

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat

Qasthari Aslan Rafiandi^{1*}, Moh. Amin², Arista Fauzi Kartika³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Koresponden: Rafiandi1302@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to evaluate whether Corporate Social Responsibility (CSR) has an impact on people's lives. This research adopts a quantitative approach, utilizing primary data. The purposive random sampling method was applied to obtain data randomly based on predetermined criteria, involving 212 respondents. The research results show that CSR has a significant positive influence on community welfare. Several indicators contributing to this influence include Corporate Social Responsibility Goals, Corporate Social Issues, and Corporate Relations Programs. These findings underscore the importance of companies committing to CSR initiatives that not only focus on sustainability and social responsibility but also make a tangible contribution to improving the quality of life within communities.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, community welfare, corporate social issues*

PENDAHULUAN

Latar belakang

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh berbagai perusahaan di Indonesia terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menerapkan konsep Pengembangan Komunitas untuk melindungi ekosistem. Secara keseluruhan, program CSR kini semakin sering diintegrasikan ke dalam strategi bisnis perusahaan. Banyak perusahaan saat ini tidak hanya fokus pada pengembangan dan keterlibatan masyarakat (*community involvement* dan *community development*), tetapi juga pada penerapan CSR yang sesuai dengan tujuh subjek inti ISO 26000. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen berkelanjutan dari dunia bisnis untuk berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Selain itu, CSR bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga mereka, serta komunitas lokal dan masyarakat secara umum.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkembang sebagai prinsip yang menyatakan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab atas dampak yang mereka timbulkan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. CSR penting bagi perusahaan sebagai bentuk nyata dari partisipasi mereka dalam pembangunan negara. Dengan adanya CSR, negara terbantu dalam mengatasi masalah kehidupan masyarakat, sehingga kualitas hidup mereka dapat meningkat. Keterkaitan antara CSR dan kesejahteraan sangat penting karena CSR adalah tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitarnya. Selain itu, kesejahteraan masyarakat juga mempengaruhi keberlanjutan operasional perusahaan. Program CSR diimplementasikan secara sistematis, terstruktur, dan berkala. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan selalu fokus pada isu-isu vital yang dihadapi oleh masyarakat sekitar sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan hidup mereka.

Penerapan CSR di Indonesia masih memerlukan perhatian lebih dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, dan perusahaan. Banyak perusahaan di Indonesia belum menerapkan CSR dengan optimal (An Naser & Bandrang, 2020) karena mereka beranggapan bahwa CSR tidak memberikan dampak positif bagi keberlanjutan perusahaan. Padahal, CSR sudah diatur dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2014 tentang Panas Bumi, Pasal 65 Ayat 2, yang menyatakan bahwa dalam kegiatan panas bumi, masyarakat berhak mendapatkan manfaat dari aktivitas perusahaan melalui kewajiban perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan mengembangkan masyarakat sekitar. Untuk menilai keberhasilan CSR suatu

perusahaan, diperlukan indikator seperti *Corporate Social Responsibility Goal*, *Corporate Social Issue*, dan *Corporate Relation Program*.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut maka peneliti memberi judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kesejahteraan hidup masyarakat”

Rumusan masalah

1. Bagaimana Pengaruh *Corporate Social Responsibility Goal*, *Corporate Social Issue* dan *Corporate Relation Program* terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.
2. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility Goal* kepada kesejahteraan hidup masyarakat.
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Issue* kepada kesejahteraan hidup masyarakat.
4. Bagaimana pengaruh *Corporate Relation Program* kepada kesejahteraan hidup masyarakat.

