

EFEKTIVITAS PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DI PT. PLN (PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA) ULPLTD (UNIT LAYANAN PEMBANGKIT LISTRIK DIESEL) KOLAKA

Nurul Akramila^{1*}, Ihyani Malik², M. Amin Umar³

1. Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia
2. Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia
3. Ilmu Administrasi Negara, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

Abstract

This study aims to determine the effectiveness of the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) Program at PT. PLN (Persero) ULPLTD Kolaka. The type of research used is a qualitative research method with a descriptive type of research. The results of the study are 1) Achieving Goals, it is enough to see the maximum targets and goals achieved, which are apart from being the responsibility of the company as well as for the welfare of the community. 2) Integration, it is not maximized, seeing that the company does not really socialize and communicate with the community evenly but focuses more on socialization and communication to the local government, so that the community does not really understand the Corporate Social Responsibility (CSR) program. 3) Adaptation, has been maximal enough considering that several Corporate Social Responsibility (CSR) programs that have been carried out are in accordance with the needs of the target or community.

Keywords: *corporate social responsibility, effectiveness*

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. PLN (Persero) ULPLTD Kolaka. Jenis penelitian yang di gunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Hasil penelitian yaitu 1) Pencapaian Tujuan, sudah cukup maksimal melihat target sasaran dan tujuan yang di capai yaitu selain sebagai tanggungjawab perusahaan juga untuk mensejahterakan masyarakat. 2) Integrasi, belum maksimal melihat perusahaan tidak benar-benar melakukan sosialisasi dan komunikasi dengan masyarakat secara merata tetapi lebih memfokuskan sosialisasi dan komunikasi kepada pemerintah setempat, sehingga masyarakat tidak benar-benar paham tentang program *Corporate Social Responsibility* (CSR). 3) Adaptasi, sudah cukup maksimal mengingat beberapa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilakukan sudah sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan pada target sasaran atau masyarakat.

Kata kunci: *corporate social responsibility, efektivitas*

* nurulakramila@gmail.com

PENDAHULUAN

Berkembangnya suatu negara dapat dilihat dari pertumbuhan ekonominya yang pesat dari sektor mikro ataupun makro, dalam mewujudkan kehidupan bangsa yang sejahtera. Indonesia merupakan negara berkembang yang sedang mengalami pertumbuhan baik dari sektor pertanian, pertambangan bahkan industri. Baik industri kecil, sedang, maupun besar. Industri merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang cukup strategis untuk menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat secara cepat. Dalam hal ini pemerintah berusaha untuk mengembangkan usaha industri dalam meningkatkan perekonomian bangsa.

Pada zaman modern saat ini, perusahaan tidak dihadapkan lagi pada tanggungjawab yang hanya berfokus pada aspek keuntungan, melainkan bagaimana perusahaan juga diharapkan mampu memberikan sumbangsih sosial kepada masyarakat sekitar karena dukungan dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan serta kemajuan suatu perusahaan.

Peraturan pemerintah tentang industri jelas terlampir di dalam Undang-Undang dan sesuai peraturan

Pemerintah Republik Indonesia nomor 13 tahun 1995 Pasal 2 dimana Setiap pendirian Perusahaan Industri wajib memperoleh Izin Usaha Industri. Dan Perusahaan Industri sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat berbentuk perorangan, perusahaan persekutuan, atau badan hukum yang berkedudukan di Indonesia serta tanggung jawab perusahaan atau industri tersebut jelas terlampir di dalam peraturan dan undang-undang tentang industri.

Perusahaan merupakan bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus, bekerja dan serta berkedudukan dalam suatu wilayah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Dalam menjalankan usahanya suatu perusahaan tidak boleh melupakan aspek-aspek dalam usaha, baik aspek sosial, aspek hukum, maupun agama. Dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang dokumen perusahaan, yang dimaksud dengan perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba, baik yang diselenggarakan perseorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam

wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menuntut setiap perusahaan untuk dapat berkompetisi baik dalam taraf lokal maupun global, sehingga diperlukan sebuah strategi bisnis bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Salah satu strategi untuk bertahan dalam persaingan yang ketat adalah memiliki hubungan baik dengan berbagai pihak diantaranya adalah pihak internal seperti pemegang saham, manager dan karyawan serta pihak eksternal yaitu konsumen dan komunitas lokal antara lain pemerintah, media dan masyarakat di sekitar perusahaan. Dalam hal ini perusahaan diajak terlibat secara langsung untuk menangani permasalahan sosial yang muncul di masyarakat melalui sebuah paradigma baru mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

Bentuk pertanggungjawaban perusahaan bersifat wajib dan menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk menerapkan dilingkungan masyarakat. Sesuai dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Dimana setiap perusahaan wajib mengeluarkan tanggung jawab

kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu beroperasi. Seperti melakukan sesuatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial. khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka telah melakukan banyak hal kepada masyarakat secara langsung misalnya pembangunan mesjid di kabupaten kolaka, bantuan pembangunan rumah kepada masyarakat yang kurang mampu. Di lansir dari berita sultrakini.com bantuan yang disalurkan dari porgram *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu berupa pembangunan dan renovasi sarana ibadah, pembangunan sarana air bersih, pembagunan sarana pendidikan, bantuan pembuatan tempat sampah dan juga bantuan bibit kepada kelompok tani.

