitas konsumen, citra positif perusahaan meningkat, memperbesar dampak pelaksanaan promosi, dan sebagainya.
2. *Cause-Related Marketing*, perusahaan berkomitmen untuk menyumbangkan sebagian hasil penjualannya untuk kegiatan amal. Dalam pelaksanaannya di Indonesia, kegiatan ini lebih banyak ditujukan untuk pendidikan berupa beasiswa, pemberian layanan kesehatan gratis, pengembangan UMKM, dan sebagainya. Misalnya, perusahaan Aqua membuat kampanye “1 untuk 10” dimana setiap liter air yang terjual, perusahaan menyediakan 10 liter air bersih bagi warga Nusa Tenggara. Keuntungannya bagi perusahaan adalah perusahaan dapat memperoleh pelanggan baru, dengan menjangkau dari segmen karakteristik demografi, geografi, atau kelompok pasar tertentu.
3. *Corporate Social Marketing*, kampanye yang dilakukan perusahaan berfokus kepada perubahan perilaku. Isu-isu yang sering digunakan adalah, isu kesehatan, isu perlindungan kecelakaan atau kriminalitas, isu lingkungan, isu keterlibatan masyarakat. Misalnya, perusahaan Philip Morris, mendorong para orang tua untuk berbicara dengan anaknya terkait penggunaan tembakau. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan

dampak nyata terhadap perubahan sosial melalui perubahan perilaku masyarakat ke arah yang lebih baik.

4. *Corporate Philanthropy*, perusahaan dalam hal ini memberikan derma secara cuma-cuma. Misalnya, PT. Astra memberikan perbaikan kendaraan ketika libur mudik lebaran. Sehingga, perusahaan dapat memberikan dampak secara langsung bagi penyelesaian isu sosial dalam masyarakat.
5. *Community Volunteering*, dalam kegiatan ini, perusahaan ingin seluruh *stakeholder* terlibat dalam membantu kelompok masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi penerima manfaat program CSR. Misalnya, kegiatan penanaman pohon, atau pembersihan pantai yang melibatkan seluruh karyawan. Hal ini juga dapat meningkatkan kepuasan dan motivasi pada seluruh *stakeholder* dalam bekerja dan berkolaborasi di perusahaan tersebut.
6. *Socially Responsible Business Practice*, bisnis sosial tidak berfokus pada *profit*, tetapi bagaimana perusahaan mendapatkan hubungan timbal balik yang menguntungkan dari program yang sudah dilakukan dengan memperhatikan kesejahteraan masyarakat. Misalnya, perusahaan dapat memilih pemasok yang menerapkan prinsip *sustainable development*, perusahaan dapat membuat fasilitas yang menetapkan keamanan dan keselamatan lingkungan, mengembangkan berbagai macam program yang menunjang kebutuhan masyarakat, dan sebagainya.

Dalam implementasinya, pelaksanaan CSR harus mempunyai prinsip-prinsip, yang salah satunya dapat diterapkan adalah dari Archie B. Carol, yang lebih dikenal dengan *Triple Bottom Lines*, sebagai contoh bagaimana CSR dapat berjalan. Prinsip-prinsip tersebut antara lain :

1. *Profit*, dimana perusahaan tetap berorientasi pada keuntungan agar dapat digunakan terus meningkatkan produktifitas dan berkembang.
2. *People*, dimana perusahaan memiliki tanggungjawab kepada kesejahteraan masyarakat, juga untuk mencegah konflik antar masyarakat dan perusahaan muncul. Implementasinya dapat berupa beasiswa, pembangunan sarana prasarana pendidikan dan kesehatan, pengembangan kapasitas. Hal tersebut bertujuan untuk keberlangsungan perusahaan, dan bermanfaat untuk meningkatkan perekonomian dan kemandirian masyarakat.
3. *Planet*, dimana perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap lingkungan, untuk keberlanjutan keragaman hayati, implementasinya dapat berupa penyediaan sarana air bersih, penghijauan, perbaikan tempat tinggal masyarakat, dan pengembangan pariwisata. (Porter, 2002:5) dalam (Tanudjaja, 2006:95).

