

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
PT. AMMAN MINERAL NUSA TENGGARA (AMNT) TERHADAP  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LINGKAR TAMBANG  
KECAMATAN SEKONGKANG.**

(Studi Kasus Desa Tongo Kec. Sekongkang – Kabupaten Sumbawa Barat)



**OLEH :**

**AMFIACURNIAWAN**  
**218110192**

**KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMBANGUNAN  
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
MATARAM  
2021/2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
PT. AMMAN MINERAL NUSA TENGGARA (AMNT) TERHADAP  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LINGKAR TAMBANG  
KECAMATAN SEKONGKANG.**

(Studi Kasus di Desa Tongo Kecamatan Sekongkang-NTB)

Oleh:

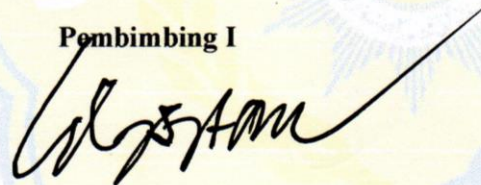
**AMFIACURNIAWAN**  
**NIM: 218110119**

Untuk memenuhi ujian Seminar Skripsi

Menyetujui

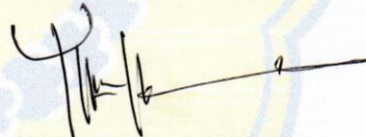
**Pembimbing**

**Pembimbing I**



Drs. Mustamin H. Idris, M.S.  
NIDN. 0031126484

**Pembimbing II**



Yudhi Lestanata, S.IP.,M.IP.  
NIDN. 0827118801

**Mengetahui**

**Ketua Program Ilmu Administrasi Publik**



Rahmad Hidayat, S.AP, M.AP  
NIDN. 0822048901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

PT. AMMAN MINERAL NUSA TENGGARA (AMNT)

TERHADAP PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

LINGKAR TAMBANG.

Disusun dan diajukan oleh :

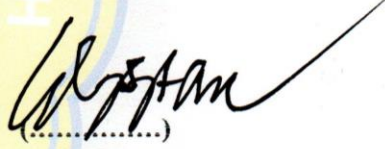
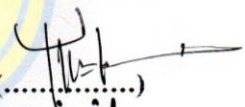

Amfiacurniawan

NIM: 218110192

PROGRAM STUDI  
ADMINISTRASI PUBLIK

Telah dipertahankan dalam ujian skripsi pada tanggal 10 Februari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Tim penguji,

- |  |            |  |
|--|------------|--|
| 1. <u>Drs. H. Mustamin H. Idris, M.Si</u><br>NIDN. 0031126484    | Ketua      | <br>(.....)   |
| 2. <u>Yudhi Lestananta, S.IP., M.IP</u><br>NIDN. 0827118801      | Anggota I  | <br>(.....) |
| 3. <u>Dr. Siti Atika Rahmi, S.Sos., M.Si</u><br>NIDN. 0815118302 | Anggota II | <br>(.....) |

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Mataram

  
Dr. H. Muhammad Aji, M.Si

NIDN. 0806066801

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doctor), baik di Universitas Muhammadiyah Mataram maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Mataram,

Yang membuat pernyataan,



**AMFIACURNIAWAN**

**NIM : 218110192**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amfira Curniawan  
NIM : 218110192  
Tempat/Tgl Lahir : Sejorong, 27 - 10 - 1995  
Program Studi : Adm. Publik  
Fakultas : Fisipol  
No. Hp/Email : 085 238 995 068  
Jenis Penelitian :  Skripsi  KTI  Tesis  .....

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Amman Mineral Husa Tenggara (AMNT) terhadap pemberdayaan masyarakat Lingkar Tambang.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 16 Maret .....2022  
Penulis



Amfira Curniawan  
NIM. 218110192

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.  
NIDN. 0802048904



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Amfiaturriawan*  
NIM : *218110192*  
Tempat/Tgl Lahir : *Sejorong, 27-10-1995*  
Program Studi : *Adm Publik*  
Fakultas : *Fisipol*  
No. Hp : *085 238 995 068*  
Email : *Amfiaturriawan@gmail.com*

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis\* saya yang berjudul :

*"Implementasi corporate social Responsibility (CSR) PT. Amman Mineral Husa Tenggara (AMNT) Terhadap pemberdayaan masyarakat lingkaran Tambang."*

*Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 50%*

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis\* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, *16 Maret*.....2022  
Penulis



*Amfiaturriawan*  
NIM. *218110192*

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



*Iskandar, S.Sos., M.A.*  
NIDN. 0802048904

\*pilih salah satu yang sesuai

## MOTTO

“Berakit-rakit Kehulu, Berenang-renang Ketepian.  
**Bersakit-sakit Dahulu, Bersenang-senang Kemudian”.**

**“JANGAN PERNAH MEMBOHONGI DIRI SENDIRI”.**



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan tanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini. Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua Role Model saya Bapak Aminollah dan Ibu Siti Aisyah.
2. Keluarga saya desa Tongo.
3. Adik-adik saya saya Radisa Dwi Fahmi, Aditya Tri Fahmi, Tedi Ariska, Hari Novriyansyah.
4. Kepada Saudara seperjuangan Jumadi Lawotan, M. Heru, Adi Hidayat, Arif Hidayat, Tomi Zakaria Widodo, Muhibin, Hazizaturrohmi, Astri Pramasari, Ima Febriyanti, Sri Wahyunanik, Orce Kabunggul, Aprilia Ningsih, Rizka Febriyanti dan semua teman-teman kelas D terlebih Husus.
5. Teman-teman angkatan 2018 Program Studi Administrasi Publik.

Demikian persembahan yang dapat disajikan, Semoga Allah senantiasa selalu memberikan kebahagiaan.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberi Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Amman Mineral Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Pemberdayaan Sosial Ekonomi Masyarakat Lingkar Tambang Kecamatan Sekongkang”.

Proposal skripsi ini dapat diselesaikan karena ada kerjasama, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya proposal skripsi ini. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada yang terhormat:

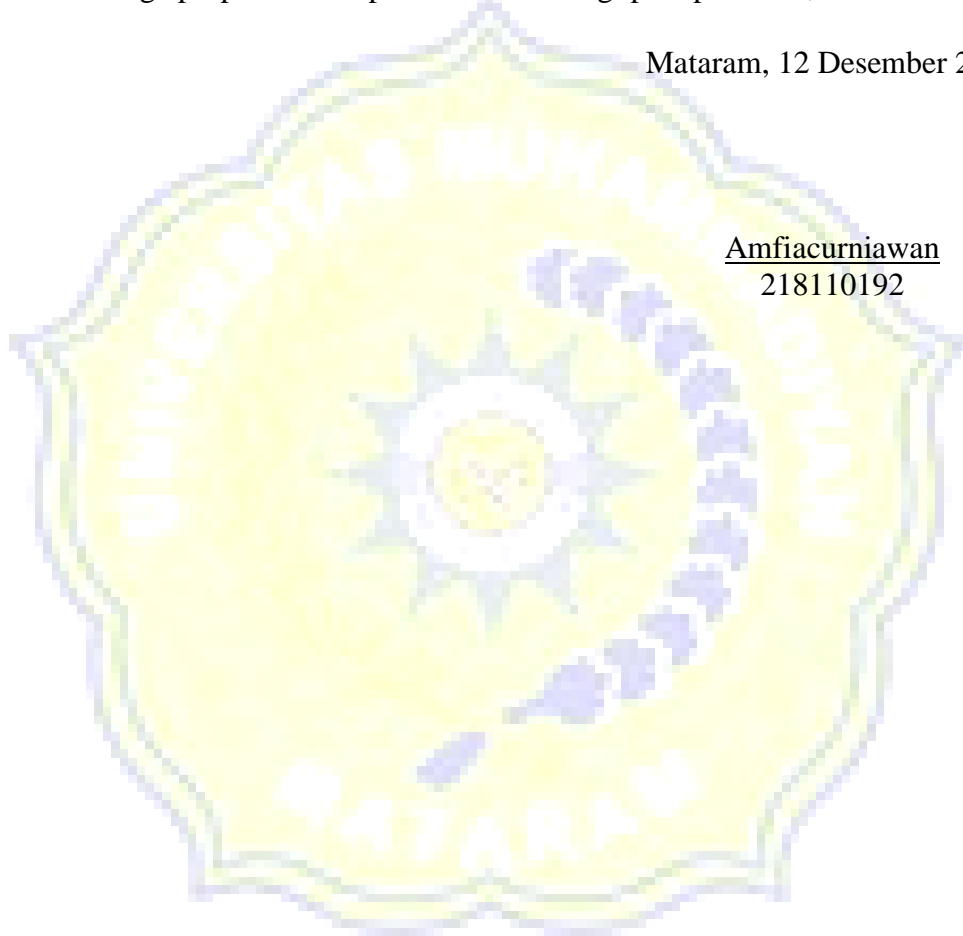
1. Bapak Dr. H. Arsyad Abdul Gani, M.Pd Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Rahmad Hidayat, S.AP., M.AP Selaku Ketua Prodi Administrasi Publik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Drs. Mustamin H. Idris., M.Si Selaku Dosen Pembimbing 1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Bapak Yudhi Lestanata, S.IP., M.IP Selaku Dosen Pembimbing 2 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Orang Tua Tercinta, yang selalu memberikan doa, semangat, serta kasih sayang yang tiada hentinya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Para Dosen yang tentunya tidak dapat saya sebutkan satu persatu, teman-teman seperjuangan dan pihak luar yang tidak tangguh-tangguhnya membagi pengalaman serta ilmu pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan proposal ini, dan tentunya kritikan dan saran yang bersifat membangun itu yang selalu penulis harapkan. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, Amiin.

Mataram, 12 Desember 2021

Amfiacurniawan  
218110192



**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
PT. AMMAN MINERAL NUSA TENGGARA (AMNT) TERHADAP  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LINGKAR TAMBANG KECAMATAN  
SEKONGKANG.**

Mustamin H. Idris<sup>1</sup>, Yudhi Lestananta<sup>2</sup>, Amfiacurniawan<sup>3</sup>  
Pembimbing Utama<sup>1</sup>, Pembimbing<sup>2</sup>, Mahasiswa<sup>3</sup>  
Program Studi Administrasi Publik Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram

**ABSTRAK**

Penelitian ini telah dilaksanakan di *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT), dengan tujuan untuk mengetahui implementasi dan bentuk penerapan pemberdayaan bagi masyarakat lingkaran tambang. Metode penelitian yang digunakan antara lain dengan menentukan sampel responden sebanyak 50 orang masyarakat Lingkaran tambang, Desa Tongo PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT). Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisioner, angket, dan wawancara untuk melengkapi data, serta menggunakan analisis kualitatif untuk data dari wawancara dan kuantitatif presentase baris dari data hasil kuisioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT), terhadap pemberdayaan masyarakat lingkaran tambang mencapai 38,00% masyarakat berpendapat sudah menerima dampak dan manfaat dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT) (Ya). Selanjutnya untuk variabel akuntabilitas mencapai 64,00% masyarakat berpendapat belum menerima dampak dan manfaat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT) (Ya). Dengan demikian dari variabel kontribusi tentang implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT) masih belum sesuai dengan Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT). Sementara itu yang menjadi permasalahan meliputi keterbukaan informasi, dan kurang sosialisasi terkait program yang akan dilakukan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT) serta kurangnya partisipasi masyarakat dalam perencanaan program kerja membuat program tersebut menjadi kurang terealisasi dengan baik.