Fakta yang terjadi di lapangan bahwa jenis bantuan yang di berikan kepada masyarakat dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka seperti renovasi sarana ibadah, pembangunan sarana air bersih, bantuan listrik gratis dan juga bantuan bibit kepada kelompok tani ini tidak tersalurkan secara merata di kabupaten kolaka sehingga program ini masih belum dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat kemudian program ini juga belum tersosialisasikan secara baik sehingga masyarakat menganggap beberapa bantuan atau program-program tersebut berasal dari pemerintah daerah serta kurangnya partisipasi masyarakat dalam program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka.

Perusahaan yang melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap citra yang dimiliki perusahaan. Dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tepat, tentu harapan yang diinginkan tersebut akan tercapai. Citra yang dimiliki perusahaan menjadi salah satu pilar bagi perusahaan yang sadar akan pentingnya sustainability dibandingkan hanya berorientasikan terhadap profitability.

Selanjutnya dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang kemudian diberikan langsung kepada masyarakat sekiranya dari pihak perusahaan harus mampu menyeleksi dan memilih masyarakat mana yang memang perlu dan layak untuk diberikan bantuan sehingga program ini kemudian dapat membawa sebuah dampak baik untuk perubahan itu sendiri dan memberikan manfaat besar pada kondisi sosial ekonomi masyarakat sebelum dan sesudah menerima program dari *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan latar belakang di atas penulis untuk mengetahui efektivitas dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Efektivitas Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. PLN (Perusahaan Listrik Negara) ULPLTD (Unit Layanan Pembangkit Listrik Tenaga Diesel) Kolaka”.

Menurut Richard M. Strees dalam (Fund, 2015) untuk mengukur sebuah efektivitas ada 3 (tiga) poin yang perlu diperhatikan antara lain sebagai berikut : a) Pencapaian tujuan artinya dimana melihat keseluruhan upaya pencapaian tujuan yang harus dipandang di antaranya dengan memperhatikan kurun waktu dan sasaran. b) Integrasi artinya

dengan melihat tingkat suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi dan komunikasi dengan berbagai macam pihak lainnya. c) Adaptasi artinya untuk mengukur kemampuan sebuah organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan, apa yang di berikan untuk sesuai dengan apa yang di butuhkn dilapangan atau masyarakat.

Al-islami (2020) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai suatu tindakan atau gerakan yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, serta peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat yang ada di lingkungan sekitar perusahaan. Aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan bermanfaat dalam meningkatkan penjualan, citra perusahaan, menunjukkan brand positioning, serta meningkatkan daya tarik perusahaan baik di mata investor maupun analis keuangan.

Hendrik (2008) dalam (Fiantis, 1967) menguraikan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain: 1). Mempertahankan dan mendongkrak reputasi atau citra merek perusahaan, 2). Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara socialMereduksi resiko demi kepentingan positif perusahaan, 3).

Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha, 4). Membuka peluang pasar yang luas, 5). Mereduksi biaya misalnya terkait dengan pembuangan limbah, 6). Memperbaiki hubungan dengan stakeholder, 7). Memperbaiki hubungan dengan regulator, 8). Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, 9). Peluang mendapatkan penghargaan.

Ada empat manfaat (Fiantis, 1967), *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap perusahaan yaitu :1). *Brand Differentiation*, artinya dalam persaingan pasar yang kian kompetitif *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa memberikan citra perusahaan yang baik, hingga pada akhirnya akan menciptakan costumer loyalty, 2). *Human resources*, artinya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. 3). *License to operate*, artinya perusahaan yang menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat mendorong pemerintah dan publik memberi „izin“ bisnis. Karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas, 4). *Risk management* artinya manajemen resiko merupakan isu sentral bagi bagi setiap perusahaan.