Untuk kelancaran pelaksanaan CSR terdapat tahapan yang sistematis dan saling berkesinambungan yang harus diperhatikan, nantinya dapat menjadi pedoman bagi perusahaan nantinya, agar program dapat tepat sasaran dan

memberikan dampak positif bagi kelompok yang disasar. Menurut (Wibisono, 2007) terdapat lima tahapan dalam proses pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pendekatan
Tahap ini merupakan tahap paling awal, kedekatan dengan masyarakat menjadi penting, untuk membangun kepercayaan terhadap, masyarakat yang menjadi sasaran pelaksanaan CSR. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menjalin komunikasi dan sosialisasi terhadap masyarakat.
2. Tahap Identifikasi
Langkah selanjutnya adalah langkah identifikasi dimana CSR harus menganalisis kebutuhan sesuai kearifan lokal masyarakat, permasalahan dan potensi masyarakat sebelum kemudian merumuskan program yang akan dilaksanakan. Program harus dirancang sesuai dengan kebutuhan masyarakat (*needs-based approach*).
3. Tahap Perumusan Program
Setelah menemukan kebutuhan dari masyarakat, masuk ke dalam tahap perumusan program. Perumusan dilakukan dengan menemukan titik tengah antara kepentingan *stakeholder* dengan kebutuhan masyarakat berlandaskan visi misi perusahaan.
4. Tahap Pelaksanaan Program
Tahapan ini dilakukan sesuai dengan kemampuan perusahaan dan berdasarkan potensi kelompok sasaran program. Pada tahap ini fasilitator perusahaan, wajib melakukan verifikasi bahwa program telah dilaksanakan sesuai dengan program. Apakah suatu konsep telah dilaksanakan atau tidak.
5. Tahap Evaluasi dan Rencana Tindak Lanjut.
Evaluasi merupakan langkah terakhir setelah pelaksanaan program. Langkah ini untuk menilai apakah program berhasil dijalankan atau tidak. Langkah ini merupakan langkah yang menentukan, program dihentikan atau dilanjutkan. Jika program harus dihentikan, harus ada catatan audit khusus yang dapat digunakan sebagai bahan perbaikan untuk program-program yang akan datang.

Pelaksanaan program diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi penerima program maupun penyelenggaraan program. Menurut Wibowo, 2007:99, salah satu manfaat CSR untuk perusahaan adalah menciptakan citra baik dimata masyarakat, sehingga perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya, dan terhindar dari konflik dengan masyarakat.

1.4.2. Minat

Menurut Winkel (1989), minat merupakan kecenderungan untuk merasa tertarik terhadap suatu objek atau hal tertentu, dan merasa senang

berkecimpung dalam bidang itu. Seseorang itu akan mendalaminya, karena ada suatu ketertarikan yang sifatnya tetap. Minat dapat mempengaruhi seseorang untuk berinteraksi dengan dunia luar yang menjadi daya tariknya, memberikan sebuah dorongan untuk mengetahui sesuatu yang telah menarik hatinya. Menurut Singer (1987), minat dapat dikembangkan. Minat yang ada dalam diri individu, tidak hadir begitu saja, namun ada karena adanya pengalaman dan usaha untuk mengembangkannya.

Menurut Slameto (2010), minat dapat dipengaruhi dua faktor yaitu internal dan eksternal, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu dan berkisar, dari kesehatan hingga psikologis seperti perhatian, minat dan aktivitas.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitar individu, mulai dari lingkungan keluarga, hubungan antar anggota keluarga, pola asuh keluarga, suasana rumah, keadaan keuangan keluarga, dan latar belakang kebudayaan. Kemudian, lingkungan sekolah, seperti metode pengajaran, kurikulum, hubungan antara guru dan siswa, tata tertib sekolah.

Kriteria minat dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu rendah ketika individu tidak menginginkan barang tertentu. Sedang, jika orang tersebut menginginkan sesuatu hal tersebut, tetapi tidak segera. Tinggi jika orang tersebut menginginkan sesuatu hal tertentu dalam waktu dekat. (Nursalam, 2003).

