

**INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR) BUJUR BERTAMINA: BUDIDAYA JAHE MERAH**  
(Studi kasus PT. Pertamina DPPU Syamsudin Noor)

**Rahma Yuliani<sup>1(\*)</sup>, Zaki Mubarak<sup>2</sup>, Arifah<sup>3</sup>, Norlena<sup>4</sup>**  
Akuntansi, FEB, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin<sup>1,4</sup>  
Akuntansi, FEBI, UIN Antasari, Banjarmasin<sup>2,3</sup>  
rahma.yuliani@ulm.ac.id\*

**Abstract**

*Corporate social responsibility (CSR) as a community empowerment program that can improve the community's economic level. PT. DPPU Pertamina Syamsudin Noor is implementing a CSR program that focuses on red ginger nuns. This study aims to measure the community satisfaction index (IKM) for the CSR programs that have been implemented. This research is a quantitative research using 10 elements of question indicators. The research population is all the people in Sidomulyo Village 1 RT. 02 and RT. 03, Guntung Payung Village, Banjarbaru City. The sample in this study was taken using a simple random sampling technique. The results showed that the IKM score was 3.39, with a conversion value of 84.75. Based on this value, it was concluded that the IKM from the implemented CSR program was in the very good category.*

**Keywords:** red ginger, community empowerment, CSR

**Abstrak**

*Corporate sosial responsibility (CSR) sebagai program pemberdayaan masyarakat yang dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat. PT. Pertamina DPPU Syamsudin Noor melaksanakan program CSR yang berfokus pada budidaya jahe merah. Penelitian ini bertujuan ini untuk mengukur indeks kepuasan masyarakat (IKM) terhadap program CSR yang telah dilaksanakan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan 10 unsur indikator pertanyaan. Populasi penelitian yaitu seluruh masyarakat di Desa Sidomulyo 1 RT. 02 dan RT. 03, Kelurahan Guntung Payung, Kota Banjarbaru. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai IKM sebesar 3,39, dengan nilai konversi sebesar 84,75. Berdasarkan nilai ini disimpulkan bahwa IKM dari program CSR yang dilaksanakan masuk dalam kategori “sangat baik”.*

**Kata Kunci:** Jahe Merah, Pemberdayaan Masyarakat, CSR

## PENDAHULUAN

Secara geografi, Indonesia merupakan daerah yang memiliki tanah subur dan cocok ditanami rempah-rempah. Indonesia disebut sebagai negara tropis yang kaya akan rempah-rempah dan menempati peringkat ke-4 sebagai negara penghasil rempah terbesar di dunia (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2020). Selain itu, rempah juga menjadi produk unggulan dalam ekspor.

Rempah yang dibudidayakan di Indonesia adalah jahe, lada, pala, cengkeh, kayu manis, vanili dan kunyit. Dari 7 rempah tersebut, jahe menjadi salah satu rempah yang paling banyak diminati. Jahe merupakan salah satu rempah yang mempunyai banyak manfaat dan kegunaan, dari segi kuliner hingga pengobatan tradisional.

Jahe merah adalah satu dari berbagai jenis jahe yang beredar di Indonesia. Sebagai negara yang beriklim tropis akan mudah membudidayakan jahe merah. Daerah Indonesia yang memiliki tanah subur untuk tanaman jahe merah adalah pulau Jawa, Sumatera dan Kalimantan (Zulfan et al., 2018). Jahe merah memiliki wangi yang khas (Setiono, 2020), dan dapat digunakan sebagai obat herbal (Zulfan et al., 2018). Jahe merah menjadi salah satu sumber antioksidan yang berfungsi sebagai penghambat radikal bebas (Nugroho et al., 2022). Jahe merah juga dapat diambil sarinya untuk dijadikan oleoresin yang digunakan sebagai bahan dasar farmasi (Badan Penelitian Tanaman Obat dan Aromatik, 2011).