**Kata Kunci: Implementasi, *Corporate Social Responsibility*, Pemberdayaan.**

**IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
(CSR)  
BY PT. AMMAN MINERAL NUSA TENGGARA (AMNT) ON THE  
EMPOWERMENT OF THE MINING CIRCLE COMMUNITY AT THE  
SEKONGKANG DISTRICT**

Mustamin H. Idris<sup>1</sup>, Yudhi Lestananta<sup>2</sup>, Amfiacurniawan<sup>3</sup>  
Main Advisor<sup>1</sup>, Supervisor<sup>2</sup>, Student<sup>3</sup>

Public Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences  
Muhammadiyah University of Mataram

**ABSTRACT**

This study was conducted at PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara's Corporate Social Responsibility (CSR) department, with the goal of learning about the mine's implementation and forms of community empowerment. A sample of 50 respondents from the Mining Circle community; Tongo Village PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara was selected as one of the methods of the study. The data was collected through questionnaires, questionnaires, and interviews, with qualitative analysis for data from interviews and quantitative percentages of rows for data from questionnaire data.

According to the findings of this study, the variable Contribution of Corporate Social Responsibility (CSR) PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara, for the empowerment of communities around the mine, 38.00% of people believe they have received the impacts and benefits of PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara's Corporate Social Responsibility (CSR) program. Furthermore, based on the accountability variable, as much as 64.00% of consumers believe they have not experienced the impact and advantages of PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara's Corporate Social Responsibility (CSR) program. Thus, the contribution variable of PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara is still not in compliance with Law No. 25 of 2007 respecting Limited Liability Companies (PT). Meanwhile, issues such as information disclosure and lack of socialization regarding the program that will be carried out by PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara's Corporate Social Responsibility (CSR) and the lack of community participation in the planning of work programs have made the program less successful.

**Keywords:** *Implementation, Corporate Social Responsibility, Empowerment*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
SURAT PERNYATAAN PLAGIARISME .....	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Landasan Teori.....	9
1. <i>Public Relation</i> .....	11
2. Tujuan <i>Public Relation</i> .....	14
3. Fungsi <i>Public Relation</i> .....	16
4. Ruang Lingkup <i>Public Relation</i> .....	16
5. Definisi Implementasi .....	19

6. Indikator Implementasi.....	22
7. Faktor Implementasi .....	25
C. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	25
1. Prinsip <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	28
2. Jenis-jenis Program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> ....	31
D. Definisi Pemberdayaan .....	32
1. Pemberdayaan.....	32
2. Konsep Pemberdayaan.....	35
3. Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi .....	35
4. Praktik Pemberdayaan Masyarakat Oleh Perusahaan.....	39
E. Kerangka Berfikir.....	41
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
C. Teknik Penentuan Responden dan Informan .....	44
D. Jenis data dan Sumber Data .....	45
E. Teknik Dan Pengumpulan Data .....	46
F. Variabel Penelitian .....	47
G. Teknik Analisis Data.....	48
H. Keabsahan Data.....	49
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum PT. Amman Mineral Nusa Tenggara (AMNT) ....	53
1. Logo PT. AMNT .....	53
2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	55
3. Lokasi .....	56
4. Struktur PT.AMNT.....	57
B. Implementasi CSR PT. AMNT di Desa Tongo.....	60
1. Komunikasi.....	60
2. Struktur Birokrasi .....	63
3. Sumber Daya .....	65
4. Disposisi .....	68

C. Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. AMNT .....	70
1. Sustainability .....	71
2. Accountability .....	73
3. Transparency .....	75
D. Kontribusi CSR PT. AMNT di Desa Tongo .....	77
1. Bantuan Pendidikan.....	80
2. Bantuan Lingkungan .....	82
3. Bantuan Kesehatan .....	84
4. Bantuan Ekonomi UMKM .....	85
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	92

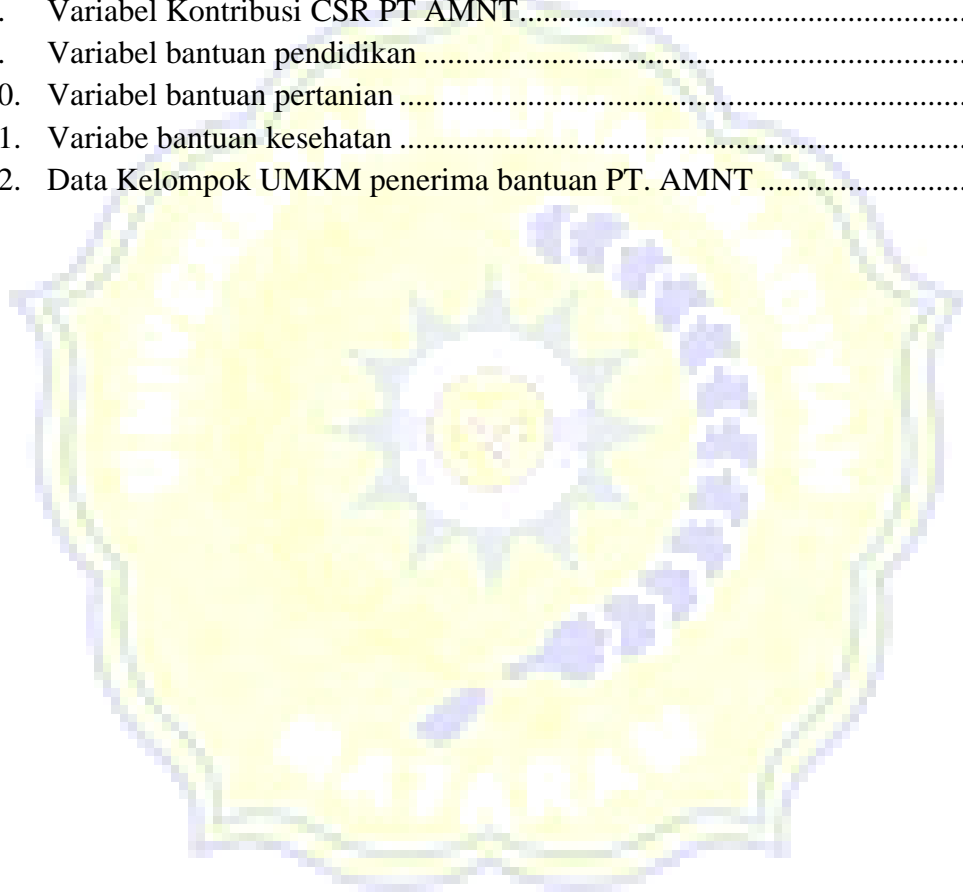
**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

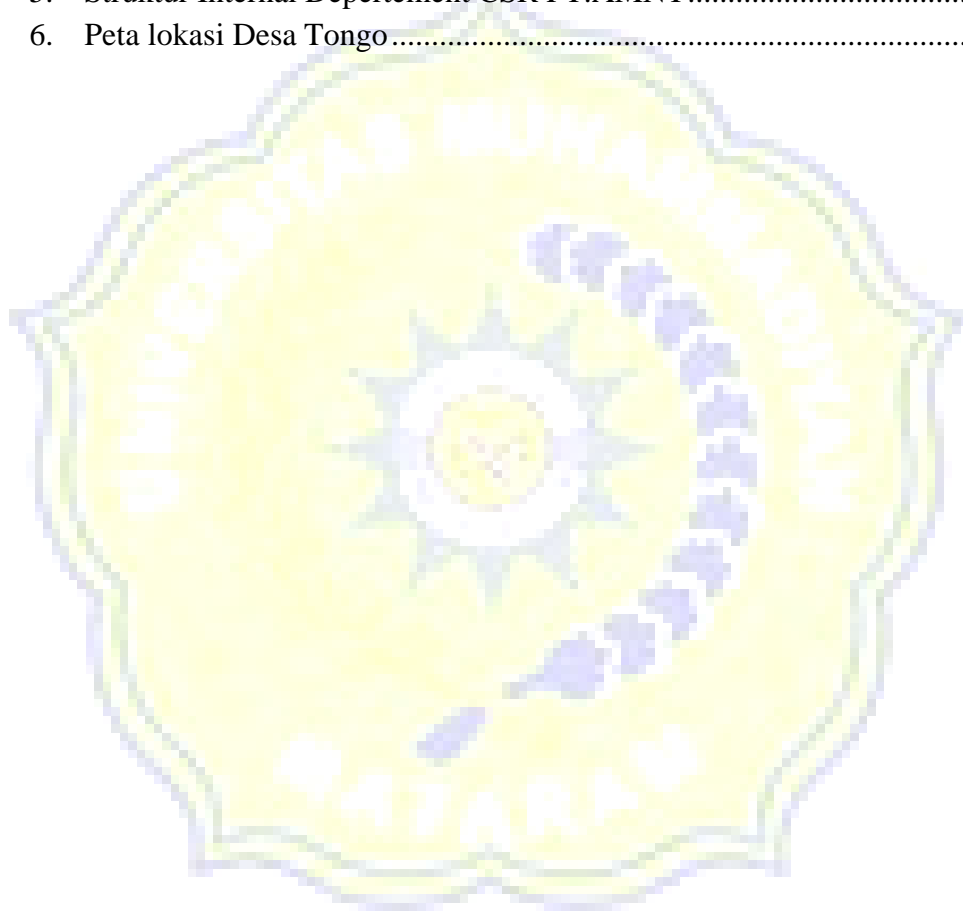
1.	Jumlah Penduduk.....	58
2.	Jumlah penduduk berdasarkan jenis pekerjaan.....	58
3.	Variabel Kegiatan Komunikasi CSR PT AMNT .....	61
4.	Jumlah Pekerja CSR PT. AMNT .....	66
5.	Variabel <i>Sustainability</i> dalam Implementasi CSR PT AMNT .....	70
6.	Variabel <i>Accountabilty</i> dalam Implementasi CSR PT AMNT .....	72
7.	Variabel <i>Accountabilty</i> dalam Implementasi CSR PT AMNT .....	74
8.	Variabel Kontribusi CSR PT AMNT.....	75
9.	Variabel bantuan pendidikan .....	77
10.	Variabel bantuan pertanian .....	79
11.	Variabel bantuan kesehatan .....	81
12.	Data Kelompok UMKM penerima bantuan PT. AMNT .....	84





## DAFTAR GAMBAR

1. Logo PT. NNT sebelum berganti menjadi PT.AMNT.....	53
2. Logo PT. AMNT .....	54
3. Peta Lokasi PT. AMNT.....	56
4. Struktur Organisasi CSR PT.AMNT.....	56
5. Struktur Internal Departement CSR PT.AMNT.....	57
6. Peta lokasi Desa Tongo.....	57



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di Indonesia, program Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi kewajiban semua perusahaan, baik secara pribadi maupun megah dengan diundangkannya Pasal 74 Undang-Undang 2007 2007 sehubungan dengan perusahaan dari tanggung jawab terbatas (PT) yang mengatur hubungan sosial dan Tanggung jawab lingkungan yang berlaku untuk perusahaan yang memiliki kegiatan operasional yang berdampak pada dan / atau penggunaan sumber daya alam dan kontribusinya tidak terbatas. Dengan berlakunya undang-undang, konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bukan hanya tanggung jawab moral, tetapi telah menjadi tanggung jawab hukum.