Minat merupakan gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya dan orang lain. Menurut Super dan Crites (dalam Sukardi, 1988:109) bahwa seseorang yang tertarik pada objek tertentu dapat dikenali dari ucapan atau perkataan, tindakan atau perbuatan, dan dengan menjawab sejumlah pertanyaan.

1. Pengungkapan atau Ucapan (*Expressed Interest*)

Individu yang tertarik mengungkapkan dirinya melalui tuturan atau pengungkapan. Individu dapat menggunakan kata-kata tertentu untuk mengungkapkan minat atau pilihannya. Misalnya, individu yang tertarik dengan tekstil kemudian mengatakan ingin membuka toko.

2. Promosi atau tindakan (*Manifest Interest*)

Individu yang menunjukkan minatnya melalui tindakan atau perbuatan yang berhubungan dengan hal-hal yang berhubungan dengan minatnya. Siapa pun yang tertarik akan mengambil langkah untuk mendukung upaya ini.

3. Jawab beberapa pertanyaan (*Inventoried Interest*)
Minat individu dapat diukur dengan menjawab sejumlah pertanyaan atau pilihan tertentu dalam kelompok kegiatan tertentu.

Menurut Hurlock (2010) dalam Nurlaeli (2014), aspek minat dibagi menjadi dua yaitu aspek kognitif dan aspek afektif, yaitu sebagai berikut:

1. Aspek kognitif
Aspek ini didasarkan pada konsep bahwa individu telah berkembang di bidang yang sesuai dengan minatnya. Konsep yang membangun perspektif ini adalah pengalaman pribadi, apa yang dipelajari di rumah, sekolah dan masyarakat serta dari berbagai jenis media massa.
2. Aspek afektif
Aspek ini didasarkan pada aktivitas yang membangkitkan minat dan dapat mempengaruhi perilaku emosional. Aspek ini didasarkan pada pengalaman pribadi dan sikap orang-orang sekitar seperti orang tua, guru dan teman bermain terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut.

Sesuai dengan Nurlaeli (2014), peneliti memilih indikator yang telah digunakan dalam penelitiannya sebelumnya, yang lebih dominan pada aspek afektif. Hal ini lebih kepada karena minat timbul dari dalam diri, yang dipengaruhi dari pengalaman hidup, ketika pengalaman tersebut berkesan, maka individu akan menjadikan hal tersebut sebagai sebuah ketertarikan.

1. Kesukaan
Ketika seorang individu mempunyai perasaan suka atau senang terhadap sesuatu, maka individu tersebut akan mempelajarinya, dan tidak terdapat perasaan terpaksa pada individu untuk mempelajari sesuatu hal tersebut.
2. Ketertarikan
Dari kegiatan yang dijalankan, terdapat dorongan kepada individu untuk merasa tertarik terhadap kegiatan, benda, orang atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang dari kegiatan itu sendiri.
3. Perhatian
Ketika seorang individu memiliki minat pada objek tertentu, maka dengan sendirinya akan terus memperhatikan objek tersebut. Perhatian ini menjadi sebuah konsentrasi atau aktivitas terhadap pengamatan dan pengertian, dengan mengesampingkan hal lain di luar itu.
4. Keterlibatan
Dari ketertarikan individu terhadap suatu objek, menyebabkan individu tersebut akan senang dan tertarik untuk mengerjakan atau melakukan kegiatan dari objek tersebut.

Selanjutnya, indikator dari variabel minat dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kesukaan
2. Ketertarikan
3. Perhatian
4. Keterlibatan

1.4.3. Motivasi

Motivasi berasal dari kata dasar motif yang dalam bahasa Inggrisnya *motive* dari kata *motion* yang memiliki makna sebagai gerak atau sesuatu yang bergerak. Sardiman (2011:73) mengungkapkan bahwa kata motif memiliki arti sebagai daya upaya atau penggerak yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Sedangkan menurut Malayu (2003), motivasi berasal dari kata latin, *movere* yakni dorongan atau pemberian daya penggerak yang menyebabkan seseorang bergairah untuk melakukan pekerjaan dan mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai suatu kepuasan.

