

BAB II

METODOLOGI DAN DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1 Metode dan Jenis Penelitian

2.1.1. Metode Penelitian

Metode penelitian berguna sebagai panduan dalam membangun sebuah strategi untuk menghasilkan model atau desain penelitian. Tipe-tipe desain tersebut antara lain penelitian survei, penelitian eksperimen, penelitian *ex post facto*, dan sebagainya (Awe, 2017). Metode dalam penelitian ini adalah penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survei merupakan penelitian yang berfokus pada pengumpulan informasi dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden (Sujarweni, 2020).

Penelitian dilakukan untuk mengetahui gejala perilaku individu atau suatu kelompok. Data dapat dikumpulkan melalui kuesioner. Dalam mengumpulkan data, dibutuhkan jumlah responden yang cukup banyak, untuk mencapai validitas dan reliabilitas yang baik. Jumlah responden yang cukup banyak ini, akan lebih mampu memberikan gambaran dengan lebih baik tentang suatu profil (Sujarweni, 2020, hal. 71-72).

2.1.2. Jenis Penelitian

Penelitian mempunyai beberapa jenis berdasarkan kedudukan variabel-variabelnya satu sama lain, yaitu penelitian deskriptif, penelitian komparatif, dan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang ingin mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian dibangun atas teori yang dapat berfungsi sebagai penjelasan (Sujarweni, 2020, hal. 16).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif untuk mengetahui hubungan antara minat dan motivasi terhadap keberhasilan program CSR.

2.2. Populasi dan Sampel

2.2.1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek dari keseluruhan jumlah suatu wilayah generalisasi, yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, yang

ditetapkan penulis untuk dipelajari dan diteliti, kemudian ditarik kesimpulannya (Sujarweni, 2020, hal. 80).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penerima manfaat dari program pemberdayaan masyarakat CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban 2022 yang masih aktif dan produktif, yaitu sebanyak 4892 penerima manfaat. Jumlah tersebut didapatkan dari 3 wilayah binaan, yaitu Kecamatan Kerek, Kecamatan Jenu, dan Kecamatan Merakurak. Berikut ini adalah jumlah warga penerima manfaat program CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban 2022.

Tabel 4. Jumlah Warga Penerima Manfaat

Desa	Kecamatan	Jenis Pemberdayaan	Nama Kelompok	Jumlah Anggota
Kasiman	Kerek	Pemberdayaan FMK	FMK Sejahtera	3
Kasiman	Kerek	Irigasi Terpadu	LPMD Kasiman	9
Kasiman	Kerek	Penamban Daya Irigasi	LPMD Kasiman	9
Kasiman	Kerek	UMKM Makanan Ringan	LPMD Kasiman	2
Gaji	Kerek	Ayam Petelur	LPMD Gaji	5
Gaji	Kerek	UMKM	LPMD Gaji	1
Margorejo	Kerek	Pemberdayaan FMK	FMK Margo Ngudi Lestari	3
Margorejo	Kerek	Irigasi Terpadu	BUMDes Margo Makmur	9
Margorejo	Kerek	UMKM	BUMDes Margo Makmur	1
Jarorejo	Kerek	Pemberdayaan FMK	FMK Mulyo Rejo	3
Jarorejo	Kerek	Irigasi Terpadu	Hippam Tirto Nugroho	7
Jarorejo	Kerek	UMKM	Hippam Tirto Nugroho	2
Karanglo	Kerek	Pemberdayaan FMK	FMK Karanglo Berkah Sejahtera	3
Karanglo	Kerek	Irigasi Terpadu	BUMDes Karya Makmur	9
Karanglo	Kerek	UMKM Makanan Ringan	BUMDes Karya Makmur	2
Sumberarum	Kerek	Pemberdayaan	FMK Amanah	3