Melalui program tanggung jawab sosial perusahaan, Perusahaan harus memiliki tanggung jawab atas masalah sosial. Masalah sosial yang paling rumit dan implementasi desentralisasi telah membuat tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai konsep yang diharapkan menjadi alternatif baru kemajuan dalam masalah masyarakat sekitar. Pada saat ini, sudah mulai diterapkan dalam beberapa peraturan yang berlaku di Indonesia, termasuk UU No. 25 tahun 2007 sehubungan dengan perusahaan perseroan terbatas (PT). Kedua undang-undang secara eksplisit menuntut agar mereka melaksanakan perusahaan yang membuat prinsip-prinsip baik tata kelola perusahaan atau tata kelola perusahaan yang baik (GCG), harus khawatir tentang kepentingan sosial

dan lingkungan pada perusahaan yang memenuhi tugas dan implementasi perusahaan di bidang naturales. Sumber daya. (Untung, 2014: 1).

Konsepsi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) diperkenalkan oleh Bowen pada tahun 1953 dalam sebuah seminar. Saya mengerjakan tanggung jawab sosial majikan. Menurut Bowen, tanggung jawab sosial ditafsirkan sebagai "mengacu pada kewajiban pengusaha untuk mengejar kebijakan ini, atau untuk mengikuti garis-garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat kita".

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen berkelanjutan terhadap dunia bisnis untuk bertindak secara etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan masyarakat setempat atau komunitas yang lebih luas, jika kita melihat dan mendengarkan definisi tanggung jawab sosial perusahaan berarti salah satu elemen pemberdayaan Komunitas dan kemiskinan dan komunitas keliling tambang sosial ekonomi yang paling spesifik. (Untung, 2014: 02).

Ada beberapa masalah yang harus dipertimbangkan dalam implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Masalahnya terkait dengan efektivitas kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), misalnya, ada perusahaan yang menyediakan program pendidikan, tetapi bentuk kegiatannya adalah untuk memberikan bantuan kepada tim sekolah. Ini adalah kegiatan ekstomeksik, karena konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebenarnya merupakan pemberdayaan masyarakat (pemberdayaan masyarakat), yang merupakan tujuan

jangka panjang dan membuat orang mandiri, sementara contoh lebih ke arah amal atau amal, karena Kelebihannya tidak jangka panjang dan bukan bagian dari pemberdayaan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan harus dipertimbangkan karena kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak diabaikan, karena dampak atau efeknya diklasifikasikan sebagai kuat dalam keberadaan Perusahaan. Contoh dalam hal bisnis, setiap pasangan atau investor tentu melihat kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), seperti apa yang telah dilaksanakan karena dengan indikator ini, investor atau pemangku kepentingan dapat mempertimbangkan untuk bekerja dengan Perusahaan. Masalah berikut masih memiliki perusahaan atau beberapa perusahaan belum membentuk divisi terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dengan fenomena ini Anda dapat melihat bahwa korporasi masih tidak serius untuk melakukan kegiatan atau program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Karena tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak dibentuk secara otomatis dalam implementasi, itu tidak terorganisir dan cenderung berasal atau hanya jatuh dari tanggung jawab. Perusahaan tidak hanya dapat memberikan kepentingan besar bagi keuntungan, tetapi harus memperhatikan lingkungan di sekitar perusahaan. (Macapis, (2011: 39).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT. Nusa Mineral Nusa Tenggara (PT. AMTT) adalah bentuk tanggung jawab sosial untuk pemegang energi suatu perusahaan, yang dilakukan ketika berkontribusi pada masyarakat atau lingkungan sekitarnya. Menunggu realisasi program tanggung jawab sosial

perusahaan (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab moral perusahaan terus menerus berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan sambil terus menyeimbangkan berbagai kepentingan pihak terkait, itu adalah sesuatu yang menarik untuk diantisipasi. dan dampaknya pada masyarakat. (ARKIFM.com Diakase pada 6 Desember 2021: 09.35)

Dari permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian skripsi dengan judul **Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Amman Mineral Nusa Tenggara (AMNT) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Lingkar Tambang Kecamatan Sekongkang.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengajukan pertanyaan penelitian yaitu :

1. Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR ) di PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara (AMNT)?
2. Bagaimanakah Prinsip Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara (AMNT)?
3. Sejauh mana Kontribusi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap peningkatan pendapatan dan pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat lingkar tambang kecamatan sekongkang, selama tiga tahun terakhir (2019-2021)?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penulis dalam mengadakan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara (AMNT).
2. Untuk mengetahui prinsip Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. AMNT Mineral Nusa Tenggara.
3. Untuk mengetahui kontribusi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap peningkatan pendapatan dan pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat lingkaran tambang kecamatan sekongkang, selama tiga tahun terakhir (2019-2021).

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang di dapatkan dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan kajian ilmu mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b. Hasil Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan ajaran dan kajian untuk mahasiswa yang ingin mengetahui lebih jauh tentang implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- c. Hasil Penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi mahasiswa muhammadiyah mataram dalam menyusun karya ilmiah tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR).

##### **2. Manfaat Praktis**

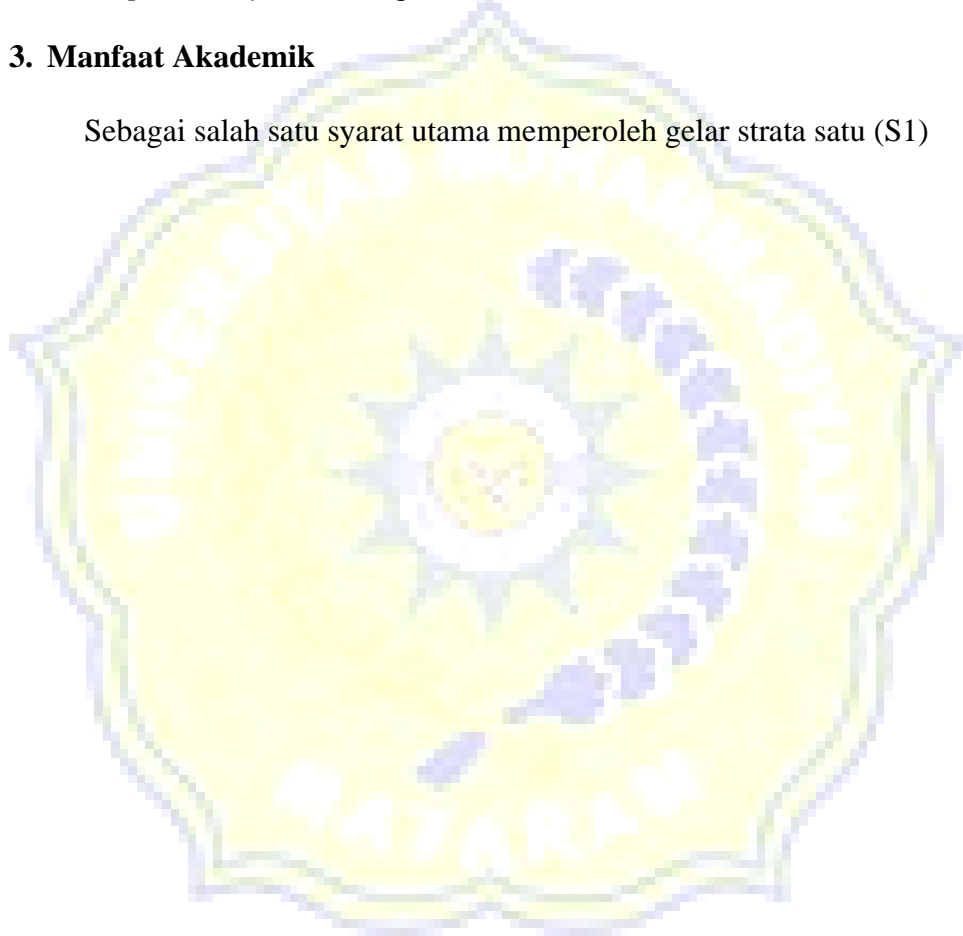
- a. Memberikan gambaran serta masukan guna evaluasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. AmmanT Mineral Nusa Tenggara

(AMNT) Kecamatan Sekongkang, Kabupaten Sumbawa Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

- b. Sebagai bahan masukan bagi Pemerintah dalam menyusun peraturan pelaksana lebih lanjut terkait pelaksanaan kewajiban *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi Perseroan Terbatas.

### **3. Manfaat Akademik**

Sebagai salah satu syarat utama memperoleh gelar strata satu (S1)



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu

1. Kamidin, (2019) dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar”. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa (1) PDAM Kota Makassar mencanangkan program TJSL yang menerapkan triple bottom lines yaitu menelaraskan ekonomi, sosial, dan lingkungan namun dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum memberikan perhatian yang maksimal terhadap aspek sosial dan ekonomi. (2) Secara garis besar CSR PDAM Kota Makassar ada dua, pertama *Corporate Social Responsibility* (CSR) eksternal perusahaan yang meliputi aspek sosial, lingkungan, dan kesehatan. Yang kedua CSR internal perusahaan yang meliputi pelatihan-pelatihan ketenagakerjaan dan K3 (kesehatan dan keselamatan kerja). (3) Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PDAM Kota Makassar menuai banyak kendala. Adapun relevansi peneliti dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan adapun perbedaan terletak pada tempat perusahaan yang akan diteliti.



2. Kurniawansyah, (2021) dengan judul “Dampak penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT. AMNT mineral nusa tenggara (PT. AMNT) di kabupaten sumbawa barat”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan tentang dampak penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Amnan Mineral Nusa Tenggara di Kabupaten Sumbawa Barat studi kasus pengembangan usaha ayam petelur di Desa Benete dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Adapun relevansi peneliti dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan adapun perbedaan terletak pada tempat perusahaan yang akan di teliti.
3. Mulyadin (2019) dengan judul “Analisis implementasi dana csr terhadap kesejahteraan masyarakat desa marada, kecamatan hu’u, kabupaten dompu, provinsi nusa tenggara barat” (Studi Kasus PT. Sumbawa Timur Mining)”, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dari Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Implementasi *Corporate Social Responsibility*/CSR terhadap variabel Citra Perusahaan (Y) dengan signifikan p-value sebesar 0,000 (<0,05). Hasil analisis juga menunjukkan bahwa Persepsi Masyarakat yang terdiri dari variabel Perhatian, Pemahaman dan Ingatan (X) secara tidak langsung berpengaruh terhadap variabel Citra Perusahaan. Adapun relevansi peneliti

dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti terkait CSR dan adapun perbedaan terletak pada metode penelitian yang digunakan.