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan *Corporate Social Responsibility Goal*, *Corporate Social Issue* dan *Corporate Relation Program* terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility Goal* terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Issue* terhadap kesejahteraan masyarakat.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Relation Program* terhadap kesejahteraan masyarakat.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari riset ini antara lain :

1. Teoritis
 - a. Bagi perusahaan agar perusahaan dapat mengetahui apakah Penerapan Implementasi *Corporate Social Responsibility* perusahaan terhadap kesejahteraan hidup masyarakat sudah merata atau belum.
 - b. Sebagai bahan perbandingan antara ilmu kuliah dan *real life* yang ada sehingga dapat membuktikan apakah ilmu yang di pelajari di kuliah sudah sesuai dengan kenyataan yang berlangsung di masyarakat atau belum.
 - c. Dapat menjadi pijakan dan preferensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penerapan implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap kesejahteraan masyarakat.
2. Praktis
 - a. Memberikan informasi kepada pembaca mengenai penerapan CSR kepada kesejahteraan hidup masyarakat.
 - b. Bagi masyarakat umum dan karyawan sebagai gambaran umum terhadap program-program yang di lakukan oleh CSR terhadap kesejahteraan masyarakat.
 - c. Sebagai penambah wawasan dan pengalaman langsung tentang penerapan CSR terhadap kesejahteraan masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. CSR muncul sebagai prinsip yang menyatakan bahwa perusahaan harus sepenuhnya bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Pentingnya CSR bagi perusahaan bukan hanya untuk mematuhi regulasi, tetapi juga sebagai wujud partisipasi perusahaan dalam pembangunan negara. Melalui CSR, perusahaan dapat membantu memperbaiki kondisi kehidupan masyarakat dan lingkungan, sehingga mendukung upaya negara dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Wibisono (2007) menjelaskan bahwa penerapan CSR oleh perusahaan terdiri dari empat tahap, yaitu perencanaan, implementasi, evaluasi, dan pelaporan. Tanggung jawab sosial yang dijalankan oleh perusahaan dapat dilakukan melalui tiga model: keterlibatan langsung, melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, dan bermitra dengan pihak lain.

Corporate Social Responsibility Goal

Corporate Social Responsibility (CSR) Goal merupakan manifestasi dari kepedulian sosial perusahaan dalam meningkatkan peran dan kontribusinya dalam masyarakat. Perusahaan menyadari bahwa kesuksesannya tidak terlepas dari dukungan dan hubungannya dengan masyarakat di sekitarnya. Dari segi ekonomi, perusahaan tidak akan mencapai tujuan profit maksimal jika produk atau layanannya tidak diterima oleh masyarakat atau konsumen. Dalam konteks ini, konsumen merupakan bagian integral dari komunitas masyarakat yang memiliki peran krusial dalam menentukan kesuksesan perusahaan. Oleh karena itu, kerja sama dan dukungan dari masyarakat menjadi kunci bagi keberlanjutan operasional perusahaan dalam lingkungan sosial yang dinamis.

Corporate Social Issue

Corporate Social Issue sendiri dalam hal ini akan berjalan terus seiring dengan terwujudnya berbagai macam isu-isu pandangan masyarakat terhadap perusahaan yang harus ditanggapi oleh perusahaan itu sendiri. Seiring dengan berjalannya waktu isu-isu akan selalu bermunculan dengan semakin berbedanya pandangan hidup masyarakat. Pandangan masyarakat terus berubah seiring dengan terjadinya gejala-gejala sosial yang terjadi di tengah masyarakat terutama krisis ekonomi dunia, persoalan buruh, komunikasi antara pemerintah dengan perusahaan bahkan hubungan pekerja dengan perusahaan.

