

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pembangunan nasional adalah rangkaian perubahan yang dilakukan secara menyeluruh, terencana, dan terarah dalam rangka mewujudkan keseimbangan kebutuhan lahiriah dan batiniah masyarakat. Tujuan pembangunan bangsa Indonesia adalah untuk meningkatkan kesejahteraan secara materil maupun spiritual.

Perusahaan didirikan sebagai suatu alat untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang tidak terbatas. Perusahaan mendatangkan keuntungan materi bagi siapapun yang berhasil menggerakkan dan memanfaatkannya, serta mempunyai andil yang besar dalam menciptakan stabilitas perekonomian nasional. Hal tersebut dapat dilihat dalam peran perusahaan dalam memberikan pendapatan kepada pemerintah baik pusat maupun daerah.

Dewasa ini tidak cukup bagi perusahaan hanya memfokuskan diri pada pertumbuhan ekonomi semata, akan tetapi dibutuhkan sebuah paradigma baru di bidang bisnis dengan cara mensinergikan berbagai kekuatan di dalam lingkaran perusahaan (internal) dengan kekuatan diluar perusahaan (stakeholder = eksternal). Dengan sinergisitas yang berhasil dibangun oleh sebuah perusahaan niscaya akan mengalir dukungan eksternal yang akan memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan yang semakin keras dan Mengglobal (Djakfar, 2007).

Salah satu cara mewujudkan kerja sama (sinergisitas) itu adalah melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) atau dikenal dengan CSR. Pada prinsipnya, CSR menekankan agar perusahaan tidak memposisikan diri sebagai menara gading dan institusi elitis yang mengisolir diri dari lingkungan sekitarnya. Padahal tanpa dukungan stakeholder eksistensi sebuah perusahaan tidak akan pernah terwujud. Mereka ada, tumbuh dan berkembang tidak lepas karena pengakuan dan daya dukung stakeholder yang mendukungnya, baik langsung maupun tidak langsung. Dengan saling dukung itu akan terjadisaling menguntungkan antara kedua pihak. Stakeholder yang dimaksud antara lain pemerintah, investor, supplier, costumer, kelompok politik, para pekerja masyarakat, dan asosiasi pedagang.

Tanggung jawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan interlasi antara perusahaan dan masyarakat, yang sangat ditentukan oleh dampak yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Semakin tinggi tingkat peradaban masyarakat, khususnya akibat perkembangan ilmu sehingga meningkatkan kesadaran dan perhatian lingkungan memunculkan tuntutan tanggung jawab perusahaan. Hal ini karena, peningkatan pengetahuan masyarakat meningkatkan keterbukaan ekspektasi masa depan dan sustaintainabilitas pembangunan (Hadi, 2011).

Wibisono Yusuf (2007) memetakan cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) ke dalam tiga persepsi, yaitu: pertama, perusahaan melakukan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) sekedar basa-basi dan keterpaksaan. Artinya, perusahaan

melakukan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) lebih karena mematuhi anjuran peraturan dan perundangan, maupun tekanan eksternal (*external driven*). Selain melakukan tanggung jawab social, perusahaan juga mempunyai tujuan membangun image positif, sehingga tanggungjawab sosial bersifat jangka pendek, karitatif, insidental dan sebatas lames.

Kedua, tanggungjawab sosial dilakukan perusahaan dalam rangka memenuhi kewajiban (*compliance*).Tanggungjawab sosial dilakukan atas dasar anjuran regulasi yang harus dipatuhi, seperti Undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Keputusan Menteri BUMN Nomoar KEP-04/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, peraturan Stock Exchange Comission, dan sejenisnya.

Ketiga, perusahaan melakukan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) bukan hanya sekedar *compliance* namun *beyond compliance*.Di sini, tanggungjawab sosial (*social responsibility*) didudukkan sebagai bagian dari aktivitas perusahaan.*social responsibility* tumbuh secara internal (*internal driven*). Sikap terbuka dalam memandang tanggungjawab sosial telah masuk dalam berbagai ranah.Tanggungjawab perusahaan tidak hanya diukur dari *economic measurement*, namun juga sebagai upaya mematuhi peraturan dan perundangan (*legal responsibility*) dan tanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan (*social responsibility*). Dengan demikian, tanggungjawab sosial didudukkan sebagai kebutuhan dalam mendukung going concerni, dan

merupakan investasi jangka panjang, yang dapat mendukung keunggulan perusahaan (Hadi, 2011).

Program CSR adalah untuk kepentingan perusahaan sendiri, sehingga apabila perusahaan bisa maju dengan tetap menjaga hubungan dengan masyarakat dan lingkungan maka keberlanjutan perusahaan akan terjamin. Semenjak CSR diperlukan dalam melancarkan kegiatan bisnis, perusahaan-perusahaan giat mensosialisasikannya. Namun, seiring waktu berjalan masih banyak program CSR yang sifatnya ad hoc (sementara). Misalnya saat terjadi bencana alam. Padahal, tidak hanya itu saja tanggung jawab atau kepedulian yang diperlukan. Masih banyak program CSR yang perlu ditingkatkan lagi, misalnya peningkatan kualitas pendidikan, pelatihan sumber daya manusia, dsb (Alma, 2009).