## **B. Landasan Teori**

### **1. *Public Relation***

Untuk meninjau definisi hubungan masyarakat, dalam hal ini, hanya ada beberapa definisi yang sering dikutip oleh para ahli komunikasi, dan pada prinsipnya sering digunakan untuk permintaan hubungan masyarakat dalam kehidupan organisasi sehari-hari. Mereka adalah sebagai berikut:

Menurut definisi hubungan masyarakat sesuai dengan Cutlip, et all, (2012: 4) dikutip oleh Soleh Soemirat, Elvinaro, dalam bukunya Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat, yaitu:

Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen khusus yang mendukung pelatihan saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, reseptor dan kerja sama antara organisasi dan publiknya.

Selain itu, JEFKINS (2017: 33) seperti yang dikutip oleh Yulianita dalam bukunya, dasar-dasar hubungan masyarakat, memberikan definisi berikut tentang Hubungan Masyarakat:

Hubungan masyarakat adalah bentuk lengkap komunikasi yang direncanakan, apakah itu keluar, yaitu antara organisasi dan audiensnya untuk mencapai tujuan spesifik berdasarkan saling pengertian.

Dari dua definisi sebelumnya Anda dapat melihat bahwa hubungan masyarakat adalah bentuk komunikasi dua arah, di mana pesan yang disampaikan direncanakan dengan baik dan disesuaikan dengan komunikasi yang menerimanya, sehingga hasil yang diperoleh memuaskan dengan komunikasi yang menerimanya. , sehingga hasil yang diperoleh memuaskan.

Berdasarkan paparan beberapa definisi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat memiliki karakteristik berikut:

1. Komunikasi diluncurkan dalam dua arah dalam timbal balik.
2. Kegiatan yang dilakukan terdiri dari penyebaran informasi, aktivis persuasi dan evaluasi pendapat umum.
3. Tujuan yang akan dicapai adalah tujuan organisasi di mana hubungan masyarakat hubungan masyarakat.
4. Tujuan yang dimaksud adalah audiens di dalam dan di luar organisasi.
5. Efek yang diinginkan untuk hubungan harmonis organisasi Anantara diharapkan dengan audiensi.

## 2. Tujuan *Public Relations*

Tujuan dari hubungan masyarakat secara umum adalah untuk mendapatkan kehendak yang baik, menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra organisasi di depan umum. Kegiatan hubungan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi dalam mencapai tujuan mereka pada dasarnya adalah implementasi fungsi hubungan masyarakat itu sendiri.

Tujuan yang benar tidak hanya muncul. Ada dua cara untuk menetapkan tujuan. Pertama, untuk menuangkan penelitian khusus untuk mengidentifikasi masalah bahwa jika mereka membutuhkan solusi. Kedua, dengan melakukan serangkaian diskusi atau konsultan secara mendalam dengan pemimpin departemen atau staf primer untuk mengungkapkan kebutuhan komunikasi paling dasar yang mereka rasakan.

Secara umum ada sekitar 14 gol hubungan masyarakat. Anggoro (2000: 72) Dalam teorinya tentang buku dan profesi hubungan masyarakat, ia

1. Untuk mengubah gambar umum di mata audiens, seperti di hadapan kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk meningkatkan berat / kualitas karyawan potensial (perusahaan) atau anggota (organisasi) yang ingin direkrut.
3. Untuk menyebarluaskan kisah sukses yang telah dicapai oleh perusahaan

kepada publik untuk mendapatkan pengakuan.

4. Untuk menyajikan komunitas yang lebih luas ke perusahaan dan membuka pasar baru.
5. Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan pasar saham untuk rencana perusahaan untuk mengeluarkan tindakan baru atau tindakan tambahan.
6. Meningkatkan hubungan antara perusahaan dan persidangan, sehubungan dengan munculnya peristiwa yang mengakibatkan kritik, konservasi atau kesalahpahaman antara audiensi niat baik perusahaan.
7. Untuk mendidik pengguna atau konsumen sehingga mereka lebih efektif dan memahami dalam penggunaan produk perusahaan.
8. Menyelenggarakan masyarakat bahwa perusahaan dapat bertahan hidup atau bangun lagi setelah krisis terjadi.
9. Untuk meningkatkan kemampuan dan perlawanan perusahaan untuk menghadapi risiko Aving (mengambil alih) oleh bagian lain di Bursa Efek.
10. Untuk menciptakan identitas atau gambar perusahaan lembaga baru, yang tentu lebih baik dari sebelumnya, atau lebih sejalan dengan kenyataan yang ada.
11. Untuk menyebarluaskan berbagai informasi tentang kegiatan dan partisipasi para pemimpin / organisasi Perusahaan dalam kehidupan sosial sehari-hari.
12. Untuk mendukung partisipasi perusahaan sebagai sponsor suatu

peristiwa.

13. Untuk memastikan bahwa politisi atau pemerintah benar-benar memahami kegiatan atau produk-produk perusahaan yang positif, sehingga perusahaan yang dimaksud dapat menghindari berbagai peraturan, undang-undang dan kebijakan yang dapat merusak.
14. Untuk menyebarkan kegiatan penelitian yang telah dilakukan oleh Perusahaan, sehingga masyarakat tahu seberapa besar perusahaan yang memprioritaskan kualitas dalam beberapa cara.

Berikut ini adalah tujuan dari hubungan masyarakat yang disajikan oleh Marshal yang dikutip oleh Yulianita (2011: 42) dalam bukunya Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat:

1. Positif

Mencoba mendapatkan dan menambahkan evaluasi dengan niat baik organisasi atau organisme.

2. Pasti.

Mencoba bertahan melawan pendapat negatif tentang orang-orang negatif, ketika diserang tidak masuk akal, meskipun organisasi tidak salah (ini mungkin terjadi kesalahpahaman), sehingga tindakan ini merupakan aspek perlindungan atau pertahanan.

Pada dasarnya, tujuan hubungan masyarakat adalah menciptakan dan memelihara, serta saling pengertian, intinya adalah memastikan bahwa organisasi selalu dipahami oleh bagian lain yang telah tertarik. Dengan adanya kata-kata "timbang balik", organisasi juga harus memahami setiap kelompok individu.

Melalui pendapat sebelumnya tentang tujuan hubungan masyarakat, dapat disimpulkan, yang secara luas merupakan tanda hubungan masyarakat meliputi:

- a) Buat gambar yang bagus
- b) memelihara dan mengembangkan citra yang baik.
- c) mempertahankan citra positif
- d) Meningkatkan gambar, jika gambar organisasi yang dimaksud menurun atau rusak.

### 3. Fungsi *Public Relations*

Hubungan masyarakat adalah kegiatan nyata dan non-abstrak. Fakta ini menyebabkan hubungan masyarakat atau hubungan masyarakat untuk memiliki peran, tugas dan tujuan yang harus dicapai untuk kepentingan bersama yang disepakati.

Hubungan Masyarakat adalah bagian dari organisasi yang menyelenggarakan serangkaian metode komunikasi, untuk membantu mengoptimalkan dan mendefinisikan upaya nyata untuk memfasilitasi pencapaian tujuan organisasi, sehingga hubungan masyarakat adalah alat untuk kesinambungan manajemen dalam realisasi manajemen fungsi. Terkait dengan masyarakat.

Fungsi utama kegiatan hubungan masyarakat adalah untuk tumbuh dan mengembangkan hubungan baik antara organisasi dan, eksternal atau eksternal, untuk menanamkan pemahaman, mempromosikan motivasi, partisipasi publik ketika menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga atau perusahaan.

Peran Hubungan Masyarakat sesuai dengan efektivitas yang dikutip oleh Yulianita dalam bukunya Konsep Dasar Hubungan Masyarakat (2018: 23) Hadir empat fungsi, yaitu, yaitu,

1. Mendukung kegiatan manajemen dalam pencapaian tujuan organisasi.
2. Promosi hubungan yang harmonis antara organisasi dan publik, baik publik internal maupun eksternal.
3. Penciptaan komunikasi timbal balik dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi ke publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.



. Melayani publik dan menyarankan para pemimpin organisasi dalam kepentingan umum.

Dilihat oleh perannya, tidak dapat ditolak jika hubungan masyarakat merupakan bagian penting dari perusahaan atau organisasi, karena selain harus memberikan informasi, hubungan masyarakat juga memiliki hubungan baik dan dekat dengan masyarakat atau masyarakat.

#### 4. Ruang Lingkup *Public Relations*

Ruang lingkup hubungan masyarakat jauh lebih luas daripada organisasi hubungan baik antara perusahaan atau organisasi dengan media. Hubungan masyarakat modern mencakup semua hal yang harus dipertimbangkan oleh semua organisasi publik atau swasta atau non-komersial.

Pada dasarnya, hubungan masyarakat berniat menanamkan dan memahami, niat baik. Hadiah dan kepercayaan dari lembaga publik disebut secara internal maupun eksternal dalam ruang lingkup masing-masing.

Menurut Yulianita (2014: 13-14) dalam bukunya Dasar-dasar Hubungan Masyarakat, menegaskan bahwa hubungan yang terbentuk di publik internal di sebuah perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Hubungan dengan karyawan adalah kegiatan hubungan masyarakat untuk menjaga hubungan antara coger dan karyawan mereka. Ini dapat

dilakukan melalui beberapa hal, seperti gaji yang cukup, perawatan yang adil, untuk memberikan asuransi kesehatan, tenang di tempat kerja, memberikan penghargaan atas pekerjaan yang dihasilkan.

2. Hubungan Manajer, adalah kegiatan hubungan masyarakat untuk mengumpulkan hubungan baik di antara para manajer di lingkungan perusahaan. Misalnya, koordinasi pekerjaan antar posisi.
3. Hubungan tenaga kerja, adalah hubungan masyarakat untuk mempertahankan penguburan antara pemimpin dan serikat pekerja di perusahaan dan juga memecahkan masalah yang muncul di antara keduanya.

. Hubungan dengan pemangku kepentingan, adalah kegiatan hubungan masyarakat untuk menjaga hubungan baik antara pemegang saham dengan tujuan membina hubungan dan mempromosikan perusahaan. Contoh kegiatan yang menyatakan ucapan selamat kepada pemegang saham baru, memberikan laporan, mengirim jurnal organisasi.

Aku. Hubungan manusia adalah kegiatan hubungan masyarakat untuk dipelihara antara perusahaan warga dengan tujuan memperkuat rasa persaudaraan dan meningkatkan kesejahteraan untuk kepuasan bersama.

#### 1. Kepuasan bersama.

Dalam satu perusahaan, hubungan masyarakat di luar perusahaan (publik dari pihak ketiga) adalah keharusan mutlak yang tetap dipupuk dan

dipelihara untuk pencapaian hubungan yang harmonis antara perusahaan dan publik di luar perusahaan. Publik eksternal adalah audiens yang berada di luar organisasi atau perusahaan yang harus menerima informasi atau informasi untuk mendorong hubungan yang harmonis.

Proses komunikasi dengan publik eksternal harus dilakukan secara informatif dan persuasif dengan mempertimbangkan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Informasi tersebut harus ditransmisikan dengan jujur, benar-benar, sempurna berdasarkan peristiwa nyata. Dalam hal ini, publik memiliki hak untuk mengetahui sesuatu yang berkaitan dengan perusahaan sesuai dengan kepentingannya. Dan persuasif, komunikasi dapat dilakukan berdasarkan menarik minat dan perhatian publik sebagai komunikasi kepada perusahaan, sehingga pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Menurut Yulianita (2014: 14-15) Dalam bukunya, Konsep Dasar Hubungan Masyarakat, Tujuan Membina Hubungan dengan Pihak Eksternal adalah proses komunikasi untuk membawa dan memelihara hubungan yang harmonis dengan organisasi lain sebagai berikut:

- 1) Hubungan dengan media, mengatur dan memelihara hubungan dengan pers dan umumnya dengan media.
- 2) Hubungan Pemerintah, Reguler dan Pertahankan Hubungan dengan Pemerintah Pusat dan Daerah atau dengan tanggapan resmi yang terkait

dengan Perusahaan.