Menurut Zulfan et al. (2018), kebutuhan jahe merah di Indonesia cukup tinggi untuk industri makanan dan minuman, namun produksi jahe merah masih rendah, sehingga belum bisa melakukan ekspor ke berbagai negara yang memerlukan jahe merah dalam kuantitas yang banyak seperti Jepang dan Singapura. Budidaya jahe merah perlu ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan ekspor. Keberhasilan budidaya jahe merah membutuhkan dukungan dari perusahaan salah satu melalui program CSR.

PT. Pertamina DPPU Syamsudin Noor merupakan salah satu anak perusahaan Pertamina yang turut serta melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Program CSR yang dilaksanakan adalah program Bujur Berstamina (Budidaya Jahe Merah Pemberdayaan Pertamina).

Program tersebut telah dilaksanakan sejak tahun 2017 dengan dasar masalah adanya kemiskinan di masyarakat.

Pengetahuan dan fasilitas menjadi salah satu faktor pendukung mengurangi kemiskinan di tengah potensi sumber daya yang cukup besar apabila dimanfaatkan dengan benar. Untuk itu, program CSR Bujur Berstamina ini dibuat dengan bertujuan memberikan fokus manfaat maupun dampak dari aspek ekonomi, pemberdayaan masyarakat dan pengelolaan suatu komunitas.

Program yang dikembangkan oleh PT. Pertamina DPPU Syamsudin Noor adalah budidaya jahe merah untuk meningkatkan tingkat produksi. Seperti yang diketahui bahwa potensi dari budidaya jahe merah relatif besar. Sehingga hasil dari budidaya tersebut dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat sekitar.

Budidaya jahe merah telah mendapat dukungan dari berbagai pihak, baik dari pemerintah maupun dari kalangan industry. Sebagai misal, PT Bintang Toedjoe, mencoba melakukan inovasi produk herbalnya dengan penanaman tanaman obat keluarga (TOGA) jahe merah (*Zingiber officinale* var *rubrum rhizoma*). Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan tersebut melibatkan masyarakat, utamanya para ibu yang berperan aktif dalam Pembinaan Kesehatan Keluarga (PKK), Kelompok Wanita Tani, serta organisasi-organisasi wanita yang bergerak dalam bidang kesehatan dan lingkungan, baik di level kecamatan maupun desa. Kegiatan CSR ini sudah berlangsung selama tiga tahun (2016-2018) dan diadakan di lima kota, yakni Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya). (Srimulyani, et al., 2018).

CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Menurut Nayenggita et al. (2019), CSR merupakan tindakan dari pelaku usaha sebagai tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Dalam standar *Global Corporate Social Responsibility*, ISO 2600 CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab organisasi terhadap masyarakat akibat dari keputusan dan kegiatan yang dilakukan.

Perusahaan tidak berorientasi pada profit semata atau disebut dengan prinsip *single bottom line*. *Single bottom line* merupakan prinsip di mana perusahaan hanya mementingkan sudut pandang ekonomi atau nilai perusahaan (Iskandar, 2016).

Menurut Elkington (1997), perusahaan harus memperhatikan prinsip *triple bottom line* (3P) yakni Profit/ laba, People/ masyarakat dan Planet/lingkungan agar bisa mempertahankan kegiatan usahanya. *Triple bottom line* (3P) berorientasi pada kesejahteraan dan kemakmuran ekonomi, lingkungan dan keadilan sosial.

Melalui program CSR, perusahaan bukan hanya bertujuan untuk menghasilkan laba yang sebanyak mungkin, tetapi juga memperhatikan atau peduli terhadap aspek ekonomi, sosial, dan aspek lingkungan (Hildawati, 2020; Sari, 2010). CSR menekankan pentingnya memasukkan kepentingan masyarakat ke dalam operasi bisnis (Emmanuel & Priscilla, 2022). CSR menjadi kegiatan utama perusahaan dalam menciptakan pertumbuhan yang seimbang antara perusahaan dan masyarakat atau lingkungan (Kim et al., 2018).