Reputasi perusahaan yang dibangun Efektifitas Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya “*doing the right thing*” berguna bagi perusahaan dalam mengelola risiko-risiko bisnis.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan *social responsibility* yang berhubungan dengan pihak internal dan eksternal perusahaan. Menurut Kurniawan (2015) Pemahaman tentang CSR pada umumnya berkisar pada tiga hal pokok yaitu: a). suatu peran yang sifatnya sukarela (*voluntary*) dimana suatu perusahaan membantu mengatasi masalah sosial dan lingkungan, oleh karena itu perusahaan memiliki kehendak bebas untuk melakukan atau tidak melakukan peran ini, b). disamping sebagai institusi profit, perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kederawatan (*philanthropy*) yang tujuannya untuk memberdayakan sosial dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat eksplorasi dan eksploitasi, c). *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk kewajiban (*obligation*) perusahaan untuk peduli terhadap dan mengentaskan krisis kemanusiaan dan

lingkungan yang terus meningkat, d). Pemahaman *Corporate Social Responsibility* (CSR) selanjutnya didasarkan oleh pemikiran bahwa bukan hanya Pemerintah melalui penetapan kebijakan publik (*publicpolicy*), tetapi juga perusahaan harus bertanggungjawab terhadap masalah-masalah sosial. Bisnis didorong untuk mengambil pendekatan pro aktif terhadap pembangunan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan selama 2 (dua) bulan. Lokasi penelitian ini adalah PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka yang beralamat di jalan pemuda kabupaten kolaka, Sulawesi tenggara. Alasan penulis mengambil lokasi ini sebagai lokasi penelitian karena berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti adalah bahwa PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka memiliki program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bertujuan untuk membantu kesejahteraan dan kemandirian ekonomi masyarakat yang ada di kabupaten Kolaka.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif, artinya penelitian ini berdasarkan data dari wawancara dengan informan, catatan lapangan dan dokumen resmi. yang menjadi tujuan penelitian kualitatif

adalah menjelaskan kenyataan empirik dari fenomena secara terperinci, mendalam dan tuntas tentang Efektivitas Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka.

Sedangkan tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan di dukung data kualitatif di mana berusaha mengungkapkan suatu fakta atau realita fenomena sosial tertentu sebagaimana adanya dan memberikan gambaran secara objektif tentang keadaan atau permasalahan yang dihadapi.

Adapun sumber data yang di peroleh adalah 1) Data primer merupakan data yang di dapatkan dari lapangan atau tempat penelitian. Sumber data yang pokok di peroleh dari wawancara informan, seperti manager dan staf yang ada di PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka serta masyarakat yang terlibat. 2) Data sekunder merupakan data pendukung agar memperkuat dan melengkapi informasi yang telah di lakukan melalui wawancara dengan informan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, menggunakan, 1) Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden. Dalam pengumpulan data dilakukan teknik wawancara tatap muka dan mengadakan tanya jawab kepada

kepala kantor PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka dan beberapa masyarakat yang telah terlibat dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR). 2). Studi dokumentasi ini di lakukan untuk memperoleh data sekunder dengan cara melakukan kajian terhadap data-data dokumen pribadi dan dokumen resmi, baik berupa visual maupun tulisan yang berkaitan dengan penelitian yang di teliti. 3) Observasi, melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian secara berulang terhadap suatu objek pengamatan pada tempat yang sama maupun berbeda. Observasi ini difokuskan pada pengamatan langsung ditempat penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan program yang dilaksanakan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial di lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga merupakan investasi jangka panjang yang berguna untuk mengurangi resiko sosial, serta berguna untuk sebagai sarana meningkatkan citra positif di mata masyarakat atau publik.

Bentuk pengimplementasian dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya berfokus pada keuntungan perusahaan tetapi juga memberikan dampak besar bagi masyarakat di sekitar perusahaan tersebut, maka semakin efektif program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin baik dalam membantu pemerintah meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat yang di kabupaten kolaka.

Pencapaian Tujuan

Pencapaian tujuan merupakan upaya keseluruhan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dengan memperhatikan dari kurun waktu dan sasaran yang merupakan target konkrit sehingga dipandang sebagai suatu proses. Untuk mengukur efektivitas dapat menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai atau tidaknya indikator yang telah di tetapkan terutama dalam hal pencapaian tujuan dari PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka dalam melaksanakan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sesuai dalam undang-undang No. 40 tahun tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UU PT) yang disahkan pada tanggal 20 juli 2007 yang menegaskan bahwa dimana setiap perusahaan wajib

mengeluarkan tanggungjawab kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Pada indikator pencapaian tujuan dimana dengan melihat upaya-upaya yang di lakukan daam mencapai tujuan dalam hal dengan memperhatikan target sarasanya, PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka telah berhasil dalam seluruh tujuan yang di programkan. Berdasarkan hasil wawancara dari pihak PLN itu sendiri telah terlaksankanya beberapa kegiatan atau program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diberikan kepada masyarakat seperti bantuan gerobak jualan, rehab rumah, bantuan pipa air dan beberapa bantuan lainnya dan yang menerima bantuan tersebut pun di anggap layak untuk mendapatakn bantuan tersebut dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga selain sebagai kewajiban dari perusahaan juga untuk membantu mensejahterakan dan memberdayakan masyarakat di sekitaran kolaka sehingga hal ini tidak hanya memberikan keuntungan kepada perusahaan dan juga memberikan citra positif serta terbangunnya hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar, juga memberikan dampak positif dan hal ini pun bisa di rasakan langsung oleh masyarakat utamanya mereka yang pernah merasakan langsung bantuan dari

program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang di lakukan oleh PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka.

