

## Analisis Karakteristik, Partisipasi, dan Sikap Komunitas terhadap Program CSR PT Pelindo III

<sup>1</sup>Tuhfatul Mubarakah Assalamah , <sup>2</sup>Nur Hidayatus Syarifah

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia,

<sup>2</sup>Master of Arts in Education and International Development, University College London, United Kingdom

<sup>1</sup>[tuhfatulassalamah16041184006@mhs.unesa.ac.id](mailto:tuhfatulassalamah16041184006@mhs.unesa.ac.id) , <sup>2</sup>[nur.syarifah.19@ucl.ac.uk](mailto:nur.syarifah.19@ucl.ac.uk)

**Abstrak.** *This study evaluates the impact of PT Pelindo III's Corporate Social Responsibility (CSR) program in Kampung Lawas Maspati, particularly the Taman Baca facility, on community characteristics, participation, and attitudes. Using a quantitative approach with a survey design, data was collected from 70 respondents, including demographic characteristics, participation levels, and attitudes towards the CSR program. Results show that the CSR program significantly increased community participation, with a cumulative participation rate of 78.75%. The community displayed a positive attitude towards the program, with the conative dimension reaching 36.47%, indicating a desire to engage actively. The study concludes that PT Pelindo III's CSR program effectively enhances literacy and community empowerment and suggests further research to explore factors influencing attitudes and the long-term impacts of the program.*

**Keywords:** *CSR Impact, CSR Program Evaluation, Community Empowerment, Reading Park, Sustainability.*

**Abstrak.** Penelitian ini mengevaluasi dampak program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pelindo III di Kampung Lawas Maspati, khususnya fasilitas Taman Baca, terhadap karakteristik komunitas, partisipasi, dan sikap. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei, data dikumpulkan dari 70 responden, termasuk karakteristik demografis, tingkat partisipasi, dan sikap terhadap program CSR. Hasil menunjukkan bahwa program CSR secara signifikan meningkatkan partisipasi komunitas, dengan tingkat partisipasi kumulatif mencapai 78,75%. Komunitas menunjukkan sikap positif terhadap program ini, dengan dimensi konatif mencapai 36,47%, menunjukkan keinginan untuk terlibat secara aktif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa program CSR PT Pelindo III secara efektif meningkatkan literasi dan pemberdayaan komunitas dan menyarankan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan dampak jangka panjang dari program tersebut.

**Kata Kunci:** Dampak CSR, Evaluasi Program CSR, Pemberdayaan Komunitas, Taman Baca, Keberlanjutan.

### 1. PENDAHULUAN

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu pendekatan yang diambil oleh perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan sosial dan lingkungan di sekitarnya. Gorjian Khanzad & Gooyabadi (2022) menyatakan bahwa perusahaan biasanya menganggap diri mereka sebagai pemain aktif dalam proses pembangunan berkelanjutan yang mencakup tanggung jawab sosial, sehingga ini menjadi komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, serta membangun hubungan yang harmonis dengan berbagai pemangku kepentingan (Latapí Agudelo et al., 2019).

Dalam konteks ini, PT Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III, sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), telah mengambil langkah proaktif dengan mengimplementasikan program CSR yang berfokus pada pengembangan komunitas, salah satunya melalui pendirian fasilitas Taman Baca di Kampung Lawas Surabaya. Kerja sama ini dilakukan bersama Balai Pustaka

dan merupakan bagian dari upaya mendukung program pemerintah "Indonesia Membaca" melalui inisiatif Gerakan Cinta Baca yang diprakarsai oleh Kementerian BUMN (Antara Jatim, 2018). Taman Baca ini bertujuan untuk meningkatkan minat baca masyarakat dan menjadi proyek percontohan dalam implementasi Gerakan Cinta Baca oleh Pelindo III, di mana fasilitas tersebut dilengkapi dengan rak buku yang representatif, alat peraga edukatif, dan berbagai aksesoris ruangan untuk memperkaya pengalaman membaca di komunitas tersebut (Suara Merdeka, 2018).