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan. CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya, melainkan sebagai sentra laba (*profit center*) dimasa yang akan datang. Dalam pandangan Islam, CSR merupakan kewajiban pengusaha yang dikeluarkan dari pendapatan yang jatuh pada kewajiban zakat, infaq, ataupun Sedekah (Alma, 2009).

Saat ini seluruh negara sedang dirisaukan dengan adanya pandemi Covid-19 yang hadir di tengah-tengah masyarakat Indonesia juga. saat ini sungguh menyisihkan luka yang dalam bagi seluruh masyarakat Indonesia. Dampak yang dilihat mempengaruhi tidak hanya masalah kesehatan seluruh rakyat saja, tetapi juga mempengaruhi pengeluaran ekonomi negara Indonesia yang

semakin melemah dan juga memberikan dampak terhadap yang lainnya juga dan bahkan saat ini ekonomi dunia sangat mengalami tekanan berat yang disebabkan oleh pandemi Covid19 ini. Covid-19 adalah sebuah virus atau penyakit yang sangat mudah menularkan keorang lain, dengan hadirnya Covid-19 ini diberbagai negara termasuk Indonesia maka hal ini membuat perekonomian di Indonesia merosot atau melemah. Ekonomi yang tidak berkembang membuat banyak perusahaan melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Pembatasan sosial berskala besar sudah membatasi aktivitas perekonomian di Indonesia yang membuat perekonomian di Indonesia sudah sangat tidak stabil lagi. Dalam menghadapi pelemahan terhadap ekonomi, diperlukan langkah antisipasi ke depan. Pelemahan ini bisa diantisipasi dengan beberapa kebijakan. Pertama pemulihan ekonomi nasional (PEN). Kemudian pelonggaran PSBB secara berhati-hati, mall, pasar, kantor sudah mulai dibuka di masa transisi. Selain melakukan pemulihan melalui jalur kebijakan, pihak pemerintah juga bisa memberikan bantuan terhadap masyarakat. Kemudian bisa dengan stimulasi daya beli masyarakat, yang tidak hanya bertumpu pada bansos. Lalu kembangkan aktivitas masyarakat. Percepat realisasi stimulus fiskal. Serta memberikan bantuan kepada UMKM.

Secara konsep bisa menemukan hubungan yang erat antara CSR dan konsep pembangunan ekonomi berkelanjutan. Pembangunan ekonomi berkelanjutan merupakan suatu keinginan membangun tatanan ekonomi masyarakat yang bersifat makmur dan sejahtera, aman serta sentosa. Dengan mengedepankan konsep pembangunan ekonomi yang terencana dan konsisten

(Fahmi, 2013). Selama ini memang pembangunan dalam usaha memberikan kesejahteraan kepada masyarakat menjadi beban pemerintah. Namun konsep ini tidak tepat jika Negara menganut sistem sosialis, namun Indonesia tidak menganut secara utuh sistem sosialis. Sehingga sektor swasta memiliki peran penting dalam usaha mempercepat penciptaan kesejahteraan tersebut (Fahmi, 2013).

Dalam penelitian ini, penulis memilih PT. Bank BRI Cabang Magetan sebagai perusahaan yang bergerak di sector layanan keuangan. PT. Bank BRI Cabang Magetan sebagaimana perusahaan perseroan terbuka lainnya juga memiliki program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Program CSR merupakan wujud dari tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan, disamping tanggungjawab terhadap consume, karyawan dan investor. Tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan dapat diwujudkan dalam bentuk kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah penulis jabarkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Implementasi CSR BRI Unit Selosari dan Pemerintah Kabupaten Magetan Dalam Membantu Masyarakat Terdampak Covid-19.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah bentuk kerjasama BRI Unit Selosari dan pemerintah Kabupaten Magetan dalam membantu masyarakat terdampak covid-19 ?
2. Bagaimanakah Implementasi BRI Unit Selosari dalam membantu masyarakat terdampak covid-19 ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk kerjasama BRI Unit Selosari dan pemerintah Kabupaten Magetan dalam membantu masyarakat terdampak covid-19.
2. Untuk mengetahui Implementasi BRI Unit Selosari dalam membantu masyarakat terdampak covid-19.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak khususnya bagi Bank BRI Unit Selosari dan pemerintah Kabupaten Magetan.

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan terkait dengan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2. Bagi Pemerintah Kabupaten Magetan

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Bank BRI Unit Selosari sehingga dapat dijadikan masukan dalam pengambilan kebijakan untuk kesejahteraan masyarakat.

### 3. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan sekaligus merupakan penerapan ilmu pengetahuan selama dibangku kuliah.

## **E. Penegasan Istilah**

### 1. Kerjasama

Kerjasama merupakan salah satu bentuk interaksi sosial. Kerjasama adalah suatu bentuk proses sosial, dimana didalamnya terdapat aktivitas tertentu yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan bersama dengan saling membantu dan saling memahami aktivitas masing-masing (Abdulsyani, 2010:156).