		FMK		
Sumberarum	Kerek	Gedung Serba Guna	BUMDes Sumber Sejahtera	9
Sumberarum	Kerek	Jaringan dan Perbaikan Irigasi Terpadu	BUMDes Sumber Sejahtera	3
Sumberarum	Kerek	UMKM	BUMDes Sumber Sejahtera	1
Kedungrejo	Kerek	Pemberdayaan FMK	FMK Suthasoma	3
Kedungrejo	Kerek	Irigasi Terpadu	Kelompok Tani Tekat Makmur	18
Kedungrejo	Kerek	Toko Saprotan	Kelompok Tani Sumber Karyo Makmur	20
Kedungrejo	Kerek	UMKM	Kelompok Tani Sumber Karyo Makmur	3
Kerek	Kerek	Pemberdayaan FMK	FMK Amanah	3
Kerek	Kerek	UMKM	PKK Kecamatan Kerek	9
Glondonggede	Jenu	Peternakan Kambing	BUMDes Barokah TPK Al-Istiqomah	10
Glondonggede	Jenu	Peternakan Kambing	BUMDes Barokah TPK Mugi Lestari	7
Glondonggede	Jenu	UMKM	BUMDes Barokah TPK Maju Bersama	19
Glondonggede	Jenu	Usaha Kantin	BUMDes TPK PKK Glondonggede	7
Karangasem	Jenu	UMKM	BUMDes Makmur Sejahtera	4
Mliwang	Jenu	Pembangunan Jaringan Irigasi	LPMD Mliwang	20
Mliwang	Jenu	UMKM	LPMD Mliwang	9
Mliwang	Jenu	Peternakan Kambing	LPMD Mliwang	35
Socorejo	Jenu	Pembinaan	PKK Bunga	12

		UMKM	Samudera	
Socorejo	Jenu	Pengembangan Saung PKK	PKK Bunga Samudera	29
Socorejo	Jenu	Pelatihan Menjahit	PKK Bunga Samudera	20
Socorejo	Jenu	Pengadaan Gazebo dan TV	PKK Bunga Samudera TPK BUMDes Maju Mandiri Sejahtera	12
Socorejo	Jenu	Pengadaan Sound System	PKK Bunga Samudera TPK New Metro Kok	9
Socorejo	Jenu	Pengembangan Catering	PKK Bunga Samudera TPK Aisyiah Socorejo	20
Socorejo	Jenu	Pengembangan Sewa Alat Hajatan	PKK Bunga Samudera TPK Muslimat	30
Socorejo	Jenu	Pengembangan Alat Rias Pengantin	PKK Bunga Samudera TPK Fatayat	25
Socorejo	Jenu	Pembangunan Gudang Suli5	PKK Bunga Samudera TPK Pemuda Muhammadiyah Socorejo	17
Temaji	Jenu	Peternakan Kambing Breeding	BUMDes Tirta Mandala Tetra Mandiri FC	14
Temaji	Jenu	Peternakan Kambing Breeding	BUMDes Tirta Mandala Kloter Joyo Jelakar	15
Temaji	Jenu	Peternakan Kambing Breeding	BUMDes Tirta Mandala Bogor Gadung	12
Temaji	Jenu	Peternakan Kambing Breeding (berubah ke puyuh)	BUMDes Tirta Mandala Katar Temaji	11
Temaji	Jenu	UMKM	BUMDes Tirta Mandala	4
Jenu	Jenu	UMKM	BUMDes TPK Aisyiah	6
Jenu	Jenu	Pelatihan Pembuatan Hantaran	BUMDes PKK Jenu	30

Jenu	Jenu	Jasa Fotocopy dan Toko ATK	BUMDes TPK PSHT Jenu	2
Jenu	Jenu	Budidaya Kambing	BUMDes TPK Pokmas Niki Sae	6
Jenu	Jenu	Budidaya Kambing	BUMDes TPK Anshor Jenu	11
Temandang	Merakurak	Wisata Desa	BUMDes Temandang	100
Temandang	Merakurak	UMKM	BUMDes Temandang	4
Tlogowaru	Merakurak	Bank Sampah dan Saprotan	BUMDes Tlogowaru	11
Tlogowaru	Merakurak	UMKM	BUMDes Tlogowaru	7
Tlogowaru	Merakurak	Peternakan Kambing	BUMDes Tlogowaru	6
Tlogowaru	Merakurak	Peternakan Kambing	BUMDes Tlogowaru TPK Mbogor	6
Tobo	Merakurak	Peternakan Kambing	BUMDes TPK Jowo Semilir	10
Tobo	Merakurak	Pengadaan Tossa	BUMDes TPK JT Putra	12
Tobo	Merakurak	Persewaan Pesta	BUMDes TPK Tim Siaga RT2	10
Tobo	Merakurak	Budidaya Jamur	BUMDes TPK Karya Muda	10
Tobo	Merakurak	Mesin Pipil Jagung	BUMDes TPK Berkah Tani	10
Tobo	Merakurak	Penambahan Gamelan	BUMDes TPK Mugi Rahayu	26
Tobo	Merakurak	UMKM	BUMDes Ngremboko Raharjo	2
Sugihan	Merakurak	Agro Wisata	BUMDes TPK Pokdarwis	34
Sembungrejo	Merakurak	Peternakan Kambing	BUMDes TPK Jawa DWIP	10
Sembungrejo	Merakurak	Peternakan Kambing	BUMDes TPK Lumintu	11
Sembungrejo	Merakurak	Budidaya Jamur	BUMDes TPK Karya Bersama	17
Sembungrejo	Merakurak	Bibit Pertanian	BUMDes TPK Poktan SH	107
Sembungrejo	Merakurak	UMKM	BUMDes TPK Sukses Mandiri	8
Senori	Merakurak	Wisata Desa	BUMDes Karya	12