Program CSR Pelindo III di Kampung Lawas Maspati telah mendapatkan perhatian dari berbagai peneliti. Sebuah studi menunjukkan bahwa program CSR yang dilaksanakan oleh Pelindo III berhasil meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, serta memberikan kontribusi pada pengembangan ekonomi lokal (Triwilopo, 2016). Selain itu, penelitian lain menyatakan bahwa program CSR yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi kreatif telah memberikan dampak positif bagi warga Kampung Lawas Maspati (Kurniawati & Mukzam, 2017).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dannies (2017) menunjukkan bahwa 67% warga Maspati yang berwirausaha merasakan manfaat signifikan dari pelatihan kewirausahaan yang diberikan oleh Pelindo III. Namun, penelitian terbaru yang dilakukan oleh Putri & Wahyudi (2024) menunjukkan bahwa implementasi program CSR Pelindo III menghadapi hambatan terkait sumber daya meskipun menunjukkan keberhasilan dalam faktor komunikasi dan disposisi. Temuan ini menunjukkan adanya perubahan dampak yang perlu dikaji dari program CSR Pelindo III, sehingga mendorong peneliti untuk mengeksplorasi lebih lanjut sikap masyarakat terhadap program CSR, khususnya terkait dengan fasilitas Taman Baca.

Peneliti akan berfokus pada analisis karakteristik, sikap, dan partisipasi komunitas Maspati Surabaya terhadap program CSR yang dilaksanakan oleh Pelindo III, khususnya terkait dengan fasilitas Taman Baca. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan desain survei, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada anggota komunitas Maspati yang mencakup Gang V Bubutan, Surabaya, dengan fokus pada enam Rukun Tetangga (RT). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana karakteristik, sikap, dan partisipasi komunitas Maspati Surabaya terhadap program CSR Kampung Binaan "Kampung Lawas Maspati" Pelindo III, terutama terkait dengan program Taman Baca.

Melalui penelitian ini, diharapkan pihak-pihak yang berkepentingan dapat memperoleh wawasan yang lebih baik mengenai karakteristik, sikap, dan partisipasi komunitas terhadap program CSR yang ada, serta dampaknya terhadap masyarakat setempat. Penelitian ini juga akan memberikan kontribusi pada pengembangan strategi CSR yang lebih efektif dan responsif

terhadap kebutuhan komunitas. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pengembangan literasi di komunitas Maspati, serta memperkuat sinergi antara perusahaan dan masyarakat dalam mencapai tujuan bersama.

## 2. KERANGKA PEMIKIRAN

### *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan di Indonesia, seperti Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN, dan Undang-Undang Minerba (Hidayat, 2024). Menurut Putri & Afrilia (2023), seluruh badan publik diharuskan untuk menyediakan informasi yang transparan dan akuntabel, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Regulasi ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk berperilaku bertanggung jawab dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan. Van Hierden et al., (2020) menekankan bahwa CSR tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas perusahaan. Wirba (2023) menambahkan bahwa CSR diartikan sebagai upaya perusahaan untuk beroperasi secara bertanggung jawab, dengan memperhatikan kepentingan berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, konsumen, pemegang saham, dan masyarakat luas.

Dalam Program CSR tersebut perlu adanya serangkaian tahapan yang dimulai dengan perencanaan, termasuk membangun kesadaran, mengevaluasi kondisi perusahaan, dan menyusun pedoman CSR (Wang et al., 2019). Tahap implementasi melibatkan pengorganisasian sumber daya dan evaluasi pencapaian (Shen & Chiou, 2009). Pemantauan dan evaluasi berkelanjutan penting untuk mengukur efektivitas dan melakukan perbaikan (Phu Giang et al., 2022). Kegiatan-kegiatan tersebut akan menarik sikap positif dari masyarakat untuk mendukung pencapaian tujuan yang diharapkan oleh perusahaan (Alexander & Tony, 2023).