- 3) Hubungan dengan komunitas, mengatur dan memelihara hubungan dengan masyarakat setempat, di mana perusahaan ditemukan, yang mengacu pada kegiatan perusahaan.
- 4) Hubungan dengan pemasok, mengatur, dan memelihara hubungan dengan Loveransir sehingga semua kebutuhan perusahaan dapat diterima secara teratur dan dengan harga dan kondisi yang wajar.
- 5) Hubungan dengan pelanggan, mengatur dan memelihara hubungan dengan pelanggan dan konsumen, sehingga hubungan selalu dalam situasi yang baik dan sehingga konsumen menerima produk yang dibuat oleh perusahaan.
- 6) Hubungan umum, reguler dan pertahankan hubungan dengan masyarakat umum. Hubungan dengan publik di luar perusahaan adalah kebutuhan mutlak. Karena perusahaan tidak dapat sendirian tanpa bekerja dengan perusahaan lain, oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik publik, terutama dan masyarakat secara umum untuk mencapai suatu tujuan.

##### **5. Definisi *Implementasi***

Usman dalam Kamidin, *et all* (2019:107), implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem, implementasi bukan sekedar aktivitas, tapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan. Implementasi adalah suatu tindakan

atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci. Implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap sempurna.

Implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif. (Setiawan dalam Rahmat 2017:89).

Menurut Mulyadi (2015:12), implementasi mengacu pada tindakan mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan. Tindakan ini berusaha mengubah keputusan-keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional serta berusaha mencapai perubahan-perubahan besar atau kecil sebagaimana yang telah diputuskan sebelumnya implementasi pada hakikatnya juga merupakan upaya pemahaman apa yang seharusnya terjadi setelah program dilaksanakan. Dalam tataran praktis, implementasi adalah proses pelaksanaan keputusan dasar. Proses tersebut terdiri atas beberapa tahapan yakni:

- a. Tahapan pengesahan peraturan perundangan.
- b. Pelaksanaan keputusan oleh instansi pelaksana.
- c. Kesiadaan kelompok sasaran untuk menjalankan keputusan.
- d. Dampak nyata keputusan baik yang dikehendaki maupun tidak.
- e. Dampak keputusan sebagaimana yang diharapkan instansi pelaksana.

f. Upaya perbaikan atas kebijakan atau peraturan perundangan.

Proses persiapan implementasi setidaknya menyangkut beberapa hal penting yakni:

- a. Penyiapan sumber daya, unit dan metode.
- b. Penerjemahan kebijakan menjadi rencana dan arahan yang dapat diterima dan dijalankan.
- c. Penyediaan layanan, pembayaran dan hal lain secara rutin.

Menurut Mazmanian dan Sebatier, (2017:49), menyebutkan bahwa implementasi adalah pelaksanaan keputusan kebijakan dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang, namun dapat pula berbentuk perintah- perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting atau badan peradilan lainnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tegas tujuan atau sasaran yang ingin dicapai dengan berbagai cara untuk menstruktur atau mengatur proses implementasinya.

Kemudian menurut Webster Dictionary dalam Syahida (2014:8), menyatakan bahwa: “Implementasi yang merupakan terjemahan dari kata “*implementation*”, berasal dari kata kerja “*to implement*”, kata *to implement* berasal dari bahasa latin “*implementatum*” dari asal kata “*impere*” dimaksudkan “*to fill up*”, “*to fill in*” yang artinya mengisi penuh, melengkapi, sedangkan “*plere*” maksudnya “*to fill*”, yaitu mengisi. Selanjutnya kata “*to implement*”

dimaksudkan sebagai: “(1) *to carry into effect, to fulfill, accomplish. (2) to provide with the means for carrying out into effect or fullfling, to gift practical effect to. (3) to provide or equip with implement. Pertama, to implement* dimaksudkan “membawa ke suatu hasil (akibat), melengkapi dan menyelesaikan”. Kedua, *to implement* dimaksudkan “menyediakan sarana (alat) untuk melaksanakan sesuatu, memberikan hasil yang bersifat praktis terhadap sesuatu”. Ketiga, *to implement* dimaksudkan menyediakan atau melengkapi dengan alat.

## 6. **Indikator Implementasi**

Edward III dalam Zitri *et all* (2020:176-180), mengenai teori implementasi ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengimplementasian:

### a. Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan. Sementara itu, komunikasi kebijakan berarti merupakan proses penyampaian informasi kebijakan dari pembuat kebijakan (*policy makers*) kepada pelaksana kebijakan (*policy implementors*).

Dalam komunikasi yang terpenting adalah akses informasi, dalam rangka akses informasi. Pemerintah Desa wajib menyebarluaskan rancangan atau rencana yang akan diprogramkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat desanya. Penyebarluasan dapat

dilakukan melalui media elektronik, atau media cetak yang terbit di daerah yang bersangkutan serta media komunikasi langsung. Jadi suatu program yang dilaksanakan seharusnya diketahui dan dipahami oleh seluruh komponen yang terkait didalamnya.

b. Sumber Daya

Sumber daya memiliki peranan penting dalam implementasi kebijakan, bagaimanapun jelas dan konsistensinya ketentuan-ketentuan aturan tersebut, jika para pelaksana kebijakan yang bertanggung jawab untuk melaksanakan kebijakan kurang mempunyai sumber daya untuk melaksanakan kebijakan secara efektif maka implementasi kebijakan tersebut tidak akan efektif.

c. Disposisi

Disposisi atau sikap adalah suatu perilaku yang ditunjukkan oleh elemen- elemen dari suatu kegiatan implementasi kebijakan untuk mampu menyelaraskan adanya penumbuhan perilaku dari sikap yang ditunjukkan oleh para pengembang kebijakan pemerintah pada subyek dan obyek kebijakan. Termasuk di dalamnya berbagai bentuk program kegiatan dan tindak lanjut dari suatu kegiatan pembangunan. Kecenderungan perilaku atau karakteristik dari pelaksana kebijakan berperan penting untuk mewujudkan implementasi kebijakan yang



sesuai dengan tujuan atau sasaran. Karakter penting yang harus dimiliki oleh pelaksana kebijakan misalnya kejujuran dan komitmen yang tinggi.

d. Struktur Birokrasi

Struktur Birokrasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan. Aspek struktur organisasi ini melingkupi dua hal yaitu mekanisme dan struktur birokrasi itu sendiri. Aspek pertama adalah mekanisme, dalam implementasi kebijakan biasanya sudah dibuat *Standart Operation Procedur* (SOP). *Standar Operating Procedurs* (SOP) menjadi pedoman bagi setiap implementator dalam bertindak agar dalam pelaksanaan kebijakan tidak melenceng dari tujuan dan sasaran kebijakan.

Suatu kebijakan publik tidak hanya melibatkan satu orang saja tetapi melibatkan banyak orang termasuk juga banyak pihak. Oleh sebab itu, diperlukan suatu struktur birokrasi yang kuat dan tidak lemah agar kebijakan tersebut dapat diimplementasikan dengan baik dan berhasil. Maka, untuk mengukur lemah atau tidaknya struktur birokrasi dalam implementasi kebijakan anggaran dana desa digunakan beberapa sub indikator yang dikemukakan.

## 7. Faktor Implementasi (*Corporate Social Responsibility*) CSR

Prince of Wales Foundation dalam Untung,( 2014:12) ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu :

- a. Menyangkut human kapital atau pemberdayaan manusia.
- b. *Environments* (Lingkungan Hidup) yang berbicara tentang lingkungan.
- c. *Good Corporate Governance* (Tata Kelola Perusahaan yang Baik).
- d. *Social Cohesion* (Koherensi sosial) artinya dalam melaksanakan CSR jangan menimbulkan kecemburuan sosial.
- e. *Economic Strength* (Kekuatan Ekonomi) atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

### C. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

#### a. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. (Putri, 2017:12).

Secara konseptual *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para

pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. (Edi Suharto 2019), Artinya pihak perusahaan harus melihat jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan program pemaksaan tapi bentuk rasa kesetiakawanan terhadap sesama umat manusia, yaitu membantu melepaskan pihak-pihak dari berbagai kesulitan yang mendera mereka. Dan efeknya nanti bagi perusahaan itu juga.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 sehubungan dengan Perseroan Terbatas, definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) didefinisikan sebagai, "Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup Dan lingkungan yang bermanfaat, baik untuk perusahaan, komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya. "

Konfigurasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) diatur dalam Pasal 74, Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 sehubungan dengan perusahaan perseroan terbatas yang membaca:

- 1) Perusahaan yang mengarahkan kegiatan komersialnya di lapangan dan / atau terkait dengan sumber daya alam harus melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk yang disebutkan dalam ayat (1) adalah tanggung jawab perusahaan yang dianggarkan dan dihitung sebagai biaya Perusahaan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan

properti dan ketidakberpihakan.

3) Perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan.

4) Ketentuan tambahan yang terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur oleh peraturan pemerintah.

Peraturan Pemerintah yang mengatur tanggung jawab sosial dan lingkungan atau tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) diatur dalam peraturan pemerintah Nomor 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan terbatas. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, Perusahaan Perseroan Terbatas adalah pelaksanaan ketentuan Pasal 74 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Rasa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam pendapat beberapa ahli berdasarkan beberapa penelitian tentang kegiatan Perusahaan didefinisikan sebagai berikut:

1. Menurut Davis dan Frederick.

"Davis dan Frederick (2012: 105) menegaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah kewajiban bahwa organisasi bisnis atau perusahaan yang berpartisipasi dalam kegiatan yang bertujuan melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta kegiatan yang ditujukan untuk kepentingan organisasi tentu saja, tentu saja".

## 2. Petani dan Hougue

Petani dan Hougue di Sakinah dan Ibrahim (2018; 2) "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk dapat memberikan apa yang diinginkan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya dapat menyediakan barang dan menyediakan layanan kepada produk-produk tersebut. Pembeli, tetapi juga membantu memecahkan masalah di sekitar komunitas "

## 3. Menurut Bowen.

"Bowen melihat tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai kewajiban sosial ketika kewajiban dilakukan dalam suatu tindakan, yang tindakannya harus sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai masyarakat itu sendiri. Dalam pengembangan yang lebih besar, berdasarkan pemahaman Tanggung jawab sosial perusahaan yang dirumuskan oleh Bowen, dinyatakan sebagai ayah dari tanggung jawab sosial perusahaan modern. "

## 4. Menurut Prastowo dan Huda.

"Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) adalah mekanisme alami bagi perusahaan" manfaat "manfaat besar yang diperoleh. Seperti diketahui, jalan-jalan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan terkadang merusak orang lain, baik disengaja secara khusus. Dari pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) di atas, maka terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya, yaitu:

- 1) Memperhatikan kepentingan masyarakat umum.
- 2) Menjaga kelestarian lingkungan alam di sekitar kita.
- 3) Men jaga kepentingan dan kesejahteraan pekerja.
- 4) Menjaga kepentingan konsumen.
- 5) Menjaga kepentingan pemegang saham.
- 6) Menjaga agar setiap tindakan tidak menyalahi undang-undang.

