

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI SEKITAR PT PANCA USAHA PALOPO PLYWOOD

Linda Astuti

*Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah (UM) Palopo
lindaakt@yahoo.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kesejahteraan Masyarakat di PT Panca Usaha Palopo Plywood. Variabel independent dalam penelitian ini adalah Corporate Social Responsibility (CSR) sedangkan variable dependennya yaitu Kesejahteraan Masyarakat. Penelitian di lakukan pada perusahaan plywood yaitu PT Panca Usaha Palopo Plywood. Sampel penelitian ini adalah masyarakat sekitar PT. Panca Usaha Palopo Plywood. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang disebar pada 96 responden dengan menggunakan pengukuran skala Likert. Alat Analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap Kesejahteraan Masyarakat sekitar PT Panca Usaha Palopo Plywood.

Kata Kunci: *Corporate social responsibility, kesejahteraan masyarakat*

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on Public Welfare in PT Panca Usaha Palopo Plywood. Independent variable in this research is Corporate Social Responsibility (CSR) while the dependent variable is Welfare community. The research was conducted on the plywood company, PT Panca Usaha Palopo Plywood. The sample of this research is community around PT. Panca Usaha Palopo Plywood. Data collection method used was questionnaire which was spread on 96 respondents by using Likert scale measurement. Analysis tool used is simple regression analysis. The results showed that Corporate Social Responsibility (CSR) positively affect the Welfare Society around PT Panca Usaha Palopo Plywood.

Keywords: *Corporate social responsibility, community welfare*

PENDAHULUAN

Menghadapi era globalisasi saat ini, perusahaan-perusahaan dituntut untuk mampu bersaing agar perusahaan lebih unggul dari pada perusahaan lainnya sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang dan dapat memberikan kontribusinya bagi perekonomian nasional. Pemikiran CSR (*corporate social responsibility*) yang dianggap sangat mendasar dari sebuah etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Beberapa hal yang termasuk dalam CSR ini antara lain adalah, kesadaran perusahaan akan lingkungan, kondisi tempat kerja dan standar bagi karyawan, hubungan perusahaan masyarakat, dan investasi sosial dari perusahaan (*corporate philanthropy*).

Pada lingkungan internal perusahaan, CSR harus di pandang seperti keselamatan kerja .Keselamatan kerja tidak hanya di terapkan melalui pengawasan dan penyediaan alat keselamatan

kerja belaka. Dengan *CSR* keselamatan kerja akan lebih efektif dan efisien. Berbagai unit kerja yang terkait dengan keselamatan kerja berpotensi mendapatkan manfaat bagi *performancenya* dari kegiatan *CSR*, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada lingkungan eksternal, *CSR* juga dapat dipandang sebagai pengembangan masyarakat. Dengan *CSR*, pengembangan masyarakat, terutama masyarakat disekitar kegiatan usaha, akan terbantu dan dapat berkembang, seiring dengan perkembangan dunia usaha itu sendiri.

Ada dua motivasi utama; *pertama*, akomodasi, yaitu kebijakan bisnis yang hanya bersifat, *superficial*, dan parsial. *CSR* dilakukan untuk memberi citra sebagai korporasi yang tanggap terhadap kepentingan sosial. Singkatnya, realisasi *CSR* yang bersifat akomodatif tidak melibatkan perubahan mendasar dalam kebijakan bisnis korporasi sesungguhnya, dan kedua, legitimasi, yaitu motivasi yang bertujuan untuk mempengaruhi wacana. Indonesia merupakan bagian dari negara-negara di dunia yang peduli terhadap pembangunan lingkungan hidup. Dalam operasionalnya telah lahir beberapa peraturan yang mengatur tentang hal tersebut antara lain : Peraturan Menteri BUMN tahun 2003 yang menyatakan bahwa setiap BUMN wajib menyisihkan maksimal 3% dari laba bersih untuk UKM, pendidikan dan pelatihan, dan tempat ibadah. Peraturan tersebut merupakan operasionalisasi dari UU lingkungan hidup yaitu UU No 23 tahun 1997. Kemudian PP No 27 tahun 1999 tentang Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) yang isinya mengatakan bahwa "Setiap usaha dan atau kegiatan yang kemungkinan dapat menimbulkan dampak besar dan penting wajib memiliki Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL).