Implementasi CSR memerlukan kerja sama dari berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Tujuan dari kerja sama ini adalah agar manfaat yang diperoleh tidak hanya dirasakan oleh perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat (Aliyas et al., 2024). Namun, terdapat tantangan signifikan dalam pelaksanaan program CSR, salah satunya adalah resistensi dari masyarakat yang enggan terlibat secara langsung. Hal ini disebabkan oleh ketidaksesuaian antara kebutuhan keberlanjutan masyarakat dengan program yang ditawarkan (Larisu et al., 2020). Padahal,

partisipasi aktif komunitas sangat penting untuk memastikan keberlanjutan program CSR. Dengan keterlibatan komunitas, program CSR dapat memberikan dampak positif yang lebih besar dan menghasilkan evaluasi kebijakan yang lebih tepat sasaran dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Tjahjadi et al., 2021).

### **Karakteristik Komunitas**

Karakteristik individu meliputi kemampuan, keterampilan, latar belakang, dan atribut demografis seperti jenis kelamin dan ras (Saliding et al., 2019). Selanjutnya menurut Budiarti et al. (2024) dalam Peoni 2014 adalah atribut-atribut pembentuk profil individu yang mempengaruhi bagaimana mereka beradaptasi dan berfungsi dalam lingkungan baru, seperti organisasi dan masyarakat. Memahami karakteristik ini memungkinkan identifikasi yang lebih efektif mengenai cara individu berinteraksi dan memberikan kontribusi dalam konteks sosial.

Usia memberikan gambaran tentang rentang generasi yang ada dalam komunitas, yang dapat mempengaruhi perspektif dan partisipasi mereka dalam berbagai program (Lase & Daeli, 2020). Dalam konteks pendidikan, (Nasution et al., 2023) menyatakan bahwa tingkat pengetahuan dan keterampilan individu berkontribusi pada kemampuan mereka untuk terlibat secara aktif. Sedangkan menurut (Darmiati et al., 2021) menjelaskan bahwa jenis pekerjaan yang dilakukan oleh anggota komunitas dapat memengaruhi waktu dan sumber daya yang tersedia untuk berpartisipasi dalam kegiatan. Terakhir, pendapatan menjadi indikator kondisi ekonomi individu, yang dapat memengaruhi motivasi dan kemampuan mereka untuk terlibat dalam program-program yang ada (Fitri Arianti, 2020).

### **Sikap Komunitas**

Sikap masyarakat memainkan peran penting dalam keberhasilan program CSR dan membentuk identitas sosial komunitas (Rudito et al., 2023). Penelitian George et al., (2020) menyatakan bahwa setiap individu dalam komunitas memiliki pandangan tentang bagaimana mereka berkontribusi dan diakui dalam kelompok tersebut, termasuk pada program CSR perusahaan yang dapat memperkuat hubungan ini, terutama jika diintegrasikan dengan upaya pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan. Pemberdayaan ini dapat meningkatkan kepercayaan komunitas terhadap perusahaan (Alfiansyah, 2023).

Sikap berhubungan erat dengan berbagai kebutuhan individu, mulai dari kebutuhan dasar seperti perolehan pengetahuan dan informasi, kepuasan harapan, dan interaksi sosial (Kuo & Feng, 2013), hingga kebutuhan yang lebih tinggi seperti harga diri dan aktualisasi diri (Sari et al., 2023). Selain itu, sikap memiliki beberapa karakteristik penting, seperti target, arah, dan intensitas.

Sikap menurut Zuchdi (1995) terdiri dari tiga komponen utama, yaitu; kognitif, afektif, dan konatif. Pada komponen kognitif mencakup persepsi dan keyakinan individu terhadap objek atau situasi tertentu. Sedangkan komponen afektif melibatkan aspek emosional atau perasaan yang dirasakan seseorang. Sementara komponen konatif berhubungan dengan kecenderungan bertindak atau perilaku yang ditunjukkan.