### 2. Tingkat Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan masyarakat adalah suatu kondisi yang memperlihatkan tentang keadaan kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari standar kehidupan masyarakat (Rudy Badrudin, 2012:45).

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

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen dunia bisnis usaha untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan (Diba, 2012).



## **F. Landasan Teori**

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

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

*Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep atau program yang dimiliki oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Keberlangsungan dapat dicapai dengan lahirnya suatu konsep yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Sedangkan menurut Kotler dan Nancy (2005), *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan.

Definisi CSR menurut *International Finance Corporation* dalam Diba (2012): “Komitmen dunia bisnis usaha untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama

dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.”ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility*, mendefinisikan CSR sebagai berikut: “Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (draft 3. 2007).”

Rujukan kewajiban CSR dalam RUU PT di penjelasan Pasal 15 huruf b, CSR didefinisikan sebagai “Tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.” Dalam teks Pasal 74 RUU PT sendiri CSR tidak didefinisikan. Namun dalam dokumen kerja Tim Perumus terdapat definisi: “Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

## **b. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

CSR diatur oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang disahkan pada 20 Juli 2007, adapun isi Undang-Undang tersebut yang berkaitan dengan CSR, yaitu terdapat pada pasal 74 yang berbunyi:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

CSR juga diatur UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal pasal 15 (b) yang berbunyi demikian: setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan” pada pasal ini adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan

sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Pasal 1 angka 3 UU PT, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya. Kedua undang-undang tersebut di atas mengatur seluruh badan usaha (perusahaan) Perseroan Terbatas (PT) diwajibkan untuk melaksanakan program CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

### **c. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

#### 1) Manfaat Bagi Masyarakat

CSR akan lebih berdampak positif bagi masyarakat, ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain, terutama pemerintah. Studi Bank Dunia (Fox, 2002 dalam Zahro, 2012) menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. Untuk Indonesia, bisa dibayangkan, pelaksanaan CSR membutuhkan dukungan pemerintah daerah, kepastian hukum, dan jaminan ketertiban sosial.

Pemerintah dapat mengambil peran penting tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik saat ini. Persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui CSR (*Corporate Social Responsibility*). Pemerintah bisa menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan masukan pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi, mendukung, dan memberi penghargaan pada kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya besar ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bisnis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindarkan proses manipulasi atau pengancaman satu pihak terhadap yang lain. (Zahro, 2012).

Intinya manfaat CSR bagi masyarakat yaitu dapat mengembangkan diri dan usahanya sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan tercapai.

## 2) Manfaat Bagi Perusahaan

### a) Meningkatkan Citra Perusahaan.

Pelaksanaan kegiatan CSR dapat membantu konsumen lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.

b) Memperkuat “*Brand*” Perusahaan.

Kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.

c) Mengembangkan Kerja Sama dengan Para Pemangku Kepentingan.

Perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri dalam melaksanakan kegiatan CSR sehingga harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

d) Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya.

Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, maka perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

e) Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan.

Pemilihan kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Perencanaan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global (Zahro, 2012).

#### **d. Implementasi *Corporate Social Responsibility***

Implementasi *Corporate Social Responsibility* berarti merencanakan implementasi pelaksanaan tanggungjawab di lapangan. Terdapat berbagai pendekatan yang dapat dijadikan pijakan dalam mengimplementasikan praktik *Corporate Social Responsibility*, antara lain yaitu:

- a. Sentralisasi
- b. Desentralisasi
- c. Kombinasi

Implementasi *Corporate Social Responsibility* juga dapat dilaksanakan secara *self managing*, artinya implementasi CSR dilaksanakan perusahaan sendiri di lapangan. Perusahaan yang merencanakan, merumuskan tujuan, target, evaluasi, dan monitoring serta melaksanakannya. *Self managing* dapat dilakukan dengan membentuk departemen dalam struktur organisasi yang bertugas untuk melaksanakan CSR, maupun *outsourcing* artinya pelaksanaan CSR diserahkan pada pihak ketiga, sehingga perusahaan tidak terlibat langsung dalam pelaksanaan di lapangan. Terdapat pola model *outsourcing*, yaitu: (1) bermitra dengan pihak lain (*event organizer*, LSM, institusi pendidikan dan sejenisnya); (2) bergabung dan mendukung kegiatan bersama baik berjangka pendek maupun berjangka panjang.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* merupakan tahap aplikasi program *Corporate Social Responsibility* sebagaimana telah

direncanakan sebelumnya. Penerapan *Corporate Social Responsibility* membutuhkan iklim organisasi yang saling percaya dan kondusif, sehingga memunculkan motivasi dan komitmen karyawan pelaksana. Pada dasarnya, belum terdapat formula yang dapat dijadikan acuan ideal dalam implementasi *Corporate Social Responsibility*. Terdapat banyak prinsip yang harus dijadikan dasar dalam praktik *Corporate Social Responsibility*. *Equator Principles* yang diadopsi beberapa negara, merumuskan beberapa prinsip, antara lain yaitu:

- a. *Accountability's* (AA1000) Standard, yang mengacu pada prinsip "Triple Botton Line" dari John Elkington.
- b. *Global Reporting Initiative* (GRI), yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat *Coalitation for Enviroinmental Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997
- c. *Social Accountability International SA8000 Standard*
- d. *ISO 14000 Environmental Management Standard*
- e. *ISO 26000*.