Corporate Relation Program

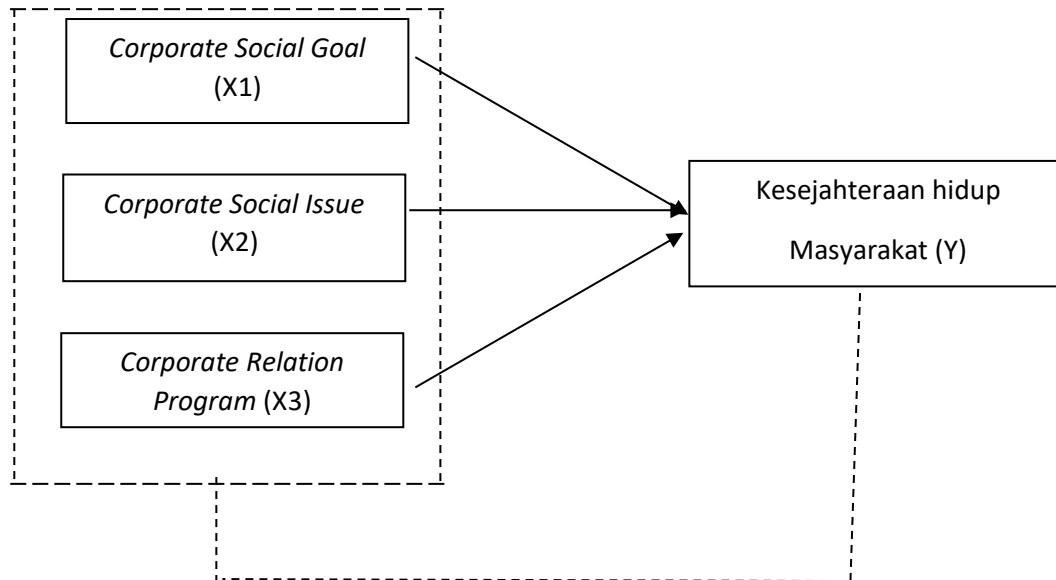
Implementasi program CSR merupakan langkah konkret yang diambil oleh perusahaan untuk menjalin hubungan yang erat dengan masyarakat. Melalui program-program CSR, perusahaan berupaya memenuhi beragam kebutuhan yang dimiliki oleh masyarakat sekitar. Menurut Nerissa A (2022), CSR merupakan implementasi dari konsep *quadruple bottom line*, yang menekankan bahwa perusahaan harus unggul dalam empat aspek, yaitu *people* (karyawan), *planet* (lingkungan), *profit* (finansial dan keuntungan), serta *prosperity* (kesejahteraan bagi masyarakat). Ini menandakan bahwa keberhasilan sebuah perusahaan tidak hanya diukur dari segi keuangan semata, tetapi juga dari dampaknya terhadap karyawan, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, perusahaan dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan sambil memberikan manfaat positif bagi semua pihak yang terlibat.

Kesejahteraan Masyarakat

Masyarakat berarti pergaulan hidup kumpulan manusia yang hidup bersama dan terikat dengan peraturan. Menurut Nurmansyah dkk dalam buku pengantar antropologi (2019) menjelaskan bahwa sejumlah manusia yang jadi satu kesatuan golongan yang berhubungan tetap dan mempunyai kepentingan yang sama. Manusia merupakan makhluk yang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan. Manusia juga menjadi salah satu pengaruh bagi kelestarian lingkungan sekitar (Afrini dan Khairunnisa Sirait).

Kerangka konseptual

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan tinjauan teori, maka kerangka konsep dalam penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut:



Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian dan tinjauan teori dirumuskan hipotesis

- H1. *Corporate Social Responsibility Goal, Corporate Social Issue dan Corporate Relation Program* berpengaruh terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.
- H1a. Pengaruh *Corporate Social Responsibility Goal* terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.
- H1b. Pengaruh *Corporate Social Issue* terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.
- H1c. Pengaruh *Corporate Relation Program* terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.

Metode penelitian

Jenis penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian asosiatif kausal, yang mengkaji hubungan sebab-akibat antara variabel X (implementasi CSR) dan variabel Y (tingkat kesejahteraan masyarakat). Pendekatan kuantitatif digunakan karena data disajikan dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk mengevaluasi pengaruh implementasi CSR terhadap kesejahteraan masyarakat. Menurut Sugiyono (2019), penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan kausalitas mengimplikasikan adanya hubungan sebab-akibat.

Populasi dan Sampel

Populasi

Dalam konteks penelitian ini, populasi mengacu pada semua individu atau entitas di daerah Karanglo, Banjararum, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian. Populasi ini menjadi basis untuk pengumpulan data dan analisis yang akan digunakan untuk membuat generalisasi atau kesimpulan terkait dengan topik penelitian yang sedang dibahas.