Kesejahteraan masyarakat akan mendorong peningkatan daya beli, sehingga memperkuat daya serap pasar terhadap output perusahaan. Sedangkan kelestarian faktor-faktor produksi serta kelancaran proses produksi yang terjaga akan meningkatkan efisiensi proses produksi. Dua faktor tersebut akan meningkatkan potensi peningkatan laba perusahaan, dan dengan sendirinya meningkatkan kemampuan perusahaan mengalokasikan sebagian dari keuntungan untuk membiayai berbagai aktivitas *CSR* di tahun-tahun berikutnya, demikian juga halnya dengan PT Panca Usaha Palopo plywood. Seiring dengan pengembangan kegiatan yang mereka lakukan, maka perusahaan ini juga telah melaksanakan kegiatan *CSR* di lingkungan bisnisnya. Komitmen yang tinggi tentang keberhasilan *CSR* ini, mendorong mereka untuk senantiasa melaksanakan kegiatan ini.

Perkembangan lingkungan perusahaan berjalan sedemikian cepat, sehingga membutuhkan berbagai inovasi dan kreasi kegiatan *CSR* yang mampu dirasakan masyarakat. Salah satu elemen

penting dalam kesejahteraan hidup tersebut adalah adanya kegiatan pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan. Dalam hal ini peran manajemen perusahaan sangat penting dalam upaya untuk memformulasikan berbagai kegiatan *CSR* perusahaan, sehingga terjadi hubungan simbiosis mutualisme antara perusahaan dan masyarakat luas. Pada akhirnya kegiatan *CSR* perusahaan diharapkan dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat implementasi.

Program-program *CSR* dilakukan secara sistematis, terstruktur, dan periodik. Kegiatan yang dilakukan senantiasa mengedepankan persoalan-persoalan vital yang dihadapi masyarakat dalam peningkatan kesejahteraannya. *Corporate Social Responsibility Goal* merupakan tujuan kepedulian sosial perusahaan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam komunitas sosial masyarakat. Karena, keberadaan sebuah perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dari masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan. Perusahaan harus tanggap mengenai permasalahan yang ada di lingkungan sekitar perusahaan. Keberadaan perusahaan di suatu lingkungan masyarakat akan terasa nyaman dan tenang dalam kegiatan operasionalnya manakala masyarakat sekitar perusahaan bersifat kooperatif dengan perusahaan. Oleh karena itulah peranan *CSR* perusahaan sangat penting manakala perusahaan masih tetap ingin menjalankan fungsi bisnisnya. *Corporate Social Issue* akan terus berkembang seiring dengan dinamika yang terjadi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Isu-isu sosial tersebut berkembang sebagai wujud dari adanya perubahan dalam cara pandang hidup masyarakat yang harus direspon oleh perusahaan. Ketidakmampuan perusahaan dalam menangkap isu sosial yang berkembang di masyarakat akan berdampak pada kehidupan sosial masyarakat. Dampak dari globalisasi yang terjadi dewasa ini, tidak hanya mempunyai dimensi ekonomi saja, akan tetapi juga mempunyai dimensi politik, teknologi, dan budaya. Pemikiran tersebut juga akan mempengaruhi cara berfikir kalangan usahawan dalam memandang strategi usahanya. *Corporate* tidak lagi dipandang sebagai bagian luar dari masyarakat tetapi perusahaan sudah menjadi bagian dari masyarakat itu sendiri.