Berbagai prinsip tersebut harus diperhitungkan dan dijadikan dasar dalam merumuskan orientasi *Corporate Social Responsibility*. Upaya yang dilakukan perusahaan demi tercapainya tujuan *Corporate Social Responsibility* dilakukan dengan berbagai strategi. Strategi tersebut sudah pasti harus memperhatikan dan memperhitungkan visi, misi, tujuan,



objek, dan kebutuhan riil stakeholder. Berbagai strategi tersebut antara lain yaitu:

a. Program dengan sentralisasi

Berarti program aplikasi *Corporate Social Responsibility* terpusat di perusahaan. Perusahaan yang merencanakan, menentukan jenis program, merumuskan strategi perusahaan, dan sekaligus sebagai yang melaksanakan program yang telah direncanakan. Program sentralistik dapat dilakukan secara kerjasama dengan pihak lain, seperti: *event organizer*, LSM, pemerintah setempat, institusi pendidikan dan lainnya selama memiliki visi, misi, tujuan yang sama dan dibawah koordinasi perusahaan.

b. Program dengan desentralisasi, yaitu perusahaan berperan sebagai pendukung kegiatan (*supporting media*). Disini perencanaan, strategi, tujuan dan target termasuk pelaksanaan ditentukan oleh pihak lain selaku mitra. Perusahaan berposisi sebagai *supporting*, baik dana, *sponsorship*, maupun material.

c. *Mixed Type*. Program ini menggunakan pola memadukan antara sentralistik dan desentralistik, sehingga cocok bagi program-program *community development*. Program *community development* mendudukan inisiatif, pendanaan maupun pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatoris dengan *beneficiaries*.

Manajemen implementasi *Corporate Social Responsibility* juga dapat dilakukan dengan pola *Charity*, *Social Activity*, dan *Community*

*Development*. Implementasi *Corporate Social Responsibility* berbasis *Charity Philanthropy* berarti kegiatan *Corporate Social Responsibility* bersifat karitatif, jangka pendek insidental. Masyarakat dijadikan objek yang harus memperoleh bantuan, sehingga perusahaan merupakan pihak dermawan yang siap setiap saat. Contoh pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* seperti: bantuan bencana alam, bantuansembako, bantuan hari raya, bantuan masyarakat sekitar, beasiswa, pemberian produk, dan lainnya. Strategi berupa *social activity*, merupakan strategi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dengan bantuan jasa untuk meringankan atau membantu meringankan masyarakat. Contoh riil pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* jenis ini, seperti: pelaksanaan jalan sehat, pelaksanaan operasi sumbing, organisasi donor darah, fasilitasi hari lebaran, pemberian layanan cuma-cuma, pelatihan, penggunaan fasilitas distribusi, mengorganisir relawan dalam aktivitas sosial dan sejenisnya. Strategi *Community Development*, mendudukan stakeholder dalam paradigma common interest. Prinsip simbiosis mutualisme sebagai dasar pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Stakeholder dilibatkan pada pola hubungan *recourses-based partnership*, dimana mitra diberi kesempatan menjadi bagian dari stakeholder. Stakeholder memperoleh kesempatan meningkatkan kesejahteraan lewat pemberdayaan yang dikelola bersama lewat kegiatan produktif seperti *income generating*, kepemilikan saham oleh *stakeholder* (seperti saham bonus bagi karyawan dan direksi), dana bergulir, *integrated farming*

*system, community fiber farm program, small and medium sized enterprise program, social infrastructure support program*, serta bentuk kerjasama perusahaan stakeholder lainnya.

**e. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility***

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, jika berbicara mengenai CSR (*Corporate Social Responsibility*), terdapat banyak definisi. Kata sosial sering diinterpretasikan dengan kedermawanan. Padahal CSR terkait dengan *sustainability* dan *acceptability*, artinya diterima dan berkelanjutan untuk menjalankan usaha di suatu tempat, dan perusahaan ingin usahanya berkelanjutan dalam jangka panjang. Selama ini CSR kebanyakan diukur dari sudut berapa besar uang yang dikeluarkan oleh perusahaan. CSR sebenarnya bukan hanya uang saja, uang itu hanya sebagian nilai karena ada nilai *intangible* yang sangat penting, artinya ada sesuatu yang tidak dapat dinilai dengan uang.

Menurut *Princes of Wales Foundation* ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi *Corporate Social Responsibility*, antara lain yaitu:

- a. Menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia
- b. *Environments* yang berbicara tentang lingkungan
- c. *Good Corporate Governanced*.

- d. *Social cohesion*, artinya dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial
- e. *Economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

Keuntungan lain dari investasi *Corporate Social Responsibility* apabila dilihat dari investor global yang memiliki idealisme tertentu, dengan aktivitas *Corporate Social Responsibility*, saham perusahaan dapat lebih bernilai. Investor akan rela membayar mahal karena CSR menjalankan tentang *sustainability* dan *acceptability*. Hal tersebut terkait dengan resiko bagi investor. Investor menyumbangkan CSR dalam bentuk premium nilai saham. Itu sebabnya ada pembahasan tentang CSR pada *Annual Report*, karena investor ingin bersosial dengan membayar saham perusahaan secara premium.