			Maju Sejahtera	
Senori	Merakurak	UMKM	BUMDes Karya Maju Sejahtera	2
Tuwiri Kulon	Merakurak	Cafe Rest Area	BUMDes Selo Agung	31
Tuwiri Kulon	Merakurak	UMKM	BUMDes Selo Agung	2
Tuwiri Wetan	Merakurak	Wisata Kedung Sari	Pokdarwis	18
Tuwiri Wetan	Merakurak	Usaha Konveksi	KUB Kahayat Alsayidih	17
Tuwiri Wetan	Merakurak	Kerajinan Batik	KUB Sabilla Batik	10
Kapu	Merakurak	Irigasi Terpadu	BUMDes Adil Makmur	7
Sumurgung	Merakurak	Toko BUMDes	BUMDes Putra Pelita	3
Tahulu	Merakurak	Pembuatan Rest dan C	BUMDes Tahulu Makmur	11
Tahulu	Merakurak	Perluasan Jaringan PIP	Tirto Asih	8
Bogorejo	Merakurak	Kios BUMDes	BUMDes Mangun Joyo	3
Pongpongan	Merakurak	Pengeboran Sumur	LPMD	1775
Pongpongan	Merakurak	Usaha Digital Printing	Creatif Printing Tech	4
Tegalrejo	Merakurak	Wisata Kedung Sumur	Pokdarwis Selo Mustiko	1918
Merakurak	Merakurak	Pembuatan Rombong	LPMD	19
Merakurak	Merakurak	Jembatan Wisata	Pokdarwis	24
Merakurak	Merakurak	Wisata Air Silowo	Pokdarwis	4
Merakurak	Merakurak	Wisata Kampung Air	Pokdarwis	5
Merakurak	Merakurak	Pembuatan Kue Kering	Aisyiah	20
Merakurak	Merakurak	Pembuatan Garnis	PKK Merakurak	50
Merakurak	Merakurak	Konveksi	BUMNU Merakurak	12

Sumber: dokumen pribadi CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, tbk 2022

Tabel 5. Jumlah Total Warga Penerima Manfaat

Cluster	Jumlah
Kerek	140
Jenu	396
Merakurak	4356
Total	4892

2.2.2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari karakteristik tertentu yang diambil dari populasi, tidak semua dapat diambil jika populasinya besar, karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana. Dalam penelitian dengan pendekatan kuantitatif, ukuran sampel merupakan hal yang penting, karena harus valid dan reliabel. Sampel bertujuan untuk mewakili seluruh populasi (Bungin, 2008:101).

Sugiono (2006) mengemukakan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam menentukan sampel sebuah penelitian, terdapat teknik sampling yang digunakan yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *probability sampling* adalah bahwa peluang diberikan sama kepada setiap populasi, untuk terpilih menjadi sampel, seleksi didasarkan pada pemilihan acak. Sedangkan, teknik *non probability sampling* tidak memberikan kesempatan yang sama kepada anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel (Sujarweni, 2020, hal. 85-88).

2.2.2.1 Ukuran Sample

Dalam penelitian korelasi, jumlah minimal sampel adalah 30, sedangkan untuk penelitian eksperimen jumlah minimal sampel adalah 15 dari masing-masing kelompok, dan dalam penelitian survey jumlah minimal sampel adalah 100 (Rimbani dan Djulius, 2017). Untuk penelitian ini, penulis menggunakan metode slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Penulis mengambil toleransi kesalahan sebesar 10% (0,1), sehingga pengambilan sampel menggunakan rumus slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{4892}{1 + 4892(0,1)^2}$$

$$= 97,996$$

Dapat disimpulkan bahwa sampel penelitian yang dibutuhkan adalah minimal 98 responden, namun dalam penelitian ini, penulis mengambil sampel sebanyak **100 responden**.