### **Partisipasi Komunitas**

Partisipasi adalah proses aktif yang melibatkan masyarakat, di mana individu terlibat dengan cara yang didorong oleh pemikiran mereka sendiri dalam menggunakan alat dan proses yang dapat mereka kendalikan secara efektif. Menurut Rosyida & Tonny Nasdian (2011) partisipasi dapat dikategorikan menjadi dua jenis: pertama, melibatkan warga dalam tindakan yang direncanakan dan dikendalikan oleh pihak lain; kedua, sebagai proses pemberdayaan yang bertujuan untuk mengatasi masalah pribadi. Penelitian tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kaehe et al. (2019) bahwa partisipasi terbagi menjadi dua bentuk, yaitu sebagai dukungan masyarakat terhadap rencana pembangunan yang telah dirancang dan sebagai bentuk kerja sama antara perencana dan masyarakat dalam pelaksanaan dan pengembangan pembangunan.

Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan CSR dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Nurbaiti & Bambang (2017) mengidentifikasi faktor internal mencakup karakteristik individu, seperti; motivasi dan kapasitas masyarakat untuk berpartisipasi. Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan luar yang dapat mempengaruhi partisipasi, seperti; peran pemangku kepentingan dan adanya kesempatan yang dapat mendukung maupun menghalangi keterlibatan masyarakat.

Studi oleh Cho & De Moya (2016) menganalisis 97 program CSR perusahaan yang melibatkan partisipasi komunitas dengan memprioritaskan pemberdayaan komunitas sebagai pusat proses, yang hasilnya memberikan kontribusi pada penilaian manfaat jangka panjang bagi perusahaan atau komunitas penerima manfaat program CSR.

Menurut Kalesaran et al., (2015) dalam Cohen (1980) partisipasi masyarakat melibatkan beberapa tahap kunci: pertama, tahap pengambilan keputusan, di mana masyarakat terlibat dalam menilai dan memilih opsi yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka; kedua, tahap pelaksanaan, yang merupakan inti dari proses pembangunan dan melibatkan kontribusi pemikiran serta tindakan dari masyarakat; ketiga, tahap evaluasi, yang memberikan umpan balik untuk perbaikan program di masa mendatang; dan keempat, tahap menikmati hasil, yang berfungsi sebagai indikator keberhasilan partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan proyek.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Kampung Lawas Maspati, yang terletak di enam Rukun Tetangga (RT) berbeda. Pemilihan lokasi penelitian menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan lokasi sampel dengan pertimbangan khusus, karena Kampung Lawas Maspati merupakan area yang mendapatkan program CSR dari PT Pelindo III. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh warga Kampung Lawas Maspati yang tinggal di enam RT tersebut. Dari populasi tersebut, sampel yang digunakan berjumlah 70 responden, dipilih melalui metode simple random sampling.

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder, baik kualitatif maupun kuantitatif, yang berkaitan dengan pengetahuan masyarakat tentang CSR, partisipasi dalam program CSR, serta kepuasan terhadap Taman Baca. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden di masing-masing RT, serta melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Instrumen utama penelitian adalah kuesioner yang dirancang untuk mengumpulkan data mengenai berbagai aspek berikut: (1) Pengetahuan tentang CSR, (2) Partisipasi dalam Program CSR, (3) Sumber Informasi tentang CSR, (4) Frekuensi Kunjungan ke Taman Baca, (5) Manfaat Taman Baca, dan (6) Kepuasan Terhadap Taman Baca. Data yang dikumpulkan dari kuesioner dianalisis secara deskriptif, meliputi perhitungan frekuensi, persentase, serta interpretasi hasil untuk mengidentifikasi pola dan tren dalam pengetahuan, partisipasi, dan kepuasan masyarakat.