Dari uraian tersebut tampak bahwa faktor yang mempengaruhi implementasi *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen pimpinan perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan serta regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah.

#### **f. Jenis-jenis program *Corporate Social Responsibility***

Adapun bentuk dari *Corporate Social Responsibility* menurut Edi Suharto (2010) terdiri dari:

- 1) Sosial: pendidikan, pelatihan, kesehatan, penguatan kelembagaan, (secara internal, termasuk kesejahteraan karyawan), kesejahteraan sosial, olahraga, pemuda, wanita, agama, kebudayaan, dan sebagainya.
- 2) Ekonomi: kewirausahaan, kelompok usaha bersama/unit mikro kecil dan menengah (KUB/UMKM), agrobisnis, pembukaan lapangan kerja, infrastruktur ekonomi, dan usaha produktif lain.
- 3) Lingkungan: penghijauan, bersih lingkungan, reklamasi lahan, pengelolaan air, pelestarian alam, ekowisata penyehatan lingkungan, pengendalian polusi, dan sebagainya.

## **2. Kesejahteraan Masyarakat**

### **a. Definisi Kesejahteraan Masyarakat**

Menurut Rudy Badrudin (2012) Kesejahteraan masyarakat adalah suatu kondisi yang memperlihatkan tentang keadaan kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari standar kehidupan masyarakat. Sedangkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 tahun 2009 tentang kesejahteraan sosial, yang dimaksud kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga Negara agar hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.

Menurut Send dan Presmann dalam Rudy Badrudin (2012) kesejahteraan masyarakat adalah jumlah dari pilihan yang dimiliki masyarakat dan kebebasan untuk memilih diantara pilihan-pilihan

tersebut dan akan maksimum apabila masyarakat dapat membaca, makan, memberikan hak suaranya.

Konsep kesejahteraan dapat dibedakan menjadi kesejahteraan individu dan kesejahteraan sosial. Kesejahteraan individu merupakan cara mengaitkan kesejahteraan dengan pilihan individu secara obyektif. Pilihan yang dilakukan individu sebagai uji yang obyektif adalah membandingkan kesejahteraan individu pada situasi yang berbeda. Kesejahteraan sosial merupakan cara mengaitkan kesejahteraan dengan cara menjumlahkan kepuasan seluruh individu dalam masyarakat (Rudy Badrudin, 2012).

Berdasarkan berbagai teori kesejahteraan menurut para ahli diatas maka yang dimaksud dengan dengan kesejahteraan masyarakat adalah kondisi dimana masyarakat dapat menuhi kebutuhannya baik seraca materil maupun nonmateril berupa kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan, adanya peningkatan pendapatan serta tersedianya fasilitas penunjang kebutuhan sosial seperti kesehatan, pendidikan dan keagamaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktifitas sehari-hari.

#### **b. Indikator Kesejahteraan Masyarakat**

Kesejahteraan masyarakat dapat diukur dari berbagai indikator, indikator kesejahteraan merupakan suatu ukuran ketercapaian masyarakat dimana masyarakat masyarakat dapat dikatakan sejahtera atau tidak.

Berikut beberapa indikator-indikator kesejahteraan masyarakat menurut beberapa organisasi sosial dan beberapa ahli.

Menurut World Bank, tingkat pencapaian pembangunan manusia dapat diamati melalui dimensi pengurangan kemiskinan (*increase in property*), peningkatan kemampuan baca tulis (*increase in literacy*), penurunan tingkat kematian bayi (*increase in infant mortality*), peningkatan harapan hidup (*life expectancy*), dan penurunan dalam ketimpangan pendapatan (*decrease income inequality*) (Rudy Badrudin, 2012).

Menurut Todaro Stephen C. Smith dalam Rudy Badrudin (2012), kesejahteraan masyarakat menunjukkan ukuran hasil pembangunan masyarakat dalam mencapai kehidupan yang lebih baik yang meliputi :

- a. Peningkatan akan kemampuan dan pemerataan distribusi kebutuhan dasar seperti makanan, perumahan, kesehatan, dan perlindungan.
- b. Peningkatan tingkat kehidupan, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan yang lebih baik, peningkatan atensi terhadap budaya dan nilai-nilai kemanusiaan.
- c. Memperluas skala ekonomi dan ketersediaan pilihan sosial dari individu dan bangsa.