Pelaku usaha berupaya untuk mempertahankan eksistensi dan reputasi baik di pasar. Program CSR dianggap sebagai program yang akan meningkatkan citra perusahaan (Siahaan & Masdupi, 2019; Wahidahwati & Fauzi, 2020). Maka, peningkatan reputasi perusahaan sejalan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat serta melestarikan lingkungan (Dachi & Djakman, 2020). Hasil penelitian dari Herman (2018) menyatakan bahwa program CSR perusahaan dapat mengangkat citra perusahaan, menciptakan lingkungan sosial yang lebih baik serta mampu membuat kinerja karyawan menjadi meningkat.

Kesuksesan program CSR sejalan dengan bagaimana perusahaan mampu meyakinkan masyarakat bahwa kegiatan tersebut memberikan dampak yang baik terhadap lingkungan. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi, yaitu perusahaan dianjurkan untuk meyakinkan kegiatan yang dilakukan memberikan dampak yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat. Teori legitimasi fokus pada adanya interaksi antara perusahaan dan masyarakat, karena masyarakat dianggap sebagai salah satu faktor penting pengembangan perusahaan untuk jangka panjang (Puspitaningrum & Indriani, 2021). Perusahaan berupaya mendapatkan legitimasi atau pengakuan yang baik dengan membangun citra positif (Amalia, 2019), dengan cara melakukan program CSR dan mengungkapkannya.

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses pengembangan potensi dan mengasah kemampuan

problem solving. Dalam pelaksanaannya, memerlukan kerja sama antara semua pihak. Dalam konteks ini diperlukan kerja sama antara perusahaan dan masyarakat sebagai penerima manfaat. Dalam kajian ini, kerja sama dilakukan oleh perusahaan dan komunitas Wanita Tani (KWT). Pemberdayaan masyarakat memiliki peran penting dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat (Maryani & Nainggolan, 2019). Pemberdayaan masyarakat dianggap sebagai usaha untuk membuat harkat dan martabat masyarakat yang masuk kategori miskin menjadi lebih meningkat (Zubaedi, 2013).

Program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina DPPU Syamsudin Noor fokus pada pemberdayaan masyarakat pada sektor ekonomi melalui budidaya jahe merah. Tujuan program CSR yang dilakukan adalah untuk pemberdayaan masyarakat agar mencapai kemandirian sehingga kondisi sosial ekonomi dan kualitas hidup menjadi lebih baik. Dan sebagai sarana untuk meningkatkan ilmu dan kemampuan masyarakat untuk produktif.

Salah satu alat ukur keberhasilan program CSR adalah Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM). IKM merupakan pengukuran data dan informasi dari kegiatan survey pengukuran masyarakat (SKM) terhadap kepuasan atas suatu kegiatan (Humaedi et al., 2021). Kepuasan yang dimaksud merupakan rasa puas, senang atau kecewa atas penerimaan manfaat yang diterima dan harapan. Dengan kata lain, kepuasan dan ketidakpuasan merupakan bentuk tanggapan atas ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh masyarakat.

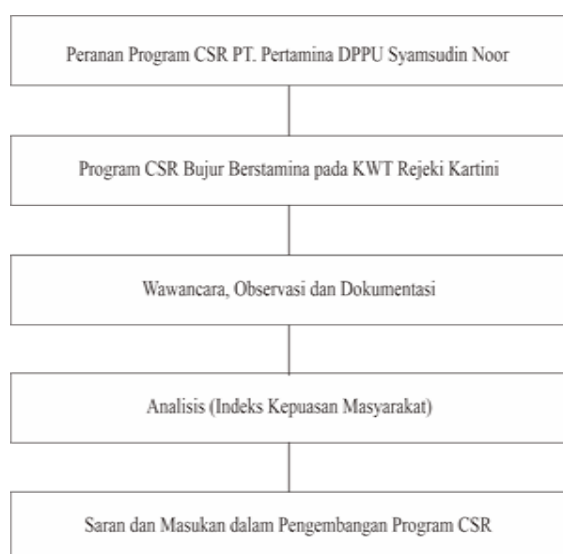
Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Hidayat et al. (2020), Nuraini & Mulawarman (2022), dan Sigit (2022). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui indeks kepuasan masyarakat atas program CSR yang dilakukan. Penelitian Hidayat et al. (2020) bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan Pertamina Integrated Terminal Balikpapan terhadap program CSR pembinaan Green Care School di SMKN 6 Balikpapan. Nilai konversi yang didapatkan yaitu 76,16 dengan kategori "Baik".