Hipotesis utama dari penelitian ini adalah bahwa pengetahuan masyarakat Kampung Lawas Maspati tentang CSR Pelindo III dipengaruhi oleh karakteristik, sikap, dan partisipasi komunitas mereka. Selain itu, kepuasan terhadap Taman Baca juga dipengaruhi oleh seberapa sering mereka mengunjungi taman tersebut dan bagaimana mereka menilai manfaat yang mereka rasakan dari fasilitas tersebut.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Karakteristik Komunitas Kampung Lawas Maspati, Surabaya**

Penelitian ini melibatkan 70 responden dari warga Kampung Lawas Maspati yang terdiri dari enam Rukun Tetangga (RT). Karakteristik responden yang dikumpulkan mencakup usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Data usia responden diidentifikasi untuk memahami rentang usia yang terlibat dalam program CSR. Tingkat pendidikan responden dicatat untuk mengevaluasi bagaimana latar belakang pendidikan memengaruhi pengetahuan

dan partisipasi dalam program CSR. Jenis pekerjaan responden dianalisis untuk melihat hubungan antara status pekerjaan dan keterlibatan dalam kegiatan CSR.

Selain itu, informasi mengenai tingkat pendapatan responden digunakan untuk mengidentifikasi dampak ekonomi terhadap partisipasi dan kepuasan terhadap Taman Baca. Karakteristik ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang latar belakang demografis responden dan bagaimana faktor-faktor tersebut mungkin mempengaruhi pengetahuan, partisipasi, serta kepuasan mereka terhadap program CSR PT Pelindo III.

**Table 1.** Karakteristik Responden Komunitas Kampung Lawas Maspati, Surabaya

No.	Indikator Variabel	n	Persentase
1.	Usia:		
	17 – 64 tahun	61	87,14%
	>64 tahun	9	12,86%
2.	Pendidikan:		
	SD	4	5,71 %
	SMP	13	18,57%
	SMA/SMK	47	67,14%
	Sarjana	6	8,57%
3.	Pekerjaan:		
	Buruh	18	25,71%
	Karyawan Swasta	10	14,29%
	PNS	8	11,43%
	Wiraswasta	34	48,57%
4.	Pendapatan:		
	<Rp 3.000.000	34	57,54%
	Rp 3.500.000	25	35,71%
	Rp 4.000.000	11	15,71%

**Sumber:** Processed Primary Data, 2024

#### 1. Usia

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar responden berusia antara 17 hingga 64 tahun, dengan jumlah 61 orang (87,14%), sedangkan responden yang berusia di atas 64 tahun berjumlah 9 orang (12,86%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam kategori usia produktif. Dengan demikian, mereka memiliki potensi tenaga kerja yang masih aktif dan produktivitas yang lebih tinggi, yang mendukung keterlibatan mereka dalam kegiatan pemeliharaan Taman Baca. Usia produktif ini memungkinkan responden untuk lebih aktif dalam berpartisipasi dan memanfaatkan program-program CSR yang diselenggarakan, termasuk pemanfaatan fasilitas Taman Baca secara optimal.

## 2. Pendidikan

Berdasarkan hasil tabulasi data terkait latar belakang pendidikan responden, terlihat bahwa tingkat pendidikan responden terdiri dari 4 orang (5,71%) dengan pendidikan dasar, 13 orang (18,57%) dengan pendidikan menengah pertama, dan 6 orang (8,57%) dengan pendidikan sarjana. Sementara angka tertinggi mencapai 47 orang atau 67,14% jumlah responden dengan pendidikan menengah atas (SMA/SMK). Menurut Suarta (2020), kelompok usia responden yang masih muda menunjukkan kemampuan komunikasi yang baik dan kesiapan untuk berinovasi dalam upaya meningkatkan kinerja. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden cukup memadai untuk berpartisipasi dalam program konservasi, termasuk dalam pemanfaatan fasilitas Taman Baca dan pengembangan area konservasi dengan memberikan inovasi yang bermanfaat.