Dari beberapa definisi indikator kesejahteraan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator kesejahteraan meliputi:

#### a. Pendapatan

Pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh masyarakat yang berasal dari pendapatan kepala rumah tangga maupun pendapatan anggota-anggota rumah tangga. Penghasilan tersebut biasanya dialokasikan untuk konsumsi, kesehatan maupun pendidikan dan kebutuhan lain yang bersifat material. Indikator pendapatan dibedakan menjadi 3 item yaitu:

- 1) Tinggi > Rp. 5.000.000
- 2) Sedang Rp. 1.000.000 – Rp. 5000.000
- 3) Rendah < Rp. 1000.000

#### b. Konsumsi pengeluaran

Pola konsumsi rumah tangga merupakan salah satu indikator kesejahteraan rumah tangga keluarga. Selama ini berkembang pengertian bahwa besar kecilnya proporsi pengeluaran untuk konsumsi makan terhadap seluruh pengeluaran rumah tangga dapat memberikan gambaran kesejahteraan rumah tangga tersebut. Rumah tangga dengan proporsi pengeluaran yang lebih besar untuk konsumsi makan mengindikasikan rumah tangga yang berpenghasilan rendah. Makin tinggi penghasilan tingkat rumah tangga, makin kecil pengeluaran proporsi pengeluaran untuk makanan terhadap seluruh pengeluaran rumah tangga. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa rumah tangga atau keluarga akan semakin sejahtera bila persentase pengeluaran untuk non makanan kurang <80% dari pendapatan.



### c. Pendidikan

Pendidikan merupakan bimbingan atau pertolongan yang diberikan oleh orang dewasa kepada perkembangan anak untuk mencapai kedewasaannya dengan tujuan agar anak cukup melaksanakan tugas hidupnya sendiri tidak dengan bantuan orang lain. Sebagaimana besar masyarakat modern memandang lembaga-lembaga pendidikan sebagai peranan kunci dalam mencapai tujuan sosial pemerintah bersama dengan orang tua telah menyediakan anggaran pendidikan yang diperlukan secara besar-besaran untuk kemajuan sosial dan kemajuan bangsa, untuk mempertahankan nilai-nilai tradisional yang berupa nilai-nilai tradisional yang berupa nilai-nilai luhur yang hasil kewajiban untuk memenuhi hukum-hukum dan norma-norma yang berlaku, jiwa pratistisme dan sebagainya.

### d. Perumahan

Dalam data statistik perumahan dalam konsumsi rumah tangga, berikut konsep dan definisi perumahan menurut Biro Pusat Statistik (BPS) dikatakan perumahan yang dianggap sejahtera adalah tempat berlindung yang mempunyai dinding, lantai, dan atap baik. Bangunan yang dianggap kategori sejahtera adalah luas lantai 10 m dan bagian teluas dari rumah bukan tanah. Status penguasaan tempat milik sendiri.

#### e. Kesehatan

Kesehatan merupakan keadaan sejatara dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial ekonomis. Salah satu ukuran yang sering digunakan untuk membandingkan pembangunan sumberdaya manusia anatar negara adalah *Human Development Index* (HDI) atau *Indeks Pembangunan Manusia* (IPM). Index tersebut merupakan indikator komposit yang terdiri dari indikaror kesehatan (umur harapan hidup waktu lahir). Pendidikan (angka melek huruf), serta ekonomi (pengeluaran riil-perkapital).

Menurut Bintarto (2002), kesejahteraan dapat diukur dari beberapa aspek kehidupan :

- a. Dengan melihat kualitas hidup dari segi materi, seperti kualitas rumah, bahan pangan, dan sebagainya.
- b. Dengan melihat kualitas hidup dari segi fisik, seperti kesehatan tubuh, lingkungan alam, dan sebagainya.
- c. Dengan melihat kualitas hidup dari segi mental, seperti fasilitas pendidikan, lingkungan budaya, dan sebagainya.

Dijelaskan dalam penglompokan lima jenis keluarga sejahtera menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1992 sebagai berikut: (Levi Martin, 2016)

#### 1) Keluarga Pra Sejahtera

Dikatakan keluarga Pra Sejahtera jika keluarga yang belum dapat memenuhi kebutuhan dasarnya secara minimal, seperti kebutuhan

akan pangan, sandang, papan, kesehatan dan pendidikan dasar bagi anak usia sekolah. Yaitu keluarga yang tidak dapat memenuhi syarat-syarat sebagai keluarga sejahtera I.

#### 2) Keluarga Sejahtera I

Dikatakan keluarga sejahtera I jika keluarga yang baru dapat memenuhi kebutuhan dasarnya secara minimal, tetapi belum dapat memenuhi keseluruhan kebutuhan sosial psikologisnya seperti kebutuhan akan agama/ibadah, kualitas makan, pakaian, papan, penghasilan, pendidikan, kesehatan, dan KB.

#### 3) Keluarga Sejahtera II

Dikatakan keluarga sejahtera II jika keluarga yang telah dapat memenuhi seluruh kebutuhan dasar dan kebutuhan sosial psikologisnya, akan tetapi belum memenuhi keseluruhan kebutuhan perkembangannya, seperti kebutuhan untuk peningkatan pengetahuan agama, interaksi dengan anggota keluarga dan lingkungannya, serta akses kebutuhan memperoleh informasi.

#### 4) Keluarga Sejahtera III

Dikatakan keluarga sejahtera III jika keluarga yang telah dapat memenuhi seluruh kebutuhan dasar, kebutuhan sosial dan kebutuhan perkembangannya, namun belum dapat memenuhi kebutuhan aktualisasi diri, seperti sumbangan (kontribusi) secara teratur kepada masyarakat.