2.2.2.2 Cluster Random Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cluster random sampling*, teknik ini digunakan untuk menentukan sampel ketika objek yang diteliti sangat banyak atau luas, misal kabupaten, provinsi, negara (Sujarweni, 2020, hal. 86). Dalam populasi penelitian ini mencakup 3 wilayah yang skalanya berada di tingkat kecamatan, yang populasinya cukup luas, sehingga pengambilan sampel secara *cluster random sampling* dapat ditetapkan. Adapun rumus yang ditetapkan dalam *cluster random sampling* adalah sebagai berikut:

$$f_i = \frac{N_i}{N}$$

Kemudian, untuk mendapatkan besarnya sampel per cluster, menggunakan rumus sebagai berikut:

$$N_i = f_i \times n$$

Dimana :

F_i = Sampel pecahan cluster

N_i = Banyaknya individu yang ada dalam cluster

N = Banyaknya populasi seluruhnya

n = Banyaknya anggota yang dimasukkan ke dalam sampel

Berdasarkan rumus di atas, diperoleh jumlah sampel masing-masing wilayah adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Sampel Penelitian

Cluster	Populasi	Proporsi	Sampel
Kerek	167	$\frac{140}{4892} \times 100$	3
Jenu	396	$\frac{396}{4892} \times 100$	8
Merakurak	4368	$\frac{4356}{4892} \times 100$	89

Untuk mengetahui pembagian setiap wilayahnya, dalam Gravetter & Forzano (2012), mengatakan bahwa *cluster random sampling* perwakilannya diambil secara acak, sebagai perwakilan dari beberapa kelompok atau *cluster*. Dibantu menggunakan *combined strategy sampling* dimana *stratified* dilakukan terlebih dahulu, kemudian diikuti *cluster sampling*, sehingga setiap strata dapat terwakili oleh satu *cluster*, yang akan penulis jabarkan sebagai berikut:

Strata : Kerek, Jenu, Merakurak

Cluster : Pertanian, Peternakan, Perkebunan, Perikanan, Usaha Kreatif, Desa Wisata, Kuliner.

Hasil Sampling : Kerek diwakili *cluster* pertanian

Jenu diwakili *cluster* peternakan

Merakurak diwakili *cluster* desa wisata

2.3 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep menurut Sugiyono merupakan penentuan sifat yang akan digunakan untuk menentukan variabel yang dapat diukur.

Tabel 7. Operasionalisasi Konsep

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Minat (X1)	Minat berdasarkan kegiatan yang menimbulkan ketertarikan dan kesukaan , dapat mempengaruhi emosional dalam bersikap. Aspek ini didasarkan pada pengalaman pribadi dan sikap orang sekitar seperti orang tua, guru dan teman bermain terhadap kegiatan yang berhubungan dengan minat tersebut. Ketika individu memiliki minat, maka individu tersebut akan terus memperhatikan objek tersebut. Dari perhatian terhadap suatu objek, individu akan terdorong untuk terlibat dalam melakukan kegiatan dari objek tersebut (Hurlock, 2010 dalam Nurlaeli, 2014).	1. Kesukaan 2. Ketertarikan 3. Perhatian 4. Keterlibatan	Ordinal
Motivasi (X2)	Motivasi mendorong individu untuk bertindak laku, hasrat tersebut digunakan untuk mencapai atau memenuhi tujuan dan kebutuhan	1. Adanya hasrat dan keinginan berhasil 2. Dorongan kebutuhan dalam individu 3. Penghargaan atas diri	Ordinal