Corporate Relation Program merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat. *CSR* pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka *sustainability* yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal (pekerja, shareholder, dan penanaman modal), maupun eksternal (kelembagaan, pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan

perusahaan lain) dengan adanya program tersebut diharapkan mampu memberikan kontribusi positif baik bagi masyarakat maupun perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang di atas dapat di tarik suatu rumusan masalah apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitar PT Panca Usaha Palopo Plywood. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar PT Panca Usaha Palopo Plywood. Manfaat dalam penelitian ini terbagi atas dua yaitu teoritis dan praktis. Secara teoritis penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran informasi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang sejauh mana pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap kesejahteraan masyarakat di PT. Panca Usaha Palopo Plywood. Secara praktis Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi penelitian-penelitian serupa dimasa yang akan datang serta memberikan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi PT. Panca Usaha Palopo Plywood.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Teori stakeholder

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Chariri, 2007:409). Di dalam perusahaan adanya pihak yang diutamakan adalah *stakeholder*. Terdapat sejumlah *stakeholder* yang ada di masyarakat, dengan adanya pengungkapan *CSR* merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda. Tujuan utama dari perusahaan adalah menyeimbangkan konflik antara *stakeholder* (Chariri dan Ghozali, 2007). mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan dari *stakeholder* sehingga aktivitas perusahaan adalah mencari dukungan tersebut.

Ada alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu:

1. Isu lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka.
2. Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan.

3. Para investor dapat menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Chariri, 2007:411). Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Chariri dan Ghazali (2007) berpendapat bahwa organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah kesepakatan dari *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* di Johannesburg Afrika Selatan pada tahun 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal dan komunitas secara keseluruhan dalam peningkatan kualitas hidup. Menurut Susanto (2009), seiring dengan kesadaran publik, *CSR* kini menjadi *social license to operation* (izin sosial untuk beroperasi). Menurut Rachmi (2012) *CSR* adalah Suatu mekanisme proses bisnis perusahaan yang mengintegrasikan aspek ekonomi, aspek social, dan aspek lingkungan dalam aktivitasnya mencari keuntungan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan *stakeholders*, *shareholder* dan lingkungan sekitar. Menurut Budimanta (2008) *CSR* pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka *sustainability* yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders* dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan, pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain).

1. Corporate Social Responsibility Goal

CSR dilakukan sedemikian rupa secara sistematis, terstruktur dan periodik. Tujuan CSR senantiasa mengedepankan persoalan-persoalan vital yang dihadapi masyarakat dalam peningkatan kesejahteraannya, antara lain bidang agama, ekonomi, pendidikan dan kesehatan. Tujuan tersebut dapat dilaksanakan berdasarkan visi dan misi perusahaan. Berdasarkan tujuan-tujuan CSR tersebut, implementasi CSR perusahaan akan mengikuti arah dari kepentingan perusahaan di tengah-tengah komunitas lingkungan hidup masyarakat.

2. *Corporate Social Issue*

Isu-isu sosial akan terus berkembang seiring dengan dinamika yang terjadi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Isu-isu sosial tersebut berkembang sebagai wujud dari adanya perubahan dalam cara pandang hidup masyarakat yang harus segera direspon oleh perusahaan. Ketidakmampuan perusahaan dalam menangkap isu sosial yang berkembang di masyarakat akan berdampak pada bentrokan yang terjadi di tengah-tengah komunitas kehidupan sosial masyarakat. Apalagi dalam suasana krisis ekonomi dunia yang sedang terjadi, persoalan perburuhan, komunikasi pemerintah dan perusahaan, bahkan hubungan pekerja di dalam perusahaan sendiri akan dapat terganggu dari mencuatnya isu sosial dalam masyarakat.

3. *Corporate Relation Program*

Program CSR merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk selalu dekat dengan masyarakat. Menurut Budimanta *et al.* (dikutip oleh Mapisangka, 2009) CSR pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka *sustainability* yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan bisnis dengan *stakeholder* baik secara internal maupun eksternal.

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

1. Bidang Kesehatan

- a) Jalan sehat
- b) Membangun Posyandu.
- c) Donor Darah.
- d) Sunatan massal.

