

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian semi kuantitatif yang dilakukan di kantor pusat PT Pertamina (Persero) DPPU Adisutjipto Yogyakarta untuk memperoleh gambaran perusahaan mengenai program CSR, serta terjun langsung pada masyarakat sebagai penerima manfaat program CSR Pertamina tahun 2018 di Dusun Kalongan, Kec. Maguwoharjo, Sleman, Yogyakarta . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat sekitar atas partisipasi/peranan terhadap perancangan dan pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* pada PT Pertamina (Persero) DPPU Adisutjipto Yogyakarta serta tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) DPPU Adisutjipto Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, angket dan studi pustaka . Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan angket, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang berhubungan dengan penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* dengan alat pengolah data SPSS versi 20.0 dan Microsoft Excell yang mengacu pada metode deskriptif. Tingkat partisipasi dalam program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) DPPU Adisutjipto Yogyakarta periode tahun 2018 berada pada kategori aktif dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR nya berada pada kategori puas. Persepsi masyarakat terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atas program CSR yang telah dilaksanakan terdapat 4 faktor yang dinilai kinerjanya sudah baik dan harus dipertahankan, yaitu komunikasi penyampaian progtram CSR, bahasa penyampaian, kesesuaian program dengan harapan masyarakat dan pemberian motivasi. Adapun 10 faktor yang dinilai kinerjanya tidak perlu diprioritaskan oleh PT.Pertamina DPPU Adisutjipto yaitu penguasaan materi program CSR, ketepatan waktu penerimaan program CSR, perencanaan program CSR (Sistematika program CSR), monitoring program CSR (Sistematika program CSR), evaluasi program CSR (Sistematika program CSR), penggunaan metode atau alat bantu, daya,simpati,sikap, kesempatan berpendapat dan kepuasan masyarakat.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, Persepsi, Masyarakat.

ABSTRACT

This research is a semi quantitative research conducted at PT Pertamina (Persero) DPPU Adisutjipto Yogyakarta to obtain company description about CSR program, and directly to the community as the beneficiaries of Pertamina CSR program in 2018 in Kalongan Subdistrict, Kec. Maguwoharjo, Sleman, Yogyakarta. This study aims to determine the perception of the community around the participation / role on the design and implementation of the Corporate Social Responsibility program in PT Pertamina (Persero) DPPU Adisutjipto Yogyakarta and the level of community satisfaction on CSR programs that have been done by PT Pertamina (Persero). Data collection methods used in this study are interviews, questionnaires and literature study. Primary data were obtained from interviews and questionnaires, while secondary data were obtained through literature studies related to the study. This research uses analysis of Importance Performance Analysis with SPSS data processing tool version 20.0 and Microsoft Excell. Participation level in CSR program organized by PT Pertamina (Persero) DPPU Adisutjipto Yogyakarta period 2018 is in active category and level of satisfaction of society to its CSR program is in satisfied category. Public perceptions on the level of importance and level of performance of CSR programs that have been implemented there are 4 factors that are considered good performance and must be maintained, namely communication delivery CSR program, language delivery, the suitability of the program with community expectations and motivation. There are 10 factors that are shouldn't be prioritized by PT.Pertamina DPPU Adisutjipto is the mastery of CSR program materials, the timely acceptance of CSR programs, CSR program planning, CSR program monitoring, CSR program evaluation (Systematics CSR programs), the use of methods or tools, power, sympathy, attitudes, opportunities to give opinion and community satisfaction.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Perception, Society*