	<p>tertentu. Dorongan untuk melakukan sesuatu tersebut juga dipengaruhi oleh kebutuhan aktualisasi diri berupa penghargaan atau penghormatan, rasa memiliki untuk tercapainya kebutuhan, perasaan aman, dan tenteram (Uno, 2007).</p>		
<p>Penilaian Masyarakat terhadap Keberhasilan Program CSR (Y)</p>	<p>CSR merupakan sebuah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat terdampak. Perusahaan dapat menurunkan angka kemiskinan dengan pemberdayaan masyarakat. Penilaian Masyarakat terhadap keberhasilan program CSR dapat diukur dari apakah program sudah tepat sasaran untuk warga yang berada di sekitar perusahaan, jangka waktu dalam mengembangkan program harus tepat waktu sesuai arahan. Dalam program terdapat target dan tujuan yang harus tercapai, dimana setelah tercapai perubahan akan nampak pada kondisi sosial, ekonomi warga penerima manfaat program CSR (Manogi, 2013).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketepatan sasaran 2. Ketepatan waktu 3. Tercapainya target 4. Tercapainya tujuan 5. Perubahan nyata 	Ordinal

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara masalah atau sub masalah yang terdapat dalam penelitian, maka dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara minat dengan penilaian masyarakat terhadap keberhasilan program CSR Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban.

H2: Terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi dengan penilaian masyarakat terhadap keberhasilan program CSR Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban.

2.5. Metode Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data

2.5.1. Metode Pengumpulan Data

2.5.1.1. Kuesioner/Angket

Kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan, penulis bertanya jawab dengan responden menggunakan daftar pertanyaan. Tujuan penggunaan kuesioner ini antara lain adalah memperoleh informasi yang lebih relevan, dengan waktu relatif singkat serta biaya yang lebih rendah, dan mengumpulkan informasi dengan validitas dan reliabilitas yang tinggi (Barlian, 2016, hal. 45-47).

Alat bantu kuesioner ini akan disebarakan kepada masyarakat binaan program CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, TBK yang masih aktif pada tahun 2021. Semua pertanyaan berasal dari indikator tentang minat, motivasi dan keberhasilan program CSR. Kuesioner ini pertanyaannya bersifat tertutup, dimana alternatif jawabannya sudah penulis tentukan terlebih dahulu. Pilihan jawaban terdiri dari 5 alternatif yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), ragu-ragu (RR), setuju (S), sangat setuju (SS), kemudian setiap alternatif atau pilihan jawaban akan diberikan skor, seperti tabel di bawah ini:

Tabel 8. Skor Jawaban Kuesioner Penelitian

No.	Pilihan Jawaban Responden	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Pada penelitian ini instrumen merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data variabel yang diteliti, yaitu minat (X1) sebagai variabel independen, motivasi (X2) sebagai variabel moderator dan penilaian masyarakat terhadap keberhasilan program CSR (Y) sebagai variabel dependen. Berdasarkan variabel tersebut maka kisi-kisi pengembangan instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Kisi-kisi Pengembangan Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Butir Soal
Minat (Nurlaeli, 2014)	1. Kesukaan	1
	2. Ketertarikan	2,3
	3. Perhatian	4,5
	4. Keterlibatan	6
Motivasi (Uno, 2007)	1. Adanya hasrat dan keinginan berhasil	1,2
	2. Dorongan kebutuhan	3
	3. Penghargaan diri	4,5
Penilaian Masyarakat terhadap Keberhasilan Program CSR (Manogi, 2013)	1. Ketepatan sasaran	1,2
	2. Ketepatan waktu	3
	3. Tercapainya target	4
	4. Tercapainya tujuan	5,6

2.5.2. Teknik Analisis Data

2.5.2.1. Validitas dan Reliabilitas

Instrumen dikatakan valid ketika dapat mengungkap data dari variabel secara tepat, dan dikatakan reliabel saat data dapat dipercaya (Arikunto, 2010) dalam (Yusup, 2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi validitas dan reliabilitas adalah penggunaan alat ukur yang melakukan pengukuran dan subjek yang diukur.

Alat ukur yang digunakan dalam menguji validitas dan reliabilitas adalah IBM SPSS Statistics 24, untuk memudahkan penulis dalam melihat secara statistik antara pertanyaan kuesioner dan variabel yang telah disusun bersifat valid dan reliabel. Menurut Arikunto (2009), tingkat validitas instrumen diuji menggunakan teknik analisis korelasi product-moment Pearson dengan rumus:

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$\sum X$ = jumlah skor item

$\sum Y$ = jumlah skor total

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dari skor total

$\sum XY$ = jumlah perkalian X dan Y

Dengan kriteria pengujian:

1. Valid, jika nilai r hitung > nilai r tabel pada derajat bebas db n-2 dengan taraf signifikansi 5%.
2. Tidak valid, jika nilai r hitung < nilai r tabel pada derajat bebas db n-2 dengan taraf signifikansi 5%

Soewadji (2012) mendefinisikan reliabilitas adalah tingkat kemampuan instrumen penelitian dalam mengumpulkan data atau informasi secara tetap atau individu. Untuk mengetahui reliabilitas seluruh tes digunakan SPSS 16 dengan teknik Alpha Cronbach yang memiliki rang dari 0 sampai 1. Rumus Alpha yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) - \left(\frac{\sum a^2 b}{a^2 t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum a^2 b$ = Jumlah varian butir

$a^2 t$ = varians total

Jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka $>0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel.