2. Bidang Pendidikan
 - a) Perbaikan Sekolah
 - b) Penyediaan Perpustakaan Sekolah
3. Bidang Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat
 - a) Pemberian bantuan lomba Hut RI
 - b) Pengembangan Masyarakat
 - c) Membuka kesempatan kerja dan magang industry
 - d) Bantuan kepada kaum dua'fa
 - e) Bantuan perbaikan jalan
4. Bidang Seni Budaya dan Keagamaan
 - a) Pemeliharaan Budaya Lokal
 - b) Kegiatan Forum Beragama
 - c) Pembangunan Rumah Ibadah
 - d) Bantuan kepada masyarakat yang terkena musibah/bencana
5. Bidang Pelestarian Alam
 - a) Pemeliharaan Hutan
 - b) Penanaman Pohon
 - c) Pembagian Bibit Pohon
 - d) Pengelolaan limbah

Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan Masyarakat adalah salah satu pendekatan yang harus menjadi prinsip utama bagi seluruh unit-unit pemerintahan maupun pihak korporasi dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam memberikan pelayanan sosial (Maulana, 2009). Kesejahteraan Masyarakat menurut Giarci (2001) dalam Subejo & Supriyanto (2004) adalah suatu hal yang memiliki pusat perhatian dalam membantu masyarakat pada berbagai tingkatan umur untuk tumbuh dan berkembang melalui berbagai fasilitas dan dukungan agar mereka mampu memutuskan,

merencanakan dan mengambil tindakan untuk mengelola dan mengembangkan lingkungan fisiknya serta kesejahteraan sosial.

Kesejahteraan masyarakat merupakan kondisi dimana seseorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan akan makanan, pakaian, dan tempat tinggal, air minum yang bersih serta kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang memadai yang dapat menunjang kualitas hidupnya sehingga memiliki status sosial yang mengantarkan pada status sosial yang sama terhadap warga lainnya (Yulianti,2013).Kesejahteraan masyarakat haruslah menjadi tujuan akhir dari setiap aktivitas ekonomi yang dilakukan baik oleh sektor pemerintah, maupun sektor swasta. Kemajuan sebuah bisnis akan dipengaruhi oleh kesejahteraan lingkungan sekitarnya.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan jenis datanya, data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data kuantitatif yang berupa hasil kuesioner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer yang berupa jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner yang dikumpulkan dari masyarakat sekitar PT Panca Usaha Palopo Plywood.

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat sekitar PT Panca Usaha Palopo Plywood metode pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin (Noor, 2011). Adapun, koesioner yang di bagikan sebanyak 96 respondent yang berlokasi di Desa Barowa Kecamatan BUA tersebar di empat dusun yaitu 24 orang dari Dusun Massigie, 24 orang dari Dusun Pabbiricca, 24 orang dari Dusun Danggang dan 24 orang dari Dusun Muntalaka. Waktu yang di gunakan dalam penelitian ini kurang lebih ± 3 (dua) bulan terhitung mulai dari Maret-Mei. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana adapun alat analisis yang di gunakan yaitu dengan menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas menyatakan bahwa instrument yang di gunakan untuk mendapatkan data dapat digunakan atau tidak. Menurut Sugiyono (2012:121) menyatak bahwa valid berarti instrument tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya di ukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya pada objek dengan data yang di kumpulkan oleh peneliti.

Tabel 4.1 Uji Validitas untuk *Corporate Social Responsibility (CSR)***Item total statistics**

	<i>Corrected item –Total corelation</i>
Pernyataan 1	.684
Pernyataan 2	.745
Pernyataan 3	.396
Pernyataan 4	.489
Pernyataan 5	.721
Pernyataan 6	.624
Pernyataan 7	.575
Pernyataan 8	.597

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS.2017

Dari table 4.2 di atas dapat lihat pada kolom *Corrected item-Total correlation* di mana untuk setiap item pernyataan tentang *corporate social responsibility* memiliki korelasi yang lebih besar dari batasan minimum nilai r yaitu 0,3 maka ke 8 pernyataan dianggap validitas.