Pendapat serupa disampaikan oleh Weiner (1990) yang mendefinisikan motivasi sebagai suatu kondisi pada diri yang mendorong seseorang melakukan tindakan, dorongan tersebut bertujuan untuk melakukan sesuatu dan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Hamalik (2002: 175), motivasi adalah sesuatu yang mendorong suatu tindakan, mengarahkan tindakan tersebut untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dan menentukan cepat atau lambatnya tindakan tersebut. Beberapa pengertian sebelumnya, terlihat bahwa motivasi sebagai suatu proses dalam diri seseorang yang berawal dari energi atau dorongan, adanya tujuan dan hasrat untuk bertindak yang pada akhirnya menyebabkan seseorang semangat dan mau bertindak.

Motivasi berkaitan dengan adanya kebutuhan tertentu yang ada dalam diri individu (Djamarah, 2002:115). Kebutuhan tersebut mendorong individu untuk melakukan suatu tindakan guna menjawab untuk mencapai tujuan. Ditambahkan oleh Uno (2007) bahwa motivasi merupakan suatu kekuatan yang mendorong individu melakukan sesuatu hal untuk mencapai tujuan. Di samping itu, Mc. Donald (dalam Sardiman, 2011: 73), mengartikan motivasi

sebagai perubahan energi dari dalam diri seseorang berupa “*feeling*” dan didahului dengan tanggapan terhadap suatu tujuan tertentu.

Beberapa pengertian tentang motivasi sebelumnya tersirat bahwa motivasi merupakan hal sangat penting dalam mendorong seseorang untuk mau bekerja dan mau melakukan sesuatu untuk suatu tujuan yang diinginkan. Menurut Malayu (2003) motivasi merupakan hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias dalam mencapai hasil yang optimal. Di sisi lain, dalam suatu organisasi motivasi sendiri dapat diartikan sebagai keahlian untuk mengarahkan para karyawan untuk bekerja efektif dalam mencapai tujuan Edwin B Flippo (dalam Malayu 2003). Sementara itu, (Robbins, 1996:76) mengemukakan bahwa dalam wacana organisasi, pengertian motivasi adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan organisasi, yang dikoordinasikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi sesuatu kebutuhan individual.

Untuk itu, motivasi memiliki fungsi, antara lain (Nasution, 1982:77);

1. Mendorong manusia untuk bertindak, jadi sebagai mesin melepas energi
2. Menentukan arah tindakan, yaitu ke arah tujuan yang hendak dicapai
3. Memilih tindakan yang harus dikerjakan secara selaras guna mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak menguntungkan bagi tujuan tersebut.

Sedangkan menurut Hamalik (2003:161) fungsi motivasi antara lain;

1. Mendorong terjadinya perilaku atau tindakan
2. Motivasi bertindak sebagai pedoman, yaitu mengarahkan tindakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan
3. Motivasi bertindak sebagai penggerak
4. Motivasi bertindak sebagai mesin dalam mobil. Motivasi menentukan kecepatan kerja.

Selain berkaitan dengan tujuan, motivasi didasarkan pada dorongan kebutuhan individu. Kebutuhan-kebutuhan yang dapat mendorong motivasi seorang individu menurut Djaali (2011), terdiri dari 5 tingkatan, antara lain:

1. Fisiologi
Fisiologi sebagai kebutuhan manusia paling dasar, meliputi kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat berlindung, yang penting untuk mempertahankan hidup.
2. Keamanan

Kemanan berkaitan dengan kebutuhan individu untuk memperoleh keselamatan, kemanan, jaminan, atau perlindungan dari ancaman dari segala aspek.

3. Sosial

Berkaitan dengan kebutuhan individu untuk disukai dan menyukai, dicintai dan mencintai, bergaul, berkelompok, bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

4. Aktualisasi diri

Berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mengembangkan diri sepenuhnya, merealisasikan seluruh potensi yang dimiliki.