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Nuraini & Mulawarman (2022) yang melakukan penilaian kepuasan masyarakat atas program CSR PT Semen Indonesia (Persero) Tbk unit Bisnis Tuban. Program CSR yang dijalankan adalah pemberdayaan masyarakat, infrastruktur, pengembangan kapasitas

dan karitatif. Nilai IKM yang didapatkan atas program tersebut sebesar 79,05 dan masuk dalam kategori “Baik”. Serta, penelitian dari Sigit (2022) yang menilai kepuasan masyarakat terhadap program CSR kampung Bioflok laju oleh PT Pertamina Patra Niaga Fuel Terminal Jambi. Hasil perhitungan didapati bahwa kinerja yang dilakukan perusahaan “Baik”.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana indeks kepuasan masyarakat terhadap program CSR yang dilaksanakan.

**KERANGKA PENELITIAN**



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif untuk menilai indeks kepuasan masyarakat (IKM) pada program CSR yang diselenggarakan oleh Bujur Berstamina Pertamina DPPU Syamsudin Noor. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Desa Sidomulyo 1 RT. 02 dan RT. 03, Kelurahan Guntung Payung, Kota Banjarbaru. Sedangkan penentuan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*.

Sumber data pada penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utamanya,

yaitu pada KWT (Kelompok Wanita Tani) Rezeki Kartini melalui wawancara dan kuesioner. Sedangkan data sekunder adalah informasi dan dokumen dari pihak perusahaan PT Pertamina Patra Niaga DPPU Syamsudin Noor serta instansi lainnya yang terkait. Pengukuran nilai IKM menggunakan skala Likert dari 1 (satu) sampai dengan 4 (empat) (Permen PAN & RB Nomor 14 Tahun 2017). Dan Penelitian ini menggunakan 10 unsur indikator untuk mengukur IKM, sebagai berikut:

**Tabel. 1 Indikator Pertanyaan IKM**

No	Indikator
U1	Dana Bantuan Sosial
U2	Kemudahan Prosedur
U3	Keterlibatan Masyarakat
U4	Kesesuaian Perencanaan Program
U5	Ketepatan Waktu
U6	Ketepatan Pelaksanaan
U7	Kemampuan Fasilitator
U8	Manfaat Langsung
U9	Manfaat Jangka Panjang
U10	Kesiapan keberlanjutan Mandiri

Sumber: data diolah, 2022

Pengolahan data IKM melalui berbagai rangkaian perhitungan. Pertama, menghitung nilai rata-rata tertimbang (NRR tertimbang) dengan rumus:

$$\text{Bobot NRR tertimbang} = \frac{1}{u} = \frac{1}{10} = 0,1$$

Kedua, menghitung nilai IKM dengan cara mengalikan nilai bobot masing-masing unsur indikator dengan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus:

$$\text{Nilai IKM} = [(\text{nilai U1} \times 0,1) + (\text{nilai U2} \times 0,1) + \dots + (\text{U10} \times 0,1)]$$

Ketiga, mengkonversikan nilai IKM dengan cara mengalikan nilai IKM dengan nilai dasar, yaitu 25 (Permen PAN & RB Nomor 14 Tahun 2017) dengan rumus:

$$\text{Konversi nilai IKM} = \text{nilai IKM} \times 25$$

Keempat, konversi nilai IKM akan diterjemahkan lebih rinci dengan mengategorikan nilai tersebut ke dalam beberapa kategori interval. Berikut tabel acuan yang digunakan dalam

penelitian ini:

**Table 1. Nilai Interval IKM & Kategori Mutu Program**

Nilai Interval IKM	Konversi IKM	Mutu Program	Kinerja Unit Program
1,00 - 1,75	25 - 43,75	D	Tidak Baik
1,76 - 2,50	43,76 - 62,50	C	Kurang Baik
2,51 - 3,25	62,51 - 81,25	B	Baik
3,26 - 4,00	81,26 - 100	A	Sangat Baik

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut hasil perhitungan unsur indikator yang digunakan dalam penelitian ini:

**Table 2. Hasil Perhitungan IKM**

Unsur	Nilai per Unsur	NRR per Unsur	NRR Tertimbang per Unsur
1 Dana Bantuan Sosial	30	3.75	0.38
2 Kemudahan Prosedur	31	3.88	0.39
3 Keterlibatan Masyarakat	6	3.25	0.33
4 Kesesuaian Perencanaan Program	25	3.13	0.31
5 Ketepatan Waktu	26	3.25	0.33
6 Ketepatan Pelaksanaan	27	3.38	0.34
7 Kemampuan Fasilitator	31	3.88	0.39
8 Manfaat Langsung	26	3.88	0.33
9 Manfaat Jangka Panjang	25	3.13	0.31
10 Kesiapan Keberlanjutan Mandiri	24	3.00	0.30
<b>Total</b>		<b>3.39</b>	
<b>Konversi nilai IKM</b>		<b>84.75</b>	
<b>Mutu Kinerja</b>		<b>A</b>	<b>Sangat Baik</b>

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3, diketahui jumlah nilai per unsur, nilai rata-rata per unsur dan nilai rata-rata tertimbang per unsur. Dapat disimpulkan bahwa total nilai IKM yaitu 3,39 dan nilai konversi IKM adalah sebesar 84,75. Sesuai dengan Tabel 2, bahwa mutu program yang dilaksanakan dinilai “A” dengan kinerja “sangat baik”.

Perhitungan nilai IKM dilakukan secara rinci dengan menghitung nilai konversi IKM per unsur. Berikut datanya:

**Table 3. Nilai Konversi IKM per Unsur**

No	Unsur	Nilai konversi	Abj	Ket
1	Dana Bantuan Sosial	93.75	A	Sangat Baik
2	Kemudahan Prosedur	96.88	A	Sangat Baik
3	Keterlibatan Masyarakat	81.25	B	Baik
4	Kesesuaian Perencanaan Program	78.13	B	Baik
5	Ketepatan Waktu	81.25	B	Sangat Baik
6	Ketepatan Pelaksanaan	84.38	A	Sangat Baik
7	Kemampuan Fasilitator	96.88	A	Sangat Baik
8	Manfaat Langsung	81.25	B	Baik
9	Manfaat Jangka Panjang	78.13	B	Baik
10	Kesiapan Keberlanjutan Mandiri	75.00	B	Baik

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa terdapat empat unsur dengan penilaian sangat baik. Selanjutnya 6 unsur dengan penilaian baik. Berikut

Penjabaran dari 10 unsur yang menjadi dasar pada pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat:

### **Dana Bantuan Sosial**

Dana Bantuan sosial merupakan uang yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat untuk dimanfaatkan. Jawaban responden mengenai indikator ini mendapatkan hasil Nilai Rata-Rata Tertimbang 3,75 dan setelah dikonversi memperoleh nilai 93,75 dengan predikat kinerja sangat baik. Dengan mutu yang dimiliki dapat menunjukkan bahwa masyarakat sangat puas dengan dana sosial yang diberikan oleh perusahaan.

### **Kemudahan Prosedur**

Tanggapan Responden tentang Kemudahan Prosedur ini dikategorikan sangat bagus. Hal tersebut dibuktikan dengan Skor Nilai Rata-Rata Tertimbang yaitu 3,88 dan nilai konversi sebesar Indeks Kepuasan Masyarakat sebesar 96,88 dengan predikat A sangat baik.