Tabel 4.2 Uji Validitas Untuk Kesejahteraan Masyarakat**Item total statistic**

	<i>Corrected item –Total corelation</i>
Pernyataan 1	.707
Pernyataan 2	.636

Pernyataan 3	.504
Pernyataan 4	.702
Pernyataan 5	.325
Pernyataan 6	.674
Pernyataan 7	.643
Pernyataan 8	.766
Pernyataan 9	.650

Dari table 4.2 di atas dapat kita lihat pada kolom *Corrected item-Total correlation* untuk setiap item pernyataan tentang Kesejahteraan Masyarakat memiliki korelasi yang lebih besar dari batasan minimum nilai r yaitu 0,3 maka ke 9 pernyataan dianggap valid.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas menyatakan bahwa apabila instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan meng hasilkan data yang sama. Menurut Sugiyono (2012:122) realibilitas adalah derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu. Untuk pengambilan keputusan pada uji realibilitas biasanya menggunakan batasan 0,6. Dalam hal ini, realibilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 adalah dapat diterima dan lebih dari 0,8 dianggap baik.

Tabel 4.3 Uji Realibilitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	8

Sumber: Data hasil olahan SPSS,2017

Dari tabel 4.3 *Reliability statistics* di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,750 dengan jumlah item sebanyak 8 pernyataan. Hal ini membuktikan bahwa pernyataan tentang *corporate social responsibility(csr)* adalah baik atau realibel.

Tabel 4.4 Uji Realibilitas Kesejahteraan Masyarakat**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	9

Sumber: Data hasil olahan SPSS,2017

Dari tabel 4.4 *Reliability statistics* di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,753 dengan jumlah item sebanyak 9 pernyataan. Hal ini membuktikan bahwa pernyataan tentang Kesejahteraan Masyarakat adalah baik atau *realibel*.

PENGUJIAN HIPOTESIS**Pengujian Regresi Linear Sederhana**

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.5

Uji regresi linear sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	19.221	2.901
Corporate Social Responsibility	.421	.102

a. Dependent Variable: kesejahteraan masyarakat

Sumber: Output SPSS 21.0, 2017

Dari tabel di atas, dapat diperoleh rumus regresi sebagai berikut:

$$Y = 19,221 + 0,421 X$$

Persamaan regresi di atas, konstanta (a) adalah sebesar 19,221 hal ini mengandung arti bahwa jika *Corporate social responsibility* nilainya sama dengan 0, maka kesejahteraan masyarakat sekitar PT Panca Usaha Palopo Plywood sebesar 19,221. Dari hasil uji regresi tersebut dapat dikatakan nilai koefisien *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,421 berpengaruh positif terhadap Kesejahteraan masyarakat. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan *Corporate social responsibility* maka Kesejahteraan masyarakat sekitar PT Panca Usaha Palopo sebesar 0,4.

Tabel 4.6

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.221	2.901		6.626	.000
Corporate social responsibility	.421	.102	.392	4.127	.000

a. Dependent Variable: Kesejahteraan masyarakat

Sumber: Output SPSS 21.0, 2017

Hasil pengujian variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial yang dilakukan dengan uji statistik t menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (csr) berpengaruh terhadap Kesejahteraan masyarakat sekitar PT Panca Usaha Palopo Plywood . Dari tabel diatas diketahui bahwa variable *Corporate Social Responsibility* (csr) memiliki probabilitas signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$ sedangkan t_h sebesar 4,127 dimana lebih besar dari $t_b > 0,2006$. Dengan demikian H_0 diterima hal ini berarti Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat sekitar PT Panca Usaha Palopo Plywood.