2.5.2.2. Uji Asumsi Klasik

1.) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengukur, apakah data memiliki distribusi yang normal, artinya memiliki mean dan standar deviasi, sama dengan data kita (Sujarweni, 2020). Rumus yang digunakan adalah rumus *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan:

1. Data berdistribusi normal jika nilai probabilitas Uji Kolmogorov-Smirnov $>0,05$.
2. Data tidak terdistribusi normal jika probabilitas Uji Kolmogorov-Smirnov $<0,05$.

2.) Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan linier yang signifikan antara dua variabel. Data yang baik seharusnya menunjukkan

hubungan yang linier antara variabel X dan variabel Y (Ghozali, 2013). Pengujian yang akan dilakukan harus didasarkan pada prinsip-prinsip penentu uji linieritas, yaitu:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka terdapat hubungan linier.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka tidak terdapat hubungan linier.

3.) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui kemiripan dari variabel independen, kemiripan tersebut akan menyebabkan korelasi yang sangat kuat (Sujawerni, 2020). Apabila *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antara variabel bebas (Ghozali, 2013:106).

4.) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya kesamaan varian dari residual pada model regresi. Dasar pengambilan keputusan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018: 142):

Kriteria yang menjadi dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2.5.2.3. Uji Korelasi Product Moment Pearson

Analisis korelasi merupakan teknik untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel kuat dibandingkan dengan variabel lainnya (Sekaran, 2010) (Safitri, 2016). Ketika hubungan kedua variabel tidak linier, koefisien korelasi Pearson tidak menunjukkan kuatnya hubungan antara kedua variabel yang diteliti (Safitri, 2016).

Terdapat beberapa kriteria dalam uji korelasi, antara lain:

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil (<) atau sama dengan (=) sig. *F change*, maka H_0 diterima dimana tidak terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar (>) dari sig. *F change*, maka H_a diterima dimana terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

- r : Koefisien korelasi pearson
 N : banyak pasangan nilai X dan Y
 $\sum XY$: jumlah dari hasil kali nilai X dan Y
 $\sum X$: jumlah nilai X
 $\sum Y$: jumlah nilai Y
 \sum : jumlah dari kuadrat nilai X
 \sum : jumlah dari kuadrat nilai Y

Menurut sugiyono (2017: 231), mengemukakan bahwa untuk memperhatikan kuat atau lemahnya hubungan suatu variabel dengan menggunakan metode korelasi berganda dijelaskan pada kriteria-kriteria seperti tabel dibawah ini:

Tabel 10. Kriteria Kuat atau Lemahnya Uji Korelasi

No	Interval	Kriteria
1	0,80 hingga 1,000	Sangat kuat
2	0,60 hingga 0,799	Kuat
3	0,40 hingga 0,599	Sedang
4	0,20 hingga 0,399	Rendah
5	0,00 hingga 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2017: 231)

2.5.2.4. Uji Proporsi

Uji proporsi atau analisis frekuensi digunakan untuk mengetahui frekuensi pada data, menggunakan analisis statistik misalnya percentil values,

dispersion, central tendency dan distribution. Juga, dapat untuk menampilkan grafik.