### **Keterlibatan Masyarakat**

Berdasarkan tanggapan yang diperoleh dari masyarakat. Indikator keterlibatan masyarakat memiliki nilai tertinggi. Nilai konversi untuk unsur keterlibatan masyarakat sebesar 81,25. Hasil dapat menggambarkan bahwa PT. Pertamina UPPD Syamsudin Noor dalam setiap kegiatan program CSR yang dilaksanakan, selalu mengutamakan keterlibatan masyarakat sebagai *stakeholder eksternal*, apalagi program ini berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat itu sendiri.

### **Kesesuaian Perencanaan Program**

Nilai konversi dari unsur kesesuaian rencana program yang dilaksanakan adalah 78,13. Masyarakat menilai bahwa program yang direncanakan sesuai dengan realisasinya. Dan unsur ini mendapat predikat Baik.

### **Ketepatan Waktu**

Ketepatan waktu merupakan unsur yang berkenaan dengan *timeline* program yang dirancang sejak awal. Dikarenakan program berjalan sesuai dengan timeline dan tidak adanya keterlambatan dari pelaksanaan program membuat unsur ini memiliki hasil penilaian kinerja yang baik. Adapun nilai NRR Tertimbang sebesar 3,25 dengan nilai konversi IKM sebesar 81,25.

### **Ketepatan Pelaksanaan**

Ketepatan Pelaksanaan hampir sama berkaitan dengan ketepatan waktu. Pada tahap ini berfokus saat pelaksanaan tanpa memperhatikan rencana yang telah dibuat. Dari perhitungan yang dilakukan didapatkan hasil nilai konversi sebesar 84,00 dari NRR Tertimbang sebesar 3,00.

### **Kemampuan Fasilitator**

Tanggapan dari responden untuk unsur ini menduduki nilai tertinggi, yaitu ada pada interval 96,88. Dengan kategori kinerja "sangat baik". Nilai tersebut membuktikan bahwa fasilitator yang bertugas pada program ini berhasil menjalankan tugasnya dengan sangat baik. Masyarakat penerima bantuan program mengungkapkan bahwa salah satu yang menjadi alasan keberhasilan dari program yang sudah dicapai dikarenakan kemampuan dari fasilitator PT. Pertamina UPPD Syamsudin Noor dalam mengarahkan pada saat program dilaksanakan.

### **Manfaat Langsung Program**

Setiap program CSR yang akan dilaksanakan pastinya harus memiliki korelasi positif terhadap sasarannya. Dari 8 responden menyatakan bahwa mereka setuju dalam program CSR yang dilaksanakan PT. Pertamina DPPU Syamsudin Noor, bermanfaat langsung terutama bagi kesejahteraan ekonomi KWT Rezeki itu sendiri. Hal ini didukung dengan adanya mutu B dari hasil perhitungan dan dengan nilai konversi sebesar 81,25.

### **Manfaat Jangka Panjang**

Penilaian masyarakat terhadap manfaat jangka panjang dari program CSR yang dilaksanakan adalah baik dengan NRR Tertimbang sebesar 3,13 dan nilai konversi sebesar 78,13. Masyarakat setuju bahwa program CSR Bujar Berstamina dari perusahaan memiliki manfaat jangka panjang bagi mereka.

### **Keberlanjutan Program Mandiri**

Tanggapan responden mengenai unsur kesiapan masyarakat secara mandiri untuk melanjutkan program memiliki nilai yang terendah dibanding unsur lainnya yaitu ada pada nilai 75,00 dengan predikat baik. Hal tersebut bukan karena ada dampak buruk dari program tersebut, melainkan karena masyarakat penerima program merasa program CSR tersebut sangat membantu mereka dalam pengarahan baik dalam hal kinerja maupun pemberdayaan ekonomi. Keberhasilan program

beberapa tahun ini. Meskipun begitu, Sebagian besar dari KWT Rezeki sebagai penerima utama manfaat program ini cukup yakin apabila mereka bisa melanjutkan ini secara mandiri karena program yang dijalankan dirasa sudah stabil.