Sampel

Dalam penelitian ini, sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu. Metode purposive sampling digunakan untuk memilih sampel yang dianggap dapat memberikan informasi yang relevan dan representatif sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, sampel penelitian adalah masyarakat di daerah

Karanglo yang memenuhi kriteria sebagai warga desa, anggota karang taruna, dan perangkat desa. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan sampel yang dipilih dapat memberikan gambaran yang baik tentang implementasi CSR dan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut.

Variabel Penelitian

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Goal* (X_1), *Corporate Social Issue* (X_2), dan *Corporate Relation Program* (X_3). Variabel dependen pada penelitian ini adalah kesejahteraan hidup masyarakat (Y).

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu data primer. Penelitian ini menggunakan Kuisioner yang di sebarakan kepada masyarakat yang tinggal di sekitaran perusahaan .

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

	N	Min.	Maks.	Mean	Std. Deviation
<i>Corporate Social Responsibility Goal</i> (X_1)	212	2	5	4.09	0.71
<i>Corporate Social Issue</i> (X_2)	212	2	5	4.35	0.62
<i>Corporate Relation Program</i> (X_3)	212	2	5	4.14	0.73
Kesejahteraan hidup masyarakat (Y)	212	2	5	4.19	0.68
Valid N (listwise)	212				

Uji Statistik Deskriptif

1. Pada variabel *Corporate Socil Responsibility Goal* diperoleh nilai minimum 2 dan maximum 5 rata rata 4.09 serta standar deviasi 0.71.
2. Pada variabel *Corporate Social Issue* diperoleh nilai minimum 2 maximum 5 dan rata-rata 4.35 serta standar deviasi 0.62.
3. Pada variabel *Corporate Relation Program* diperoleh nilai minium 2 maximum 5 rata-rata 4.14 serta standar deviasi 0.73.
4. Pada variabel kesejahteraan hidup masyarakat diperoleh nilai minimum 2 maksimum 5 rata-rata 4.19 serta standar deviasi 0.68.

Uji instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Sig.	Keputusan
(X1)	X1.1	0.741	0.135	0.000	Valid
	X1.2	0.757	0.135	0.000	Valid
	X1.3	0.725	0.135	0.000	Valid
	X1.4	0.764	0.135	0.000	Valid
	X1.5	0.773	0.135	0.000	Valid
	X1.6	0.794	0.135	0.000	Valid
	X1.7	0.742	0.135	0.000	Valid
	X1.8	0.599	0.135	0.000	Valid
	X1.9	0.590	0.135	0.000	Valid
(X2)	X2.1	0.778	0.135	0.000	Valid
	X2.2	0.832	0.135	0.000	Valid
	X2.3	0.894	0.135	0.000	Valid
	X2.4	0.901	0.135	0.000	Valid
	X2.5	0.775	0.135	0.000	Valid
	X2.6	0.790	0.135	0.000	Valid

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Sig.	Keputusan
(X3)	X3.1	0.890	0.135	0.000	Valid
	X3.2	0.821	0.135	0.000	Valid
	X3.3	0.903	0.135	0.000	Valid
	X3.4	0.814	0.135	0.000	Valid
(Y)	Y.1	0.801	0.135	0.000	Valid
	Y.2	0.854	0.135	0.000	Valid
	Y.3	0.757	0.135	0.000	Valid
	Y.4	0.593	0.135	0.000	Valid

Sumber: Data primer, diolah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item pada variabel Tujuan CSR (X1), Isu Sosial Perusahaan (X2), Program Hubungan Perusahaan (X3), dan Kesejahteraan Hidup Masyarakat (Y) memiliki nilai probabilitas kurang dari 0,05. Ini berarti bahwa signifikansi hasil korelasi *Pearson product moment* untuk semua butir pertanyaan tersebut memenuhi tingkat kesalahan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dengan demikian, semua pernyataan pada variabel X dan Y dapat disimpulkan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel Uji Reliabilitas