Basrowi (2011: 66), mengemukakan bahwa motivasi seseorang terdiri dari dua hal yakni motivasi eksternal dan motivasi internal, motivasi internal yakni motivasi yang bersumber dari dalam diri individu itu sendiri, dan motivasi eksternal, yakni motivasi yang bersumber dari luar seperti penghargaan atau hadiah dan hukuman atau sanksi. Selain itu, ada dua jenis motivasi, yaitu motivasi yang berasal dari dalam atau disebut motivasi intrinsik, dan motivasi yang berasal dari luar disebut motivasi ekstrinsik (Djamarah, 2002:115-118). Mengutip teori Fritz Heider, (Suartana, 2010) menyatakan bahwa perilaku manusia ditentukan oleh perpaduan kekuatan internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu, seperti kemampuan atau usaha, dan kekuatan eksternal, seperti kesulitan tugas atau keberuntungan.

Dikatakan pula oleh Elida Prayitno, (1989:10) yang mengutip teori motivasi Thornburgh, bahwa ada dua tipe motivasi yaitu: (1) motivasi internal, dan (2) motivasi eksternal. Hal ini selaras dengan pendapat Komaruddin (1994:306) yang mengatakan bahwa pada dasarnya motivasi itu dapat dibagi menjadi dua, yaitu: motivasi internal dan motivasi eksternal. Motivasi internal adalah motivasi yang timbul dari dalam diri seseorang. Motivasi eksternal, yaitu motivasi yang timbul disebabkan faktor yang datang dari luar diri seseorang misalnya pujian, nilai, hukuman, hadiah, dan ketenaran (Bourgeois, Chelazzi, dan Vuilleumier, 2016). Menurut Uno (2007) motivasi internal merupakan motivasi yang timbul dari dalam diri, seperti keingintahuan dan minat. Sedangkan motivasi eksternal merupakan motivasi yang diakibatkan dari keinginan untuk menghindari hukuman. Sehingga motivasi dapat diartikan sebagai rasa ingin tahu yang mendorong individu untuk memenuhi keinginan dan kemauan (Uno, 2007). Dari pernyataan tersebut, dan dapat ditarik

kesimpulan bahwa motivasi adalah dorongan dari internal dan eksternal, yang memiliki indikator sebagai berikut:

Indikator motivasi yang sesuai antara lain (Uno, 2007):

1. Adanya hasrat dan keinginan berhasil
2. Dorongan kebutuhan dalam individu
3. Adanya cita-cita dan harapan
4. Penghargaan atas diri
5. Lingkungan yang mendukung
6. Kegiatan yang menarik

1.4.4. Penilaian Masyarakat terhadap Keberhasilan Program CSR

Corporate Social Responsibility atau yang biasa disingkat CSR merupakan sebuah komitmen dan bentuk tanggung jawab dari dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan. Menurut Lawrence, Weber dan Post perusahaan harus bertanggung jawab atas setiap tindakannya yang mempengaruhi orang, komunitas, dan lingkungan mereka. CSR adalah praktik bisnis berdasarkan nilai-nilai etika dan wajib menghormati pekerja, masyarakat dan lingkungan (Global CSR Policies Project, 2003). CSR berkontribusi dan bergerak di bidang ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan, dengan memperhatikan asas pembangunan berkelanjutan. CSR telah melewati revolusi yang panjang, berbagai konsep telah berkembang dari tahun ke tahun. Dalam periode tahun 1950 hingga tahun 1960, konsep CSR masih sebatas program charity, pengusaha melakukan berbagai kegiatan derma. Memberikan uang atau barang secara cuma-cuma kepada masyarakat, tanpa adanya hubungan timbal balik. Mulai dari tahun 1970-an, CSR memiliki tujuan untuk berkontribusi dan memberdayakan masyarakat (community development) untuk meningkatkan kesejahteraan, dan memperkecil kesenjangan sosial. Di era ini, CSR menggunakan konsep triple bottom line dalam menjalankan programnya. CSR bertujuan untuk memberdayakan masyarakat menjadi masyarakat yang mandiri.