Integrasi

Integrasi merupakan pengukuran terhadap kemampuan suatu organisasi dalam mengadakan saosialiasasi dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lain yang terkait dengan program tersebut. Integrasi ini menyangkut dengan proses sosialisasi yang dilakukan antara pihak perusahaan baik kepada pemerintah setempat maupun kepada masyarakat.

Sosialisasi kepada pemerintah dan masyarakat di anggap penting untuk mengukur efektivitas dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga pihak pemerintah maupun masyarakat mengetahui maksud dan tujuan dari sebuah perusahaan mengenai hal apa yang akan di lakukan sehingga program ini bisa tepat sasaran dengan melihat kebutuhan utama masyarakat sehingga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pada indikator integrasi dengan memperhatikan pola komunikasi dan sosialisasi yang di lakukan oleh PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka terkait dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang akan di laksanakan belum dapat di katakan

efekif. Berdasarkan hasil wawancara yang di peroleh dari pihak PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka dan juga beberapa masyarakat memberikan keterangan bahwa komunikasi hanya di sampaikan kepada pemerintah saja sehingga masyarakat merasakan bahwa mereka tidak terlalu di libatkan dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang akan di laksanakan oleh PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka. Hal ini pun membuat masyarakat kurang memahami dan tidak mengetahui jelas tentang program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang di jalankan oleh PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka.

Adaptasi

Adapatasi merupakan proses menyesuaikan diri dengan lingkungannya, yaitu dengan mengukur antara kesesuaian program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan melihat keadaan masyarakat mengenai hal apa yang paling mereka butuhkan khususnya masyarakat di sekitaran kolaka, sehingga dengan terealisasinya program dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) benar-benar dapat di rasakan langsung dampaknya oleh masyarakat. Dan dengan adanya proses adaptasi dari pihak PT PLN ULPLTD kolaka dari program *Corporate Social*

Responsibility (CSR) yang di lakukan dapat tepat sasaran dengan melihat fakta yang terjadi di lapangan bukan hanya sekedar melaksanakan program tanpa memperhitungkan dampak dan manfaatnya untuk masyarakat.

Pada indikator adaptasi untuk mengukur efektivitas program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka yaitu dengan melihat kesesuaian antara program yang di jelankan dengan fakta keadaan yang terjadi di lapangan dengan melihat hal mendasar apa yang paling di butuhkan oleh masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan baik itu dari pihak PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka dan juga pihak masyarakat yang menerima bantuan langsung dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sama-sama memberikan keterangan bahwa program yang di jalankan dan apa yang menjadi kebutuhan dasar dari masyarakat itu telah sesuai, meskipun dalam hal ini masih terdapat kekurangan karena beberapa program masih dalam tahap perencanaan dan belum di implementasikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas yang telah di lakukan, maka di tuliskan kesimpulan sebagai berikut:

Dalam Pencapaian tujuan pada PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka sudah cukup baik dalam hal ini jika kembali melirik berbagai macam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang di lakukan seperti pada lingkungan, sosial dan ekonomi sudah sesuai dengan target sarannya.

Integrasi pada PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka belum di katakan maksimal karena beberapa dari hasil wawancara komunikasi dan sosialisasi hanya di lakukan pada pihak pemerintah setempat dan tidak melibatkan masyarakat secara langsung sehingga masyarakat tidak mengetahui dan memahami mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Adaptasi pada PT. PLN (PERSERO) ULPLTD Kolaka sudah cukup maksimal karena dalam hal ini program yang ada dan telah di jalankan sudah sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan utama masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fiantis, D. (1967). Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Citra Perusahaan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Fund, V. (2015). *Efektivitas Pengelolaan Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Desa Cigondewah Hilir Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung)* Oleh : Dewi

*Nurmalasari , Endang Irawan
Supriyadi Abstrak Pendahuluan
Dana Desa yang bersumber
ditransfer melalui AP. 2, 64–74.*

Kurniawan, M. (2015). Penelitian sosial dalam rangka meningkatkan efektivitas program csr di desa segamit studi kasus pt. supreme energy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 06(01), 35–38.