## KESIMPULAN

Indeks Kepuasan Masyarakat terdiri dari 10 unsur yang menjadi indikator penilaian memberikan hasil yang sangat baik. Hal ini bisa dilihat pada penilaian Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Program Bujur Berstamina (Budidaya Jahe Merah Pemberdayaan Pertamina) baik secara nilai kinerja keseluruhan pada Tabel 3 dengan nilai 84.75 yang memiliki predikat atau mutu A yang berarti sangat baik. Selain itu, penarikan kesimpulan di atas juga didukung dari nilai setiap unsur peyusunnya pada Tabel 5.3 yang menjabarkan bahwa setiap unsur memiliki nilai minimal 7,50 dengan predikat baik dan nilai maksimal 9,69 dengan predikat sangat baik. Ini merupakan tanggapan yang positif dari *stakeholder* atau masyarakat yang menerima dampak dari program CSR yang dijalankan oleh PT. Pertamina DPPU Syamsudin Noor tersebut. Selain itu, jika masih melihat pada data perhitungan data yang diukur, tidak ditemukan 1 (satu) pun indikator yang mendapat respon “Tidak Baik”. Ini menjadi penjelasan bahwa program CSR Pertamina DPPU Syamsudin Noor pada Program Bujur Berstamina (Budidaya Jahe Merah Pemberdayaan Pertamina) sejauh yang dijalankan memang berdedikasi tinggi. Sehingga masyarakat yang menerima dampaknya tidak memiliki alasan untuk memberikan ulasan negatif terhadap program CSR tersebut.

Kegiatan ini erat kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat. Suatu masyarakat dapat dikatakan berdaya ketika mengingat tujuan dari program ini bukan hanya sebagai bentuk kewajiban Pertamina terhadap *stakeholders* namun juga menciptakan pembangunan ekonomi dan peningkatan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif dan berkembang yang menunjang pada kesejahteraan masyarakat.

## Saran

Dengan adanya Survei IKM ini oleh PT. Pertamina UPPD Syamsudin Noor diharap akan menjadi acuan dan evaluasi bagi Pertamina UPPD Syamsudin Noor sendiri untuk selalu berbenah dalam peningkatan layanan kepada

*stakeholders*. Program CSR Bujur Berstamina diharapkan dapat menjadi program yang dapat dilanjutkan secara mandiri oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Rezeki Kartini. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dan pengelolaan komunitas atas program CSR Bujur Berstamina tercapai. Namun, dalam melanjutkan program budidaya jahe merah perlu adanya bimbingan lebih lanjut bagi KWT Rezeki Kartini.

Salah satu kemampuan yang perlu ditingkatkan adalah kemampuan pemasaran dan pengelolaan keuangan. Tanpa ada pemasaran yang baik maka produk tidak dapat dikenali dengan baik oleh masyarakat luas. Penjualan atas produk Kartiniku Berstamina (jahe merah) menjadi jalur pemasukan utama bagi KWT Rezeki Kartini sehingga diperlukan kemampuan pemasaran dan penjualan yang baik. Terlebih dalam mengelola keuangan, KWT Rezeki Kartini perlu diberikan kemampuan dan pengetahuan dalam membuat laporan keuangan agar arus kas dapat dikelola dengan baik. Oleh Karena itu, PT. Pertamina DPPU Syamsudin Noor dapat membimbing dalam mengelola kemampuan yang diperlukan sehingga KWT Rezeki Tani dapat meneruskan program budidaya jahe merah dan meningkatkan taraf ekonomi masyarakat yang terlibat secara langsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. A. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Penghindaran Pajak: Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi & Ekonomi FE UN PGRI Kediri*, 4(2), 14–23.
- Badan Penelitian Tanaman Obat dan Aromatik. (2011). *Bunga rampai JAHE (Zingiber officinale Rosc.)*.
- Dachi, C. S., & Djakman, C. D. (2020). Penerapan Stakeholder Engagement dalam Corporate Social Responsibility: Studi Kasus Pada Rumah Sakit Mata X. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 291–306.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks – Triple bottom line of 21st century business*. New Society Publisher.
- Emmanuel, B., & Priscilla, O. (2022). A Review of Corporate Social Responsibility and Its Relationship with Customer Satisfaction and Corporate Image. *Open Journal of Business*