CSR juga dapat menjadi agen perubahan, dengan perannya yang membantu memerangi berbagai masalah sosial di Indonesia terutama masalah kemiskinan. Kontribusi CSR adalah kontribusi yang berkesinambungan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan

karyawan, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk memperbaiki kualitas hidup dan kesejahteraan sosial. Sehingga CSR dapat dikatakan sebagai agen perubahan, karena bisa terlibat untuk mengatasi masalah global yang menjadi target oleh seluruh dunia untuk ditekan, bahkan dihapuskan. Perusahaan dapat menurunkan angka kemiskinan dengan pemberdayaan masyarakat, seperti misalnya pemberian pinjaman modal bagi kelompok usaha kecil menengah, pendampingan untuk kelompok masyarakat, pelatihan kewirausahaan, pelatihan keterampilan kerja, pelatihan pengelolaan keuangan, pemberian beasiswa, dan sebagainya.

Program CSR yang baik adalah program yang dapat mawadahi seluruh kepentingan dan dapat menjangkau hingga ke akar permasalahannya. Menurut Manogi (2013), penilaian masyarakat terhadap keberhasilan program dapat diukur melalui enam indikator berikut:

1. Pemahaman program, untuk mengukur pemahaman masyarakat terhadap informasi atau sosialisasi terkait program.
2. Ketepatan sasaran, merupakan ukuran untuk menetapkan sasaran program, dimana kelompok sasaran utama adalah masyarakat sekitar perusahaan.
3. Ketepatan waktu, diukur terhadap ketepatan waktu pelaksanaan program.
4. Tercapainya target, ukuran dimana hasil yang diinginkan telah tercapai dan dipetakan, dengan benar ke hasil industri.
5. Tercapainya tujuan, pengukuran manfaat bantuan dan tindakan yang dilaksanakan, berdasarkan tujuan dan sasaran program.
6. Perubahan nyata, ukuran kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kapasitas, terhadap masyarakat binaan.

1.4.5. Hubungan antara Minat dengan Penilaian Masyarakat terhadap Keberhasilan Program

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat adalah kecenderungan hati yang kuat terhadap sesuatu. Ketertarikan individu terhadap suatu objek biasanya diawali dengan kecenderungan hati individu, terhadap suatu objek tertentu. Santoso, 1993 dalam Agustina dan Sularto, 2011 mendefinisikan minat sebagai gejala psikologis pemusatan perhatian dan melakukan untuk suatu kegiatan atau program, dengan perasaan senang karena bermanfaat bagi diri sendiri. Demikian pula (Mustofa, 2014)

menyatakan bahwa minat adalah pusat perhatian terhadap kegiatan atau program karena timbul rasa suka dan disertai dengan keinginan untuk belajar, mengetahui dan mengalami lebih banyak tentang kegiatan tersebut. Orang yang tertarik dengan program biasanya tertarik untuk membuat program, yang kemudian mengatur, mengelola, mendukung, dan mengembangkan program yang dibuatnya (Subandono, 2017).

Alma, 2010 mengemukakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat dalam sebuah program atau kegiatan, khususnya program berwirausaha. Berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor lingkungan keluarga, faktor lingkungan pendidikan, dan faktor kepribadian. Jadi, minat akan tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya. Pada dasarnya, minat merupakan penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar individu, sehingga kedudukan minat tidaklah stabil. Hal ini karena dalam kondisi tertentu, minat dapat berubah-ubah tergantung kepada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Nursalina, 2018 dalam penelitiannya menyebutkan bahwa minat berwirausaha mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha mikro kreatif. Oleh karena minat, merupakan sesuatu hal yang sangat menentukan dalam setiap keberhasilan kegiatan atau program. Oleh karena itu, minat pada setiap individu harus dikembangkan (Aidha, 2016). Minat berwirausaha sendiri, tidak selalu terbentuk secara otomatis sejak lahir, melainkan dapat dikembangkan melalui pendidikan dan pelatihan.