### **1. Prinsip-Prinsip CSR (*Coporate Soscial Responsibility*)**

Ruang lingkup tanggung jawab sosial atau tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berisi dimensi yang sangat luas dan kompleks. Selain itu, tanggung jawab Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama terkait dengan kepentingan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, untuk memfasilitasi pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli berusaha untuk menekankan prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). (Yogi Randa Adiatma, 2019: 120)

Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) didasarkan pada konsep pembangunan berkelanjutan dan pemerintah korporasi yang baik CSR. Prinsip-prinsip Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) meliputi: (Alwendi 2012: 12)

1. SEBUAH. Prioritas korporat, yaitu, mengenali tanggung jawab sosial sebagai prioritas utama perusahaan dan penentu utama pembangunan

berkelanjutan. Oleh karena itu, Perusahaan dapat membuat kebijakan, program, dan praktik untuk melaksanakan operasi komersial mereka secara sosial yang bertanggung jawab.

2. Manajemen Terpadu, yaitu, mengintegrasikan kebijakan, program, dan praktik dalam setiap kegiatan komersial sebagai elemen manajemen dalam semua fungsi manajemen.
3. Proses peningkatan, yaitu, terus meningkatkan kebijakan, program, dan kinerja perusahaan, berdasarkan temuan penelitian terbaru dan memahami kebutuhan sosial dan mengimplementasikan kriteria sosial ini di tingkat internasional.
4. Pendidikan karyawan, yaitu, menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan dan motivator karyawan.
5. Evaluasi, yaitu, melakukan studi dampak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru, dan sebelum menutup instalasi atau meninggalkan lokasi pabrik.
6. Produk dan layanan, yaitu, mengembangkan produk dan layanan yang tidak memiliki dampak negatif secara sosial.
7. Informasi publik, yaitu, memberikan informasi dan (jika perlu), mendidik pelanggan, distributor, dan audiens pada produk yang aman, transportasi, penyimpanan dan eliminasi, dan juga layanan.
8. Fasilitas dan operasi, yaitu pengembangan, desain dan fasilitas operasional serta melakukan kegiatan yang mempertimbangkan temuan studi dampak

sosial.

9. Penelitian, yaitu, melakukan atau mendukung penelitian tentang dampak sosial bahan baku, produk, proses, emisi dan limbah yang terkait dengan kegiatan komersial dan penelitian yang merupakan sarana untuk mengurangi dampak negatif.
10. Prinsip Pencegahan, yaitu, memodifikasi manufaktur, pemasaran atau penggunaan, atau layanan, sejalan dengan penelitian terbaru untuk mencegah dampak sosial negatif.
11. Peringatan terhadap keadaan darurat, yaitu untuk mengkompilasi dan merumuskan rencana untuk menghadapi keadaan darurat, dan jika keadaan berbahaya terjadi dalam kolaborasi dengan layanan darurat, lembaga

Crowther David dalam Zarlina dan Salim (2014:89) mengemukakan prinsip-prinsip *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), sebagai berikut:

- 1) *Sustainability*

*Sustainability* berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Di samping itu, juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.



## 2) *Accountability*

Prinsip kedua ini merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjabarkan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal.

## 3) *Transparency*

Prinsip *transparency* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak pada pihak eksternal.

## 2. **Jenis - Jenis Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

### a. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pendidikan

Sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, pendidikan tidak bisa diabaikan oleh perusahaan dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Maka tidak mengherankan pendidikan adalah bidang yang tidak terlewatkan dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) setiap perusahaan.

### b. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kesehatan

Peningkatan kesehatan suatu penduduk adalah salah satu target perusahaan. sehingga sudah seharusnya program-program *Corporate Social Responsibility* tidak meninggalkan programnya di bidang kesehatan.

c. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Lingkungan

Tanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan sering kali dianggap berada di ranah publik. Di masa lalu pemerintah dipandang sebagai aktor utama yang mengadopsi perilaku ramah lingkungan, sementara itu pihak swasta hanya dilihat sebagai timbulnya masalah-masalah lingkungan, namun kini terbalik, kiprah perusahaan dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan secara ekonomi, sosial dan lingkungan global mulai nyata. Dengan demikian, program-program CSR tidak bisa meninggalkan implementasinya khususnya di bidang lingkungan.

d. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Ekonomi

Peningkatan taraf hidup masyarakat di bidang ekonomi menjadi perhatian penting bagi setiap pemangku kebijakan *Corporate Social Responsibility*, peningkatan pendapatan ekonomi bisa diterapkan dengan mengembangkan Lembaga Keuangan Mikro, Bantuan Modal kepada pengusaha-pengusaha kecil, dan pemberdayaan masyarakat Fahmi (2014 : 293).

## 12. Definisi Pemberdayaan

### 1. Pemberdayaan

Pemberdayaan adalah cara yang dilakukan orang, organisasi, dan komunitas untuk mendominasi (atau kuasa) hidup mereka.

Pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kekuatan orang yang lemah atau tidak menguntungkan.

Pemberdayaan mengacu pada keterampilan masyarakat, terutama kelompok rentan dan lemah, untuk memiliki akses ke sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka untuk meningkatkan pendapatan mereka dan memperoleh barang dan jasa yang mereka butuhkan; dan berpartisipasi dalam proses pengembangan dan keputusan yang mempengaruhi mereka, (IFE, 2015: 28).

Definisi pemberdayaan yang diusulkan oleh para ahli sangat beragam dan kontekstual. Namun, dari berbagai definisi, benang merah dapat dihilangkan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk mengizinkan dan memelihara masyarakat. Atau dengan kata lain, itu adalah bagaimana membantu masyarakat untuk dapat membantu diri mereka sendiri.

## **2. Konsep Pemberdayaan**

Pemberdayaan Konseptual atau Mercururn (Pemberdayaan) berasal dari kata "kekuatan" (kekuatan atau pemberdayaan). Karena gagasan utama pemberdayaan kontak dengan konsep kekuasaan (Suharto, 2014: 57). Kekuasaan sering dikaitkan dengan kemampuan kita untuk membuat orang lain berdoa apa yang kita inginkan secara independen dan keinginan dan minat mereka, kemudian, menurut Soeharto (EDI 2014: 58), mengatakan pemberdayaan mengacu pada kapasitas orang, yang mereka miliki kekuatan atau kemampuan untuk:

1. Patuhi kebutuhan dasar sehingga mereka memiliki kebebasan kebebasan, dalam arti tidak hanya bebas dalam peregangan, tetapi bebas dan lapar, bebas dan ketidaktahuan, bebas dan rasa sakit.
2. Sumber produktif yang terjangkau yang memungkinkan mereka untuk meningkatkan pendapatan mereka dan mendapatkan barang dan layanan yang mereka butuhkan.
3. Berpartisipasi dalam proses pengembangan dan keputusan yang memengaruhi mereka.

Pemberdayaan masyarakat juga ditafsirkan sebagai upaya untuk membantu masyarakat dalam pengembangan kemampuannya sendiri untuk bebas dan dapat memecahkan masalah dan membuat keputusan secara independen. Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat dimaksudkan untuk mendorong penciptaan gaya dan kapasitas lembaga masyarakat untuk dapat mengelola secara independen sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri dan untuk mengatasi tantangan topik di masa depan (Sumartiningshh, 2012 : 50). Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat tidak tercapai pada saat instan, tetapi pemberdayaan membutuhkan proses. Proses yang dimaksud adalah memberikan aksesibilitas ke sumber daya dan sumber daya akomodasi.

Demikian juga, pembaruan lembaga sosialnya dan integrasi ke dalam kegiatan pengembangan dan peran masyarakat di dalam interiornya, hal terpenting di sini adalah peningkatan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan tentang masyarakat dan masyarakatnya. Oleh karena itu,

pemberdayaan masyarakat sangat terkait erat dengan stabilisasi, peradaban, prosedur demokrasi.

Memberdayakan juga mengandung arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah dengan kelemahan untuk menjadi lebih lemah, karena kurangnya kesehatan dalam berurusan dengan yang kuat. Oleh karena itu, perlindungan dan konversi menjadi lemah sangat mendasar untuk konsep pemberdayaan masyarakat. Lindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi interaksi, karena kelemahan pegunungan kecil akan mengeras.

Perlindungan harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah kompetensi yang tidak seimbang dan eksploitasi atas yang kuat. Pemberdayaan masyarakat tidak menyebabkan orang menjadi semakin bergantung pada berbagai program (amal). Karena, pada dasarnya, semua yang dinikmati harus diproduksi dalam usahanya sendiri (yang hasilnya dapat ditukar dengan bagian lain). Oleh karena itu, tujuan utamanya adalah membuat komunitas, memungkinkan dan membangun kemampuan untuk bergerak menuju kehidupan yang lebih baik terus menerus.

### **3. Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi**

Konsep pemberdayaan dilahirkan sebagai antitesis dari model pembangunan dan model industrialisasi yang tidak memadai pada kebanyakan orang. Konsep ini dibangun dari bingkai logis sebagai berikut:

1. Bahwa proses konsentrasi daya terbangun dari konsentrasi faktor domain produksi;

2. Konsentrasi kekuatan faktor-faktor produksi akan melahirkan pekerja dan komunitas yang merupakan pengusaha pinggiran kota;
3. Daya akan membangun sistem pengetahuan, sistem politik, sistem hukum dan ideologi manipulatif untuk memperkuat dan legitimasi; dan

. Konsep sistem pengetahuan, sistem hukum, sistem politik dan ideologi, secara sistematis akan menciptakan dua kelompok masyarakat, yaitu, komunitas pertahanan dan masyarakat (Prajono dan Pranarka, 2016: 229).

Akhirnya, yang terjadi adalah dikotomi, yaitu, masyarakat kuat dan manusia. Untuk melepaskan situasi mendominasi dan mengendalikan, maka rilis harus dilakukan melalui proses pemberdayaan untuk yang dikendalikan (pemberdayaan impoten). Pengalaman empiris dan pengalaman historis dari format sosial ekonomi dikotomi ini telah melahirkan beberapa pendapat pemberdayaan.

Tampilan pertama, pemberdayaan adalah penghancuran kekuasaan atau kekuasaan kepada siapa pun. Pendapat ini didasarkan pada kepercayaan, bahwa kekuasaan telah didedikasikan dan menghancurkan manusia dari keberadaan mereka. Oleh karena itu, untuk mengembalikan keberadaan manusia dan menyelamatkan manusia dari keterasingan dan penindasan, maka kekuasaan harus dihapuskan.