Tabel 4.7Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Std. Error of the Estimate
1	.392 ^a	.153	4.485

a. Predictors: (Constant), corporate social responsibility

a. Dependent Variable: kesejahteraan masyarakat

Sumber: Output SPSS 21.0, 2017

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan nilai koefisien korelasi R sebesar 0,392. Hal ini mengandung arti bahwa adanya hubungan antara *Corporate social responsibility* terhadap Kesejahteraan masyarakat karena memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,05. Sedangkan R Square yang diperoleh sebesar 0,153 hal ini menunjukkan bahwa Kesejahteraan masyarakat dipengaruhi oleh variabel *Corporate Social Responsibility (csr)* 15,3%, sedangkan sisanya 84,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah di lakukan dapat dijelaskan secara terperinci bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat disekitar PT Panca Usaha Palopo Plywoo. Hal ini sesuai dalam Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Di dalam perusahaan pihak yang diutamakan adalah *stakeholder*. Terdapat sejumlah *stakeholder* yang ada di masyarakat. dengan adanya CSR keberlanjutan perusahaan akan terjamin karena akan memberikan tanggapan positif di mata masyarakat.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada perusahaan PT Panca Usaha Palopo plywood bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kesejahteraan Masyarakat di sekitar PT Panca Usaha Palopo Plywood sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Corporate Social Responsibility sangat membantu perusahaan dalam menjaga eksistensinya sehingga mampu bersaing dengan pangsa pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Shandy. 2008. "Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. Inalum Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kuala Tanjung, Kec. Sei Suka, Kab. Batu Bara Sumatera Utara". Universitas Sumatera Utara.
- Budimanta, A. Prasetijo, A. Dan Rudito, B. 2008, *Corporate Social Responsibility, Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. Jakarta: Indonesian Centre For Sustainability Development (ICSD).
- Daan, A.A. 2010. *Implementation of Corporate Social Responsibility in Selected Manufacturing Companies*
- Fauziah, Khusnul. 2008. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Ledo Lestari Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar (Studi pada masyarakat Desa Sinar Baru, Kab. Bengkayang Kalimantan Timur).
- Ghozali, I. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gray, R, Owen, D. and Maunders, K. 1995. *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*, Practice-Hall, London.
- Inawenia, Kania. 2008. "Motif Dibalik Praktik dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*: Dari *Stakeholder* ke *Award* Studi Kasus Pada PT. Holcim Indonesia, TBK".
- Maulana, M.Reza. 2009. "Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Rekayasa Industri Terhadap Pengembangan Masyarakat".
- Mapisangka, Andi. 2009, "Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat", *JESP* (1) 1.
- Mudzamir dan Norfaiezah. 2003. "*Corporate Social Responsibility (CSR) Activities In Mobile Telecommunication Industry: Case Study of Malaysia*".
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.

Purwanto. 2007. Tinjauan Religi atas Manusia dan Tuhan. *Jurnal Sositologi*. Edisi 12 Tahun 6.

PP No 27 tahun 1999 tentang Analisis Mengenai Dampak Lingkungan.

Rachman, N.M., Efendi, A., Wicaksana., 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Depok: Penebar Swadaya.

Rachmi, M. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR pada Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi*. Program Sarjana STIESIA. Surabaya.

Sekaran, Uma. 2006. *Reserch Method For Business* (Metode Penelitian Untuk Bisnis) Buku 2 Edisi Empat. Jakarta: Salemba Empat.

Subejo & Supriyanto. 2004. *Metodologi Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat* Kuliah Intensif Pemberdayaan Pedesaan (Sorem) Dewan Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Gajah Mada.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, AB. 2009. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility, Pendekatan Strategic Management dalam CSR*, Esensi, Erlangga Group.

Syahputra, Edi. 2008. “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Masyarakat Lingkungan PTPN IV (Studi Pada Unit Kebun Dolok Ilir Kabupaten Simalungun)”. Universitas Sumatera Utara

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2007 tentang lingkungan hidup.

Wibisono, Yusuf, 2007, Membedah Konsep dan Aplikasi *Corporate Social Responsibility*, Gresik: Fasco Publishing.

Yulianti, Y. 2013. “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* PT. Pusri Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan 3 Ilir Palembang”. Universitas Sriwijaya : Palembang.