1.4.6. Hubungan antara Motivasi dengan Penilaian Masyarakat terhadap Keberhasilan Program

Motivasi menurut Ilyas, 2012 dalam Manoppo dan Rumambi, 2022 merupakan kesiapan individu dalam menjalani sebuah aktivitas, dan motivasi bertujuan untuk mendorong tercapainya tujuan positif yang telah direncanakan. Motivasi dari kemauan anggota, bertujuan untuk memberikan pelayanan atau aktivitas yang maksimal dilandasi kesadaran diri, karena kader merupakan penggerak organisasi, maka keberhasilan organisasi tergantung dari keaktifan kader (Ismawati, 2010) dalam (Manoppo dan Rumambi, 2022). Keberhasilan program menurut (Subhan, 2003) dalam

(Suri, 2017) diukur dari beberapa indikator yaitu, tujuan yang jelas, hasil program dapat diterima pelanggan, komitmen yang kuat pada suatu program, cakupan program yang jelas, biaya yang dikeluarkan tidak jauh dari rencana awal, pengujian hasil program sesuai dengan yang diharapkan, kompetensi sumber daya manusia unggul, komunikasi yang baik, risiko yang ditimbulkan sebuah program kecil, tidak menimbulkan permasalahan baru. Dibutuhkan partisipasi masyarakat dalam keberhasilan pembangunan, dan perubahan bersifat linier, jika partisipasi masyarakat berubah, maka tingkat keberhasilan program akan terjadi perubahan juga.

Motivasi berpengaruh positif terhadap partisipasi masyarakat, dengan adanya motivasi yang baik dari tokoh-tokoh masyarakat, pemerintah lokal, dapat dijadikan panutan oleh masyarakat yang terlibat dalam program pembangunan (Suri, 2017). Motivasi dengan keberhasilan program saling berhubungan, dibuktikan dengan penelitian dari Undap, Sondakh dan Rorong (2019), yang membahas hubungan motivasi, produktivitas dan budaya kerja dengan efektivitas keberhasilan pembangunan desa. Pembangunan desa merupakan sebuah program, yang membutuhkan motivasi, produktivitas dan budaya kerja dari aparat desa untuk berhasil. Hasil dari penelitian tersebut adalah seluruh variabel mempunyai hubungan dengan keberhasilan pembangunan desa, termasuk variabel motivasi, hasilnya memperoleh kategori yang tinggi, dengan tingkat kepercayaan 75,67%, berarti semakin tinggi motivasi kerja maka akan semakin baik juga efektivitas keberhasilan program pembangunan desa.

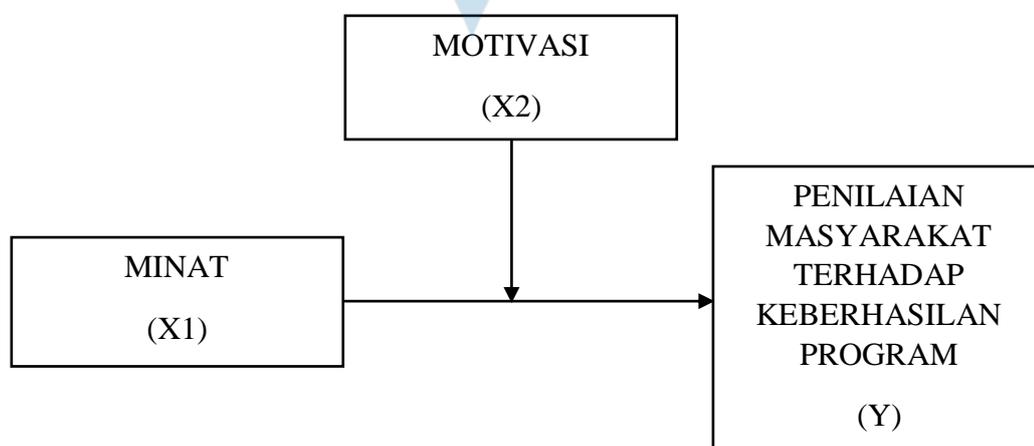
1.5. Kerangka Berpikir

Minat merupakan kecenderungan individu mempunyai rasa ketertarikan terhadap suatu aktivitas atau objek tertentu (Sukardi, 2000:61). Minat menjadi motivasi dalam diri individu, yang menjadi pendorong individu tersebut untuk melakukan aktivitas (Rahmawati, 2018:12). Motivasi dapat berasal internal dan eksternal, internal adalah disebabkan oleh kebutuhan atau keinginan untuk menggapai sesuatu yang diinginkan. Tingkah laku akan menyesuaikan dengan ke arah tertentu, jika individu tersebut bermotif. Klasifikasi motif menurut