Kemudian, untuk menentukan skor dalam menghitung hasil jawaban kuesioner adalah mengalikan jumlah responden (n) dengan nilai tertinggi dan terendah, sebagai berikut:

$$\text{Nilai skor terendah : } 100 \times 1 = 100$$

$$\text{Nilai skor tertinggi : } 100 \times 5 = 500$$

$$rs = \frac{n (\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil})}{m} \quad \text{Keterangan:}$$

rs : rentang skala

n : jumlah responden

m : jumlah kategori

$$rs = \frac{100 (5 - 1)}{3}$$

$$= \frac{400}{3}$$

$$= 133,3 = 133$$

Kemudian, didapatkan jarak antar jenjang per kategori adalah 133, sehingga kategori adalah sebagai berikut:

100 – 233 : rendah/lemah

234 – 367 : sedang

368 – 500 : tinggi/kuat

2.5.2.5. Uji Chi-Square

Uji chi-square digunakan untuk menguji proporsi dari data multinom, dan untuk menguji suatu homogenitas varians dari beberapa populasi (Karina, Efendi & Chairani, 2020), kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima.
2. Jika sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

2.5.2.6. Uji Korelasi Berganda (*Multiple Correlation*)

Uji korelasi berganda, merupakan salah satu dari uji hubungan yang digunakan untuk menguji apakah dua variabel mempunyai hubungan atau tidak (Sujarweni, 2020). Dasar pengambilan keputusan dalam uji korelasi berganda adalah dengan membandingkan nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas Sig untuk dasar pengambilan keputusan selanjutnya:

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas sig. Fchange atau ($0,05 < \text{sig. Fchange}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas sig. Fchange atau ($0,05 > \text{sig. Fchange}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.

2.6. Deskripsi Objek Penelitian

2.6.1. Profil CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, Tbk

PT. Semen Indonesia merumuskan sebuah kebijakan dan inovasi pada aspek lingkungan dan sosial. Kebijakan ini hadir dengan pendekatan yang berfokus pada pengelolaan dan perbaikan kualitas lingkungan, dengan senantiasa mengedepankan keseimbangan kinerja di bidang ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. PT. Semen Indonesia melaksanakan program CSR yang berkelanjutan. Dalam hal ini, perusahaan memperoleh penghargaan mulai dari PROPER Emas dari Kementerian Lingkungan Hidup tahun 2012, PROPER Hijau dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan tahun 2013, *The Best*

Indonesian Green Awards dari La Tofi School of CSR dan kandidat PROPER Emas dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan tahun 2018.

Program CSR pada Pabrik Tuban sendiri mempunyai area pengembangan mencakup 3 Kecamatan dan 26 Desa, yaitu Kecamatan Kerek, Kecamatan Merakurak dan Kecamatan Jenu. Area pengembangan ini berdasarkan cakupan wilayah yang berada di sekitar pabrik, pabrik sendiri beroperasi di Desa Sumberarum, Kecamatan Kerek.

2.6.2. Visi dan Misi CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, Tbk

a.) Visi

Divisi CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban mempunyai visi yaitu “menjadi perusahaan yang ramah lingkungan dan berkinerja unggul dengan menjalin kemitraan yang kokoh bersama pemangku kepentingan dalam mewujudkan masyarakat yang mandiri dan berdaya.”

b.) Misi

Dalam mewujudkan visi tersebut, CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban mempunyai misi yaitu:

1. Menerapkan standar kinerja pengembangan masyarakat yang unggul dan bertata kelola sistematis dalam pencapaian harmonisasi aspek 3P (*people, profit, dan planet*).
2. Mengoptimalkan potensi sumber daya dan kearifan lokal serta isu strategis wilayah sebagai instrumen kunci pelaksanaan program pengembangan masyarakat yang berkelanjutan.
3. Menciptakan nilai-nilai kebermanfaatn bersama (*creating shared value*) antara perusahaan dan pemangku kepentingan serta masyarakat guna mendukung aksi-aksi pemberdayaan yang berkelanjutan.

2.6.3. Struktur Organisasi CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, Tbk

Struktur organisasi CSR periode tahun 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Struktur Organisasi

Fardhi Sjahrul Ade	General Manager of Corporate Communication	
Setiawan Prasetyo	Senior Manager of Public Relations & CSR	
Siswanto	Tuban Senior Community Development Officer	
Andik Sutikno	Tuban Junior Community Development Officer – Perencanaan, Monev dan Pelaporan Program	
Arif Santoso	Tuban Junior Community Development Officer – Keuangan Program	
Arif Rullyantoro Tuban Junior Community Officer – Area Merakurak	Suhadak Tuban Junior Community Officer – Area Kerek & Jenu	Hari Siswoyo Tuban Junior Community Officer – Area Kabupaten Tuban
1. Pemerintah Kecamatan Merakurak	1. Pemerintah Kecamatan Kerek	1. Pemerintah Kabupaten Tuban
2. Temandang	2. Pemerintah Kecamatan Jenu	2. Forkopimda Tuban
3. Tlogowaru	3. Sumberarum	3. Lembaga Pendidikan Tuban
4. Tobo	4. Karanglo	4. Lembaga Keagamaan Tuban
5. Sugihan	5. Margorejo	5. Lembaga Sosial Tuban
6. Sembungrejo	6. Jarorejo	
7. Pongpongan	7. Kedungrejo	
8. Senori	8. Kasiman	
9. Tuwiri Wetan	9. Gaji	
10. Tuwiri Kulon		