## 3. Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, pekerjaan responden terdiri dari 18 orang (25,71%) yang bekerja sebagai buruh, 10 orang (14,29%) sebagai karyawan swasta, 8 orang (11,43%) sebagai pegawai negeri, dan mayoritas responden, yaitu 34 orang (48,57%), adalah wiraswasta. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari berbagai latar belakang pekerjaan yang dapat mempengaruhi partisipasi mereka dalam program Taman Baca. Meskipun mayoritas adalah wiraswasta, keterlibatan mereka dalam berbagai sektor pekerjaan menunjukkan potensi besar untuk berkontribusi dalam penggunaan dan pengembangan fasilitas Taman Baca, serta meningkatkan partisipasi aktif dalam program literasi tersebut.

## 4. Pendapatan

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden memiliki tingkat pendapatan dari pekerjaan utama dan sampingan kurang dari atau sama dengan IDR 3.000.000 per bulan, yaitu sebanyak 34 orang (57,54%). Sebanyak 25 orang (35,71%) memiliki pendapatan IDR 3.500.000 per bulan, dan 11 orang (15,71%) memiliki pendapatan IDR 4.000.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan masyarakat masih relatif rendah. Dengan kondisi ini, diharapkan masyarakat dapat lebih berpartisipasi dalam program Taman Baca, yang berpotensi memberikan manfaat tambahan dan mendukung peningkatan kesejahteraan ekonomi mereka melalui akses yang lebih baik ke fasilitas pendidikan dan literasi.

### **Level Partisipasi Komunitas pada Pelindo III terhadap Program CSR Fasilitas Taman Baca di Kampung Lawas Maspati, Surabaya**

Berdasarkan hasil penelitian, tingkat partisipasi masyarakat dalam program CSR PT Pelindo III di Kampung Lawas Maspati mencakup empat indikator, yaitu perencanaan,

pelaksanaan, pemanfaatan hasil, dan evaluasi atau pemantauan. Tingkat partisipasi masyarakat terhadap keberadaan Taman Baca di Kampung Lawas Maspati dapat dilihat dalam Tabel 1 yang menunjukkan Tingkat Partisipasi Masyarakat terhadap Program CSR PT Pelindo III di Kampung Lawas Maspati.

**Table 2.** Level Partisipasi Komunitas pada PT Pelindo III terhadap Program CSR Fasilitas Taman Baca di Kampung Lawas Maspati, Surabaya

No.	Indikator Variabel	Tingkat Persentase
1.	Perencanaan	76,00%
2.	Implementasi	78,25%
3.	Pemanfaatan Hasil	81,50%
4.	Evaluasi dan Pemantauan	79,75%
5.	Angka Partisipasi	78,75%

**Sumber:** Processed Primary Data, 2024

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa tingkat peran serta masyarakat berada pada kategori tinggi dengan capaian skor kumulatif sebesar 78,75%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat peran serta masyarakat sangat antusias untuk turut serta memelihara fasilitas Taman Baca Kampung Lawas Maspati. Masyarakat setempat menunjukkan minat yang tinggi untuk berpartisipasi dalam program “Indonesia Membaca” melalui inisiatif Gerakan Cinta Baca yang diwujudkan bersama dengan PT Pelindo III. Program CSR ini dapat menjadi solusi bagi Indonesia yang berada pada peringkat nomor dua terendah literasi membaca menurut UNESCO. Studi oleh Ulinata et al. (2023) menyebutkan bahwa dari 1.000 orang Indonesia, hanya 1 orang yang rajin membaca.

Jika dilihat dari keempat indikator variabel level partisipasi komunitas, indikator pemanfaatan hasil berada pada kategori sangat tinggi dengan capaian skor sebesar 81,50%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mampu memanfaatkan dan mengoptimalkan fasilitas Taman Baca dengan sangat efektif. Masyarakat tidak hanya aktif dalam menggunakan fasilitas dan materi yang disediakan, tetapi juga mengintegrasikan aktivitas membaca dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sebagai contoh, mereka secara rutin membentuk kelompok baca dan menyelenggarakan kegiatan literasi yang melibatkan berbagai elemen masyarakat.