Chauhan, dibagi menjadi tiga yaitu motif personal, sosial dan fisiologis. Motif personal merupakan motif yang berkaitan dengan dinamika sosialisasi manusia, seperti ketertarikan, nilai, konsep diri, tujuan dan sikap (Prawira, 2017:320-323). Minat dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan individu, untuk memuaskan kebutuhan tersebut individu bertindak, ketika hasil dari tindakan tersebut membawa kemajuan dalam dirinya, individu akan berminat dan termotivasi untuk melakukannya (Slameto, 2010: 180) dalam (Rahmawati, 2018:13).

Karena dalam kondisi tertentu, minat dapat berubah tergantung dari faktor yang mempengaruhinya. Penelitian Nursalina tahun 2018 menyimpulkan bahwa minat berwirausaha berdampak positif terhadap keberhasilan usaha mikro kreatif. Karena minat sangat penting untuk keberhasilan setiap kegiatan atau program. Motivasi dengan keberhasilan program saling berhubungan, dibuktikan dengan penelitian dari Undap, Sondakh dan Rorong (2019), yang membahas hubungan motivasi, produktivitas dan budaya kerja terhadap efektivitas keberhasilan pembangunan desa. Pembangunan desa merupakan sebuah program, yang membutuhkan motivasi, produktivitas dan budaya kerja dari aparat desa untuk berhasil.

Desain dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, variabel moderator dan variabel dependen. Variabel independen yaitu minat (X1), variabel moderator atau variabel yang mempengaruhi variabel independen dan dependen yaitu motivasi (X2), dan yang menjadi variabel dependen adalah penilaian masyarakat terhadap keberhasilan program (Y).



1.6. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan antara minat dengan penilaian masyarakat binaan terhadap keberhasilan program pemberdayaan masyarakat *Corporate Social Responsibility* PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, Tbk.
2. Untuk mengetahui hubungan antara motivasi penilaian masyarakat binaan terhadap dengan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat *Corporate Social Responsibility* PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, Tbk.
3. Untuk mengetahui hubungan antara minat dan motivasi dengan penilaian masyarakat terhadap dengan keberhasilan program *Corporate Social Responsibility* PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, Tbk.

1.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini penulis akan menjabarkan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian tentang hubungan antara minat dan motivasi dengan keberhasilan program CSR, dimana minat dan motivasi sebagai variabel bebas dan keberhasilan program CSR sebagai variabel terikat, yang dilakukan pada masyarakat binaan program CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, TBK, dijelaskan dalam uraian berikut ini:

Bab I: yaitu bagian pendahuluan, penulis memaparkan pada bagian ini latar belakang penelitian, rumusan masalah, penelitian kepustakaan, kerangka konseptual, kerangka pemikiran, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II: yakni metodologi penelitian dan deskripsi obyek penelitian, pada bagian ini penulis akan menjabarkan tentang jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, operasionalisasi konsep, metode pengumpulan data, teknik analisis data, dan deskripsi subjek penelitian yang digunakan penulis dalam melaksanakan penelitian tentang hubungan antara

minat dan motivasi masyarakat binaan CSR dengan keberhasilan program CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, TBK.

Bab III: yakni temuan dan pembahasan, pada bagian ini penulis akan menjabarkan temuan dan pembahasan hasil dari pengolahan data penelitian. Pengolahan data terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi product moment pearson, uji proporsi, uji chi-square test, dan uji korelasi berganda.

Bab IV: yakni kesimpulan, pada bagian ini penulis akan menyajikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian. Kemudian, terdapat daftar pustaka dan lampiran.