11. Kapu	10. Mliwang	6. Lain-lain
12. Tahulu	11. Glondonggede	
13. Sumurgung	12. Karangasem	
14. Tegalrejo	13. Socorejo	
15. Bogorejo	14. Temaji	

2.6.4. Program Kerja CSR PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban, Tbk

Dalam pelaksanaan program, CSR Pabrik Tuban bekerja sama dengan Forum Masyarakat Kokoh (FMK) dalam mengelola program CSR. Forum Masyarakat Kokoh merupakan lembaga yang dibentuk oleh tim CSR, dari institusi lokal yang merepresentasikan masyarakat desa dan komponen masyarakat sipil di Kecamatan Tuban. Forum Masyarakat Kokoh mempunyai tugas dan tanggung jawab, sebagai berikut:

1. Mengorganisir proses pelaksanaan kegiatan CSR pada tahapan: informasi, verifikasi monitoring, evaluasi dan pelaporan program.
2. Bekerjasama dan koordinasi secara intensif dengan pemangku kepentingan di level desa dan kecamatan.
3. Melakukan pengawasan pelaksanaan program desa/kecamatan yang diusulkan oleh kelompok atau organisasi masyarakat.
4. Menyampaikan laporan pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat di desa/kecamatan masing-masing, baik dalam bentuk laporan kemajuan (progress) pekerjaan maupun laporan akhir kepada manajemen Semen Indonesia (Organisasi Internal).
5. Mengikuti seluruh ketentuan dan peraturan yang telah ditentukan oleh PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Program disosialisasikan kepada masyarakat desa, melalui forum petunjuk teknis pelaksanaan program CSR, yang diikuti oleh FMK Periode 2021 dan Kepala Desa. Sosialisasi ini bertujuan untuk membuka seluruh akses program CSR kepada masyarakat desa, memberikan ruang kepada masyarakat

untuk terlibat aktif dalam program. Program yang dapat diajukan harus sesuai dengan bidang-bidang yang telah ditentukan, adalah sebagai berikut:

1. Pemberdayaan Masyarakat

- a.) Pemberdayaan Masyarakat bidang usaha Pertanian
- b.) Pemberdayaan Masyarakat bidang usaha Peternakan
- c.) Pemberdayaan Masyarakat bidang usaha Perkebunan
- d.) Pemberdayaan Masyarakat bidang usaha Perikanan
- e.) Pemberdayaan Masyarakat bidang usaha Kreatif
- f.) Pemberdayaan Masyarakat bidang usaha Desa Wisata
- g.) Pemberdayaan Masyarakat bidang usaha Kuliner

2. Pengembangan Kapasitas

Pendidikan dan pelatihan yang berorientasi pada peningkatan keterampilan dan ekonomi, di bidang:

- a.) Usaha Pertanian, Perkebunan dan Perikanan
- b.) Usaha Jasa Otomotif (Bengkel)
- c.) Usaha Jasa Elektronik & IT
- d.) Usaha Konveksi
- e.) Usaha Kreatif (batik, kerajinan, gerabah, sablon, dll)
- f.) Usaha Kuliner

3. Karitatif

- a.) Peringatan Hari Besar Islam (PHBI)
- b.) Peringatan Hari Besar Nasional (PHBN)
- c.) Beasiswa untuk Anak Sekolah Keluarga Miskin
- d.) Peringatan Kebudayaan (bersih desa, sedekah laut, dll)

4. Infrastruktur

- a.) Pembangunan Sarana dan Prasarana Pendidikan
- b.) Bedah Rumah untuk KK Miskin

Proporsi alokasi program juga berdasarkan manajemen perusahaan, adalah sebagai berikut:

1. Pemberdayaan Masyarakat : minimal 50%
2. Pengembangan kapasitas : \pm 20%
3. Infrastruktur: maksimal : 20%
4. Karitatif: maksimal : 10%