Item	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility Goal (X1)</i>	0.882	Reliabel
<i>Corporate Social Issue (X2)</i>	0.908	Reliabel
<i>Corporate Relation Program (X3)</i>	0.878	Reliabel
Kesejahteraan Hidup Masyarakat (Y)	0.729	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas untuk variabel *Corporate Social Responsibility Goal (X1)* , *Corporate Social Issu (X2)*, *Corporate Relation Program (X3)* dan kesejahteraan hidup masyarakat (Y) memiliki nilai *Alpha cronbach* > 0.6 sehingga pernyataan yang digunakan telah handal. Karena semua pernyataan telah valid dan reliabilitas maka selanjutnya dapat dilakukan pengujian asumsi klasik.

Uji Normalitas

Metode yang digunakan adalah *kolmogorov-smirnov* untuk mengetahui signifikan data terdistribusi normal apabila $> \alpha = 0,05$ maka di katakan normal.

Tabel. One Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		212
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11826247
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.048
	Negative	-.045
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas diketahui nilai signifikansi hasil uji normalitas pada nilai residual adalah sebesar 0,200 > 0,05 yang dapat diartikan model regresi pada penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Multikolinearitas

Tabel Uji Multikolinieritas

Model	Collinearty Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
<i>Corporate Social Responsibility (X1)</i>	.727	1.376	Bebas dari Multikolinearitas
<i>Corporate Social Issue (X2)</i>	.927	1.029	Bebas dari Multikolinearitas
<i>Corporate Relation Program (X3)</i>	.739	1.353	Bebas dari Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah

Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa setiap variabel bebas memiliki nilai toleransi $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 pada variabel Tujuan CSR (X1), Isu Sosial Perusahaan (X2), dan Program Hubungan Perusahaan (X3). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa asumsi multikolinieritas telah terpenuhi dan tidak terjadi multikolinieritas.

B. Uji Heteroskedastisitas

Tabel Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1 (Constant)	1.937	.554		3.494	.001
X1	-.021	.013	-.133	-1.663	.098
X2	.001	.016	.002	.034	.973
X3	-.020	.023	-.068	-.855	.394

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pada variabel *Corporate Social Responsibility Goal* (X1) memiliki nilai signifikansi $0.98 > 0.05$, *Corporate Socil Issue* (X2) memiliki nilai signifikansi $0.973 > 0.05$, *Corporate Relation program* (X3) $0.394 > 0.05$ memiliki nilai signifikansi Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi Heterokedastisitas pada variabel ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Uji Regresi linier berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.457	.870		.525	.600
X1	.217	.020	.489	10.926	.000
X2	.097	.026	.146	3.784	.000
X3	.350	.036	.431	9.715	.000

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Hidup Masyarakat

Berdasarkan analisis regresi linear dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 0,457 artinya jika variabel X1, X2 , dan X3 bernilai nol (0) maka variabel kesejahteraan hidup masyarakat akan bernilai sebesar 0,457.
- Nilai koefisien regresi variabel X1 adalah sebesar 0,217 bertanda positif artinya, setiap peningkatan nilai 1 satuan variabel X1 maka akan meningkatkan nilai variabel kesejahteraan hidup masyarakat sebesar 0,217.
- Nilai koefisien regresi variabel X2 adalah sebesar 0,097 bertanda positif artinya, setiap peningkatan nilai 1 satuan variabel X2 maka akan meningkatkan nilai variabel kesejahteraan hidup masyarakat sebesar 0,097.
- Nilai koefisien regresi variabel X3 adalah sebesar 0,350 bertanda positif artinya, setiap peningkatan nilai 1 satuan variabel X3 maka akan meningkatkan nilai variabel kesejahteraan hidup masyarakat sebesar 0,350.