Visi kedua, pemberdayaan adalah pembagian daya untuk semua (daya untuk setiap tubuh). Pendapat ini didasarkan pada kepercayaan, kekuatan terpusat akan menyebabkan penyalahgunaan atau pelecehan dan cenderung

menghilangkan hak normatif manusia yang tidak kuat atau dikendalikan. Oleh karena itu, daya harus didistribusikan ke semua sehingga setiap orang dapat diperbarui

Pandangan ketiga, pemberdayaan adalah penguatan yang lemah tanpa kehancuran yang kuat. Pandangan ini adalah tampilan paling moderat dari dua tampilan lainnya. Pandangan ini adalah antitesis dari visi kekuasaan kepada siapa pun dan visi kekuatan untuk masing-masing tubuh. Dalam pengertian ini, kekuatan siapa pun adalah ketidakmungkinan dan kekuatan masing-masing tubuh adalah kekacauan dan anarki. Oleh karena itu, menurut penglihatan ketiga, yang paling realistis adalah impoten impoten (Pranarka dan Vidhyandika, 2016: 45-70).

Tiga pandangan yang disebutkan di atas, jika mereka ditinjau dengan hati-hati, ternyata memiliki pengaruh yang signifikan pada konsep dan pemberdayaan praksis. Di lapangan, setidaknya ada 3 konsep pemberdayaan:

Konsep pertama, pemberdayaan yang hanya berkelahi di "daun" dan "cabang" atau pemberdayaan konformis. Karena struktur sosial, struktur ekonomi dan struktur ekonomi dipertimbangkan, diberikan atau diberikan, maka pemberdayaan adalah upaya bagaimana masyarakat harus beradaptasi dengan apa yang telah diberikan. Bentuk tindakan konsep ini mengubah sikap mental masyarakat dan memberikan kompensasi, sebagai penyediaan bantuan modal, pengembangan infrastruktur pendidikan dan sejenisnya. Konsep ini sering dikenal sebagai paradigma ajaib atau paradigma ajaib.

Konsep kedua, pemberdayaan yang hanya berkelahi dalam "batang" atau pemberdayaan reformis. Yaitu, secara umum, tatanan sosial, ekonomi, politik dan budaya, tidak ada masalah. Ada masalah dalam kebijakan operasional. Oleh karena itu, pemberdayaan gaya ini berubah dari atas ke bawah, sambil mengembangkan sumber daya manusianya, memperkuat institusi dan sejenisnya. Konsep ini sering dikenal sebagai paradigma naif atau paradigma naif. Konsep ketiga, pemberdayaan yang hanya berkuat di "akar" atau pemberdayaan struktural. Karena tidak berdayanya masyarakat disebabkan oleh struktur politik, ekonomi, dan sosial budaya, yang tidak memberi ruang bagi masyarakat lemah untuk berbagi kuasa dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial budaya, maka struktur itu yang harus ditinjau kembali.

Artinya, pemberdayaan hanya dipahami sebagai penjungkirbalikan tatanan yang sudah ada. Semua tatanan dianggap salah dan oleh karenanya harus dihancurkan, seperti misalnya memfasilitasi rakyat untuk melawan pemerintah, memprovokasi masyarakat miskin untuk melawan orang kaya dan atau pengusaha, dan sejenisnya. Singkat kata, konsep pemberdayaan masyarakat yang hanya berkuat pada akar adalah penggulingan the powerful.

Konsep ketiga sering dikenal sebagai paradigma kritis atau paradigma kritis. Oleh Pranarka dan Moelyarto (2016: 205), karena pendidikan buruk pemberdayaan ini, itu menyebabkan visi yang salah, karena pemberdayaan adalah proses penghancuran kekuasaan, proses penghancuran negara dan proses penghancuran pemerintah . .



Tujuan utamanya dari pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi meningkatkan pendapatan masyarakat yang lemah. Pendapatan masyarakat umumnya berasal dari dua anektor, yaitu, gaji atau gaji dan dari surplus komersial. Karena analisis gaji atau gaji, biasanya masyarakat yang disetel atau tidak berdaya hanya menerima upah atau gaji yang rendah. Gaji atau gaji yang rendah yang diterima oleh komunitas Tunadaya adalah karena mereka umumnya memiliki kemampuan terbatas dan sikap mental yang buruk (mereka membutuhkan kinerja atau kebutuhan rendah, tanpa disiplin) prestasi.

Keterampilan masyarakat yang rendah disebabkan oleh akses atau peluang mereka untuk mendapatkan layanan pendidikan mereka secara umum. Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi orang-orang yang cukup realistis bagi masyarakat pekerja yang disetel atau tidak berdaya, adalah melalui tindakan afirmatif atau tindakan afirmatif (misalnya, subsidi pendidikan untuk masyarakat Tunadaya) di bidang pendidikan. Untuk melakukan tindakan afirmatif atau tindakan afirmatif untuk komunitas Tunadaya, pemerintah harus memiliki dana. Untuk mendapatkan dana, itu dapat dilakukan melalui kebijakan fiskal, misalnya, dengan pajak progresif.

#### **4. Praktik Pemberdayaan Masyarakat Oleh Perusahaan**

Memasuki abad ke-21, telah ada kesepakatan global yang melahirkan MDG's (*Millenium Development Goal's*) 1990-2015 yang bertujuan untuk:

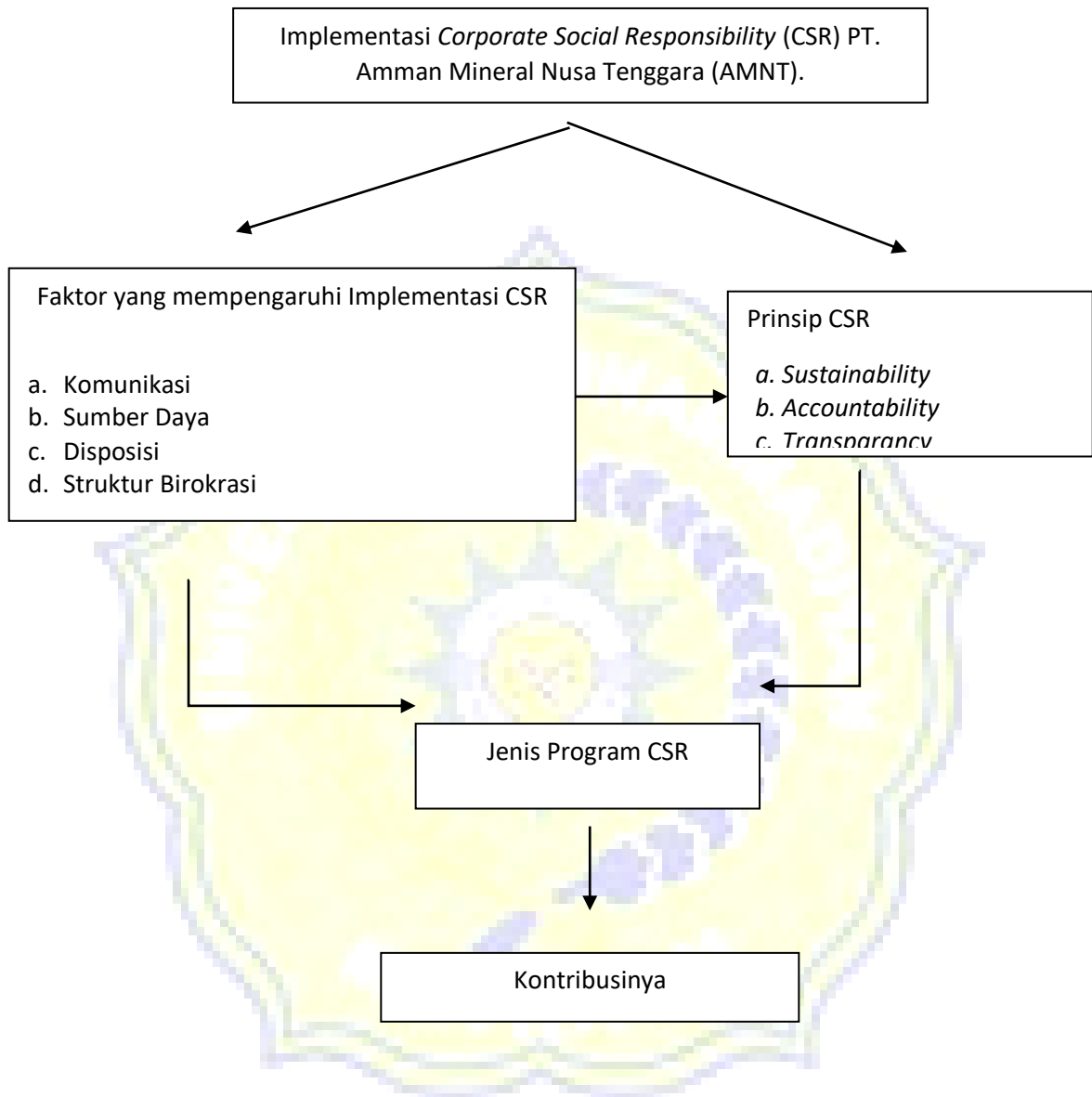
- 1) Pemberantasan kemiskinan dan kelaparan ekstrem

- 2) Tercapainya pendidikan dasar universal
- 3) Dikedepankanya kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan.
- 4) Pengurangan kematian anak BALITA.
- 5) Perbaikan kesehatan ibu.
- 6) Memerangi HIV/AIDS, malaria, dan penyakit-penyakit lainnya.
- 7) Kepastian berkelanjutan lingkungan.
- 8) Pengembangan kemitraan global pembanugnan.

Bagi Indonesia sendiri, meskipun segala upaya terus dilakukan, tetapi kenyataannya bahwa masalah kemiskinan, pendidikan, kesehatan, kerusakan lingkungan, lesejatan gender dan kemitraan masih merupakan agenda yang layak memperoleh perhatian.

Tetapi, kenyataan lain menunjukkan bahwa semua itu kendala oleh keterbatasan anggaran pemerintah dan lemahnya swadaya masyarakat. Karena itu, program-program pemberdayaan masyarakat untuk memperbaiki mutu hidup dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang dilakukan atau didukung pembiayaan oleh program *Corporate Social Responsibility* CSR, akan semakin diharapkan kehadirannya. (Untung, 2014:109-110).

### 13. Kerangka Berfikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Menyaranikan di Kurniawan (2018: 1) Metode penelitian (metode campuran) adalah pendekatan penelitian yang menggabungkan atau mengaitkan bentuk kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan ini melibatkan asumsi filosofis, aplikasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif, dan menggabungkan kedua pendekatan dalam sebuah penelitian. Pendekatan penelitian ini lebih kompleks, tidak hanya mengumpulkan dan menganalisis dua jenis data, partisipasi fungsi dua pendekatan penelitian secara kolektif sehingga kekuatan umum dari penelitian ini lebih besar daripada penelitian kualitatif dan kuantitatif. Penggunaan metode campuran berbeda dari penggunaan banyak metode. Pemahaman pertama mencakup penggunaan beberapa metode dalam konteks penelitian yang menggunakan pendekatan yang berbeda, yaitu, kuantitatif dan kualitatif. Sedangkan definisi kedua menggunakan metode dalam konteks penelitian yang menggunakan pendekatan yang sama, yaitu kuantitatif atau kualitatif.

Oleh karena itu, apa yang dimaksud dengan metode campuran adalah menggunakan dua atau lebih metode yang diambil dari dua pendekatan yang berbeda, yaitu pendekatan kualitatif atau kuantitatif (mungkin yang sebaliknya).