- and Management*, 10, 715–728.  
<https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.102040>
- Herman. (2018). Manfaat Corporate Social Responsibility oleh Stakeholder Primer dan Sekunder (Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau) Herman Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijaksanaan Sosial*, 2(2), 264–277.
- Hidayat, D. W., Siasahaan, E. manaor, Puspitasari, A., & Susiana. (2020). Penerapan CSR “ The Green Care School Program ” di Pertamina Integrated Terminal Balikpapan. *Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 12(2), 100–119.
- Hildawati. (2020). Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Kelompok Nelayan Tuna Terhadap Program CSR PT Pertamina RU II Dumai. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(2), 151–165.  
[https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6\(2\).5964](https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6(2).5964)
- Humaedi, S., Santoso, M. B., & Ismail, L. H. (2021). Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Pada Kualitas Pelayanan Program Sentra Industri Bukit Asam (SIBA) Rosella PT. Bukit Asam, TBK. (PTBA). *Share: Social Work Jurnal*, 11(1), 62–73.  
<https://doi.org/10.24198/share.v11i1.34207>
- Iskandar. (2016). *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility*. 18(1), 76–84.
- Kim, M., Kim, B., & Oh, S. (2018). Relational Benefit on Satisfaction and Durability in Strategic Corporate Social Responsibility. *Sustainability*, 10(4), 1–18.  
<https://doi.org/10.3390/su10041104>
- Maryani, D., & Nainggolan, R. R. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat*. Deepublish.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61–66.  
<https://kkp.go.id/bdasukamandi/artikel/4239-mangrove-dan-manfaatnya>
- Nugroho, A., Lukmana, A. H., & Nugroho, W. (2022). PPM Pengusaha Kecil minuman Jahe olahan “D’ Sruput Jahe MR” di Desa Ngasinan Kecamatan Menganti Kota Gresik. *Prosiding PKM-CSR*, 5, 3–5.
- Nuraini, S. D., & Mulawarman, A. D. (2022). Kritik Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Indeks Kepuasan Masyarakat. *Reviu Akuntansi, Keuangan Dan Sistem Informasi*, 1(1), 154–166.
- Puspitaningrum, H. Y., & Indriani, A. (2021). GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PROFITABILITAS. *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1–15.
- Sari, Y. D. (2010). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Sikap Komunitas Pada Program Perusahaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(2), 1–25.
- Setiono, W. (2020). Berbagi Kebahagiaan Dengan Masyarakat Sekitar Tambang. *Prosiding TPT XXIX Perhapi 2020*, 13–20.
- Siahaan, I. S., & Masdupi, E. (2019). Analysis of the Effect of Corporate Social Responsibility (CSR), Quality of Service and Customer Satisfaction toward the Brand Image of PT . Angkasa Pura II ( Persero ) Minangkabau International Airport. *2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting*, 64(2012), 772–776.
- Sigit, I. (2022). Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Program Corporate Social Responsibility Kampung Bioflok Laju. *Jurnal Sosial Dan Teknologi*, 2(10), 826–833.
- Wahidahwati, & Fauzi, A. nanda C. (2020). The Influence of Social Responsibility in Employee Satisfaction Mediated by Corporate Image and Organizational Commitment. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 15(2), 235–251.  
<https://doi.org/10.24843/JIAB.2020.v15.i02.p07>
- Zubaedi. (2013). *Pengembangan Masyarakat Wacana & Praktik*. Kencana.
- Zulfan, I., Mulyani, H. S., & Yudhapramesti, P. (2018). Pelatihan Kewirausahaan Melalui Budidaya Jahe Merah bagi Warga di Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 1–5.