Uji Statistik

A. Uji F (Uji F simultan)

Tabel Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	608.722	3	202.907	159.953	.000 ^b
	Residual	263.858	208	1.269		
	Total	872.580	211			
a. Dependent Variable: Kesejahteraan Hidup Masyarakat						
b. Predictors: (Constant), X1, X2, X3						

Berdasarkan hasil uji F dapat diperoleh nilai F hitung sebesar 159.953 dengan signifikan $0.000 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_1 diterima . Artinya implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap kesejahteraan hidup masyarakat berpengaruh secara signifikan.

B. Koefisien Determinasi (Uji R2)

Tabel Uji R2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.698	.693	1.12630
a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3				
b. Dependent Variable: Kesejahteraan Hidup Masyarakat				

Sumber : Data primer diolah

Hasil Adjusted R² sebesar 0,698 atau 69,8% menunjukkan bahwa Tujuan CSR , Isu Sosial Perusahaan, dan Program Hubungan Perusahaan secara signifikan mempengaruhi kesejahteraan hidup masyarakat sebesar 69,8%.

Uji t (Parsial)

Tabel Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.457	.870		.525	.600
X1	.217	.020	.489	10.926	.000
X2	.097	.026	.146	3.784	.000
X3	.350	.036	.431	9.715	.000
a. Dependent Variable: Kesejahteraan Hidup Masyarakat					

- Corporate Social Responsibility* Goal (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 10,926 dan nilai signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* Goal (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan hidup masyarakat (Y).
- Corporate Social Issue (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 3,784 dan nilai signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Corporate Social Issue (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan hidup masyarakat (Y).
- Diperoleh nilai t hitung sebesar 9,715 untuk Corporate Relation Program (X3) dengan nilai signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Corporate Relation Program (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan hidup masyarakat (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan kesimpulan yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Tujuan *Corporate Social Responsibility*, Isu Sosial Perusahaan, dan Program Hubungan Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kesejahteraan hidup masyarakat..

2. Tujuan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.
3. Isu Sosial Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.
4. Program Hubungan Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan di dalam pengerjaannya yaitu :

1. Pada penelitian ini hanya menguji apakah *Corporate Social Responsibility* perusahaan memiliki pengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat secara umum, masih belumnya di lakukan penelitian khusus satu persatu bagian dari kesejahteraan hidup masyarakat.
2. Penelitian ini masih di lakukan di lingkungan masyarakat yang terdapat satu perusahaan dan belum melakukan penelitian di lingkungan masyarakat yang terdapat beberapa perusahaan.
3. Hasil dari uji determinasi R^2 sebesar 0,698% kontribusi dari variabel bebas.

Saran.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka saran-saran yang dapat diberikan antara lain sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya ketika menguji variabel dependen yaitu kesejahteraan hidup masyarakat di harapkan dapat meneliti kesejahteraan hidup masyarakat yang lebih spesifikasi seperti CSR perusahaan terhadap kesehatan masyarakat.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti di suatu daerah yang di dalamnya terdapat beberapa perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya di harapkan untuk memasukkan variabel independen lain seperti di berlakukannya CSR untuk menutupi pengelolaan limbah pabrik yang buruk terhadap lingkungan tempat tinggal masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrini, Khairunnisa Sirait. 2018. Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan PT. Anglo Eastern Plantations. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Naser, Robitul Khoirot An, and Tirsia Neyatri Bandrang. "Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat." MAHATANI: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal) 3.1 (2020): 146-158.
- Nurmansyah G., Rodliyah, N., & Hapsari, R. A. 2019. Pengantar Antropologi Sebuah Ikhtisar mengenai Antropologi. CV Anugrah Utama Raharja. Bandar Lampung.
- Pemerintah Indonesia. 2014. *Undang-Undang No. 21 Tahun 2014 Tentang Panas Bumi*. Lembaran Negara RI tahun 2014, No. 217. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Rahmawati, Dini Siti, Ahmad Farohi, and Justika Ainun Mufti. "The Relevance of Papajar Local Wisdom with the Al-Qur'an in the Frame of Social Education as Ethnopedagogy in Cianjur Regency Society." *UInScof* 1.2 (2023): 1229-1243.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Syairozi, MI., 2019. *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*. Tidar Media. Magelang.