### 5) Keluarga Sejahtera III Plus

Dikatakan keluarga sejahtera III plus jika keluarga yang telah dapat memenuhi seluruh kebutuhannya, yaitu kebutuhan dasar, sosial psikologis, pengembangan, serta aktualisasi diri, terutama dalam memberikan sumbangan yang nyata dan berkelanjutan bagi masyarakat.

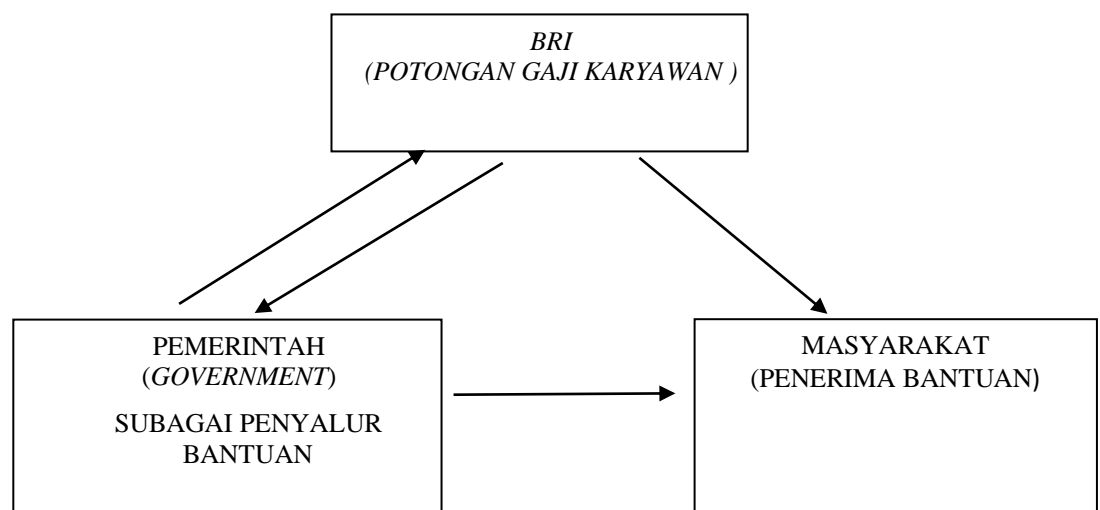
### 3. Masyarakat Terdampak Covid-19

Sejak kasus Covid-19 meningkat di Indonesia, berbagai permasalahan sosial dan ekonomi muncul di tengah masyarakat. Tak dapat dipungkiri jika Covid-19 telah hampir melumpuhkan kondisi sosial ekonomi masyarakat Indonesia. Akibat kasus Corona ini, pemerintah Indonesia mulai melakukan berbagai kebijakan seperti mengeluarkan himbauan *social distancing*, mengeluarkan himbauan untuk *Work From Home* bagi pegawai, memberlakukan pembatasan wilayah, membangun RS khusus untuk penanganan Covid-19, dan lain-lain. Masalah sosial sendiri merupakan suatu ketidaksesuaian antara unsur-unsur kebudayaan atau masyarakat yang membahayakan kehidupan kelompok sosial atau menghambat terpenuhinya keinginan-keinginan pokok warga kelompok sosial tersebut sehingga menyebabkan kepincangan ikatan sosial (Soekanto, 2013). Dengan adanya kebijakan pemerintah ini serta situasi yang semakin genting, tentunya memberikan dampak bagi masyarakat, baik masyarakat menengah ke bawah hingga kalangan elit. Berbagai

masalah sosial ekonomi muncul dan dampaknya langsung terasa oleh masyarakat.

### G. Kerangka Teori

Adapun bagan kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada kerangka berpikir di bawah ini.



Gambar 1  
Kerangka Teori

### H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang berkaitan dengan peneliti yang dilakukan adalah:

Pada prinsipnya tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan agar perusahaan dapat memberi kontribusi untuk kemajuan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Pada poin inilah tampak nyata bahwa pelaku usaha melalui berbagai badan usaha yang berbadan hukum maupun yang bukan berbadan hukum “diminta” untuk bersama-sama dengan

pemerintah mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat sebab perusahaan juga secara etis moral dinilai memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat. Tugas nasional ini tidak lagi dipandang sebagai tanggung jawab Negara semata-mata untuk melaksanakannya (Khoiruddin, 2015:120).

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, jika berbicara tentang CSR terdapat banyak definisi. Kata sosial sering diinterpretasikan sebagai kedermawanan. Padahal CSR terkait dengan *Sustainability* dan *Acceptability*, artinya diterima dan berkelanjutan untuk berusaha di suatu tempat dan perusahaan ingin mempunyai keberlanjutan dalam jangka panjang. CSR merupakan elemen prinsip dalam tata laksana kemasyarakatan yang baik. Bukan hanya bertujuan memberi nilai tambah bagi para pemegang saham. Pada intinya, pelaku CSR tidak memisahkan aktifitas CSR dengan Good Corporate Governance, karena keduanya merupakan satu continuum (rangkaiannya kesatuan), maka CSR tidak hanya mencangkup apa yang seharusnya dilakukan, tapi juga melihat apa yang sebaiknya dijalankan.