Penggunaan dalam penelitian yang dimaksud adalah penelitian yang saat ini diimplementasikan untuk mendapatkan data kuantitatif dan kualitatif yang digunakan sebagai bukti empiris untuk menanggapi perumusan masalah penelitian. Akibatnya, dengan menggunakan metode campuran temuan penelitian akan lebih baik, lengkap dan lengkap.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian sangat penting, yang memfasilitasi para peneliti untuk melakukan penelitian. Adapun tempat penelitian fokus di cabang Sumbawa PT. Mineral mineral Nusa Tenggara (AMTT) dan Kecamatan Sekongkang memperhitungkan bahwa keduanya sangat penting untuk menemukan informasi lisan atau tertulis yang baik.

Pemilihan lokasi yang para peneliti memilih bahwa mereka tidak mudah dijangkau oleh para peneliti, dan secara efektif, efisien dalam hal waktu, biaya dan energi. Kecamatan ini adalah kecamatan yang memiliki populasi besar dan memiliki berbagai asal edukasi. Pertimbangan memilih tempat-tempat ini, para peneliti ingin mengetahui peran perusahaan pertambangan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui program mereka.

Tahapan pelaksanaan kegiatan ini direncanakan akan dimulai pada tahap persiapan pengamatan hingga kata-kata laporan. Secara umum, semua kegiatan dilakukan selama kurang lebih satu bulan, yaitu, dari tahun 2021 dari Desember hingga Februari 2022.

### **C. Teknik Penentuan Responden dan Informan**

Cara menentukan informan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pengambilan sampel yang disengaja, yang merupakan salah satu teknik pengambilan sampel yang disengaja dengan teknik pemilihan informan yang setuju dengan keinginan peneliti karena mereka sudah mengetahui lokasi dan objek penyelidikan.

Menurut teknik pengambilan sampel Ruslan yang disengaja, ini adalah pemilihan informan berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap memiliki koneksi dengan karakteristik populasi yang diketahui sebelumnya.

Mempertimbangkan bahwa menurut Sugiyon (2012: 18) dalam penelitian kualitatif bukanlah informan, yaitu, orang-orang yang dapat memberikan gambaran umum, pemahaman tentang objek penelitian.

Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian didasarkan pada prinsip subjek yang saya suka masalah, meminta data, dan bersedia memberikan informasi untuk memenuhi persyaratan, yang akan menjadi informan (informan kunci) dalam hal ini Studi, orang yang sangat memahami implementasi tanggung jawab sosial perusahaan PT (CSR). Amman mineral Nusa Tenggara (AMTS) dan dianggap mampu memahami masalah yang diteliti.

Kriteria untuk menentukan informan kunci (informan kunci) sesuai, dalam pasokan data yang sesuai dan akurat pada penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT (CSR) PT. Mineral AMTS pada peningkatan pendapatan dan pemberdayaan sosial-ekonomi dari lingkaran penambangan pada tahun 2021.

- a. Manajemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT AMNT Amman Mineral Nusa Tenggara.
- b. Kepala Desa Tongo Kecamatan Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat.
- c. Tohoh Masyarakat Desa Tongo Kecamatan Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat.
- d. Masyarakat, Pemuda dan Pelaku UMKM Desa Tongo Kecamatan Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat.

#### **D. Jenis Data dan Sumber Data**

Menurut Molong di Khotimah (2016: 20), sumber utama data dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, yaitu, data yang diperoleh dari wawancara dan pengalaman lain, data tambahan sumber tertulis, seperti dokumen resmi, sumber file, majalah Ilmuwan, dokumen tertulis resmi. dan termasuk studi literatur. Terkait dengan peneliti ini menggunakan tipe data berikut:

##### **1. Data primer**

Menurut Hasan (2012: 82), data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang-orang yang melakukan investigasi atau khawatir yang mengharuskannya.

Untuk mendapatkan hasil data utama penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, seperti: Wawancara dengan responden, responden yang dipilih, yaitu, pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan pelaksanaan Kecepatan Sosial Perusahaan (CSR), Masyarakat Kabupaten Sekongkang,

Kabupaten Sekongkang, Kabupaten Sumbawa Barat.

## **2. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang-orang yang melakukan investigasi sumber yang ada (Hasan, 2012: 58). Data diperoleh untuk mendukung penelitian yang diperoleh melalui orang atau dokumen. Dalam bentuk data yang didokumentasikan untuk dinyatakan independen dan finansial Perusahaan: Laporan tentang Laporan Dana Perusahaan Rapor Sosial Korporasi (CSR), yang melaporkan pembalasan dari program CSR Corporate, dll.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah langkah paling penting dalam penelitian ini, karena tujuan utama penelitian ini adalah memperoleh data. Menurut Sugiyono (2013: 209) bila dilihat dalam hal media pengumpulan data atau teknik, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

### **1. Angket**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau deklarasi yang ditulis kepada responden untuk merespons (Sugiyon di MahendranasaRaRhakskan: 57).

Sementara Suharsimi di Mahendranarakskay mengatakan kuesioner tertutup adalah kuesioner yang disajikan sedemikian rupa sehingga responden baru saja memberikan tanda centang (✓) di kolom atau tempat yang sesuai.



Kuesioner terbuka adalah kuesioner yang dilakukan sedemikian rupa sehingga responden dapat memberikannya dengan kemauan dan keadaan mereka.

## **2. Observasi**

Pengamatan bertujuan untuk mengamati objek materi dan penelitian, sehingga peneliti dapat memahami kondisi nyata. Pengamatan tidak partisipatif, yaitu, para peneliti berada di luar sistem yang diamati.

## **3. Wawancara**

Esterberg di Sugiyono (2013: 211), mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua atau lebih untuk bertukar informasi dan gagasan melalui pertanyaan dan jawaban, sehingga Anda dapat membangun makna topik. Dengan wawancara, para peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih dalam tentang informan dalam interpretasi situasi dan fenomena yang terjadi, di mana ini tidak dapat ditemukan melalui observasi.

Dalam melakukan wawancara, para peneliti menyiapkan instrumen penelitian dalam bentuk pertanyaan tertulis yang akan disajikan, dan apa yang disajikan oleh informan, oleh karena itu, jenis wawancara yang digunakan oleh para peneliti yang termasuk dalam jenis wawancara terstruktur.

## **4. Dokumentasi**

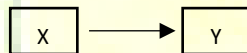
Dokumen-dokumen tersebut adalah catatan peristiwa yang telah terjadi. Dokumen-dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental (Sugiyono, 2013: 213). Hasil penelitian observasi atau

wawancara akan lebih kredibel jika didukung oleh dokumen yang dimaksud.

## F. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:7) variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, yang kemudian akan ditarik kesimpulan. Jadi, variabel penelitian adalah titik perhatian yang telah ditetapkan dalam suatu penelitian.

Ada dua variabel yang diteliti dalam penelitian ini yakni variabel *independent* (variabel bebas) yang disimbolkan dengan X, dan variabel *dependent* (variabel terikat) yang disimbolkan dengan Y. Adapun variabel X yaitu PT. Amman Mineral Nusa Tenggara Barat serta variabel Y yaitu Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Amman Mineral Nusa Tenggara Barat.  $\gamma$



Keterangan :

X : PT. Amman Mineral Nusa Tenggara

Y : Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT.  
Amman Mineral Nusa Tenggara

## G. Teknik Analisa Data

Sugiyon In Faewati (2018: 34) Analisis data adalah proses menemukan dan mengatur data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan bahan-

bahan lainnya, sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan temuan tersebut dapat diberitahu tentang orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengatur data, menjelaskan dalam unit, membuat sintesis, menyusun pola, pemilihan, yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan akan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

### **1. Reduksi Data**

Pengurangan data menafsirkan pemilihan, penyederhanaan, proses abstraksi dan transformasi data mentah dalam semua bentuk catatan lapangan dan dokumen. Data di lapangan kemudian merangkum, mengklasifikasikan hal-hal utama, dengan fokus pada hal-hal penting, mencari masalah dan pola. Oleh karena itu, pengurangan data memberikan gambar yang lebih jelas.

### **2. Penyajian Data**

Presentasi data adalah seperangkat informasi komposit yang berguna untuk memfasilitasi peneliti untuk memahami citra umum atau bagian tertentu dari penelitian ini. Ketika menyajikan data, itu akan membuatnya lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan berikutnya sesuai dengan apa yang telah dipahami. Keterbatasan yang disediakan dalam presentasi data adalah serangkaian informasi yang disusun dan memberikan kemungkinan menarik kesimpulan dan adopsi saham.

### **3. kesimpulan**

Penarikan kesimpulan dan verifikasi terus dilakukan selama penelitian. Kesimpulan awal yang ditunjukkan masih bersifat sementara, dan akan

berubah jika tidak ada bukti padat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi jika kesimpulannya didirikan pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid dan koheren ketika peneliti kembali ke lapangan yang mengumpulkan data, kesimpulan yang disajikan adalah kesimpulan yang kredibel. Oleh karena itu, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menanggapi perumusan masalah yang diformulasikan dari awal, tetapi mungkin tidak. Karena, sebagaimana disajikan, masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan dikembangkan setelah penelitian di lapangan.

Reduksi data diartikan proses pemilihan, penyederhanaan, abstraksi dan transformasi data mentah yang ada dalam semua bentuk catatan dan dokumen lapangan. Data yang ada dilapangan kemudian dirangkum, memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas.

#### **H. Keabsahan Data**

Dalam validitas data ini peneliti menggunakan uji validitas data menggunakan kredibilitas dan dilakukan untuk menunjukkan jika penelitian yang dilakukan adalah penyelidikan yang benar-benar ilmiah pada saat yang sama untuk menguji data yang diperoleh. Uji validitas data dalam penelitian kualitatif meliputi, kredibilitas, transferabilitas, keandalan, dan konfirmasi (Sugiyon, 2007: 270).

### 1. Kredibilitas.

Uji kredibilitas (kredibilitas) atau kepercayaan pada hasil data penelitian yang disajikan oleh penelitian yang dilakukan tidak diragukan lagi sebagai pekerjaan ilmiah yang dilakukan.

### 2. Transfairility.

Transfer adalah validitas eksternal yang menunjukkan tingkat presisi atau dapat diterapkan pada hasil penelitian terhadap populasi di mana sampel diambil (Sugiyono, 2007: 276).

### 3. Keandalan

Tes reliabilitas dilakukan dengan melakukan audit dari proses penelitian umum. Melalui auditor independen atau pengawas independen yang mengaudit semua kegiatan yang dilakukan oleh para peneliti dalam realisasi investigasi. Misalnya, dapat dimulai ketika peneliti mulai menentukan masalah bidang tenggelam, memilih sumber data, melakukan analisis data, melakukan tes validitas data, hingga laporan pengamatan.

### 4. Konfirmasi

Objektivitas tes kualitatif juga disebut tes konfirmasi penelitian. Dapat dikatakan bahwa penelitian adalah objektif jika hasil penelitian telah disetujui oleh lebih banyak orang. Tes Konfirmasi Penelitian Kualitatif berarti menguji hasil penelitian yang terkait dengan proses yang telah dibuat. Jika hasil penelitian adalah fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, penelitian telah memenuhi konfirmasi aturan.