## **I. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dipilih karena untuk menyajikan data secara sistematis, faktual, dan akurat

mengenai fakta - fakta yang ada dilapangan. Model Penelitian Deskriptif menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2007:67) “Penelitian Deskriptif adalah suatu bentuk penelitian dasar ditunjukkan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena- fenomena yang ada baik fenomena bersifat alamiah maupun rekayasa manusia.

## **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Ds Candirejo Kec Magetan Kab Magetan yaitu Implementasi CSR BRI Unit Selosari dengan Kabupaten Magetan.

## **3. Responden**

Responden atau subjek penelitian adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat untuk mengungkapkan fakta-fakta di lapangan, sehingga informasi yang dibutuhkan lebih jelas dan mendalam, (Suharsimi Arikunto, 2010 : 145). Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Candirejo Kecamatan Magetan Kabupaten Magetan yang merasakan manfaat dari program CSR yang dilakukan oleh PT Bank BRI Cabang Magetan sebanyak 75 orang.

## **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

### **a. Kuesioner**

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada

responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:142). Kuisisioner dalam penelitian ini ialah dengan cara menyebar pernyataan kepada responden atau masyarakat yang telah ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini, sehingga responden dapat memberikan jawabannya atas pernyataan secara tertulis tersebut.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mencari data informasi dari dokumen catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan gambar atau karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2017:240). Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa implementasi program CSR yang dilakukan PT Bank BRI dan data masyarakat yang menerima dan merasakan program tersebut.

## **5. Instrumen Penelitian**

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner. Daftar pertanyaan atau questioner tertera dalam lampiran. Instrumen penelitian tersebut selanjutnya diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu.

a. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. (Sugiyono, 2017:109). Lebih lanjut disampaikan bahwa instrumen yang memiliki validitas konstruksi, jika instrumen tersebut dapat digunakan



untuk mengukur gejala sesuai dengan yang didefinisikan. Sedangkan instrumen yang harus mempunyai validitas isi (*content validity*) adalah instrumen yang berbentuk test yang sering digunakan untuk mengukur prestasi belajar (*achievement*) dan mengukur efektivitas pelaksanaan program dan tujuan. (Sugiyono, 2017:113). Rumus analisis korelasi product moment (Sugiyono, 2017:55) adalah:

$$R = \frac{n \cdot \Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{\sqrt{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2 \cdot n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}}$$

Dimana :

R = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

Kriteria Pengujian :

Valid, jika r hitung > r tabel

Tidak valid, jika r hitung < r tabel.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel (Ghozali, 2016:132). Teknik perhitungan koefisien reliabilitas yang digunakan disini adalah dengan menggunakan Alpha Cronbach. Bila  $\alpha \geq 0,6$  data layak dipergunakan untuk penelitian Rumus statistiknya adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2017:57):

$$r_{xx'} \geq 2 = 21 - \left[ \frac{S_1^2 + S_2^2}{S_x^2} \right]$$

Dimana :

$S_1^2$  dan  $S_2^2$  = varian skor belahan 1 dan belahan 2.

$S_x^2$  = varian skor tes

Uji validitas dan reliabilitas dianalisis secara komputasi dengan menggunakan program SPSS. Hasil analisis atau uji validitas dan reliabilitas terdapat pada lampiran.

## 6. Analisa Data

Menurut M. Nazir (2009:100) analisis data adalah “Pengelompokan data dengan urutan manipulasi data agar dengan mudah untuk dibaca.”. Berdasarkan tujuan dan jenis penelitian yang dikemukakan, maka analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskripsi. Untuk interpretasi data menggunakan skala pengukuran yang telah ditetapkan dari teori Suharsimi Arikunto (2010) yaitu : “apabila datanya merupakan data kualitatif, maka data tersebut diberi simbol angka, misalnya : bagus (3), cukup (2), jelek (1).” Berdasarkan pendapat tersebut diatas, untuk jawaban setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat diklasifikasikan ke dalam kategori jawaban dengan menggunakan skala likert, dengan rentang 5 (lima) kategori jawaban sebagai berikut :

1. Untuk jawaban a, (Baik ) diberikan nilai 3
2. Untuk jawaban b, ( Cukup ) diberikan nilai 2
3. Untuk jawaban c, ( Jelek ) diberikan nilai 1

Sedangkan nilai pengukuran dari masing-masing responden dapat diklasifikasikan sesuai dengan tinggi rendahnya perhitungan yang diperoleh sehingga dapat diketahui termasuk dalam klasifikasi yang mana setiap responden itu. Dalam menyusun klasifikasi tersebut lebih dahulu dicari besarnya interval dari masing-masing tingkatan, sedangkan untuk mengetahui besarnya interval tersebut dalam statistik digunakan rumus sebagai berikut: (Sutrisno Hadi, 2009)

$$i = \frac{\text{Jarak Pengukuran ( R )}}{\text{Jumlah Interval ( I )}}$$

Keterangan :

i : Jarak Interval

R : Angka tertinggi dari pengukuran dikurangi angka terendah dari pengukuran.