Nurbaiti & Bambang (2017) dalam Ambadar 2008 menyatakan bahwa pengembangan masyarakat merupakan prinsip utama bagi pemerintah dan korporasi dalam memberikan pelayanan sosial, karena melibatkan kolaborasi antara berbagai pihak yang meningkatkan partisipasi, produktivitas. Dengan demikian, efektivitas pemanfaatan hasil program Gerakan Cinta Membaca menunjukkan keterlibatan masyarakat yang tinggi dalam mendukung kegiatan literasi dan meningkatkan budaya baca secara menyeluruh.

### **Sikap Komunitas terhadap Program CSR Fasilitas Taman Baca di Kampung Lawas Maspati, Surabaya**

Dari sebaran kuisioner di tiap RT yang terkumpul 70 sample kuisioner. Kuisioner ini berisi tentang sikap masyarakat Kampung Lawas Maspati dengan ada CSR Pelindo yang berupa Taman Baca. Berikut ialah data profil responden yang diperoleh.

**Tabel 3.** Sikap Komunitas terhadap Program CSR Fasilitas Taman Baca di Kampung Lawas Maspati, Surabaya

No.	Indikator Variabel	Tingkat Persentase
1.	Kognitif	29,44%
2.	Afektif	34,09%
3.	Konatif	36,47%

**Sumber:** Processed Primary Data, 2024

Sikap masyarakat di Kampung Lawas Maspati terhadap Program CSR dapat dilihat dalam tiga dimensi utama: kognitif, afektif, dan konatif (Tabel 3). Dimensi kognitif, dengan persentase 29,44%, menunjukkan tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang program CSR. Sementara itu, dimensi afektif, yang mencapai 34,09%, menggambarkan tingkat perasaan positif masyarakat. Persentase ini menunjukkan bahwa masyarakat merasakan manfaat yang signifikan dari program CSR, merasa kebutuhan mereka terpenuhi dengan baik, dan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap fasilitas Taman Baca. Di sisi lain, dimensi konatif, dengan persentase tertinggi 36,47%, menunjukkan niat atau keinginan masyarakat untuk berpartisipasi atau mengambil tindakan konkret terkait program CSR.

Secara keseluruhan, masyarakat Kampung Lawas Maspatin menunjukkan tingkat pemahaman yang moderat, sentimen positif yang cukup kuat, dan niat tinggi untuk terlibat aktif dalam program CSR sesuai dengan analisis sikap yang ditetapkan oleh (Azwar, 2020).

## **5. KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa program CSR yang dilaksanakan oleh PT Pelindo III di Kampung Lawas Maspati, khususnya melalui fasilitas Taman Baca, telah berhasil meningkatkan partisipasi dan kepuasan masyarakat. Karakteristik demografis seperti usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan mempengaruhi keterlibatan dan manfaat yang diterima dari program ini. Partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, pemanfaatan hasil, dan evaluasi program menunjukkan hasil yang sangat positif, dengan tingkat partisipasi kumulatif mencapai 78,75%. Masyarakat juga menunjukkan sikap yang moderat hingga tinggi terhadap program CSR, dengan dimensi konatif (36,47%) menandakan

keinginan mereka untuk terlibat aktif. Hasil ini menunjukkan bahwa program CSR Pelindo III dapat menjadi model efektif dalam meningkatkan literasi dan pemberdayaan masyarakat.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar fokus diperluas dengan melakukan analisis yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan partisipasi masyarakat, termasuk aspek-aspek psikologis dan sosial yang mungkin belum teridentifikasi. Selain itu, studi lebih lanjut tentang bagaimana keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan evaluasi program CSR dapat memperkuat keberlanjutan dan dampak dari inisiatif tersebut juga akan memberikan wawasan berharga untuk pengembangan strategi CSR yang lebih efektif.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, A., & Tony, O. (2023). The Influence of Previous CSR Activities on Attitude Towards the Company. *International Journal of Business and Management Research*, 11(3), 89–95. <https://doi.org/10.37391/ijbmr.110303>
- Alfiansyah, R. (2023). Modal Sosial sebagai Instrumen Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 41–51. <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.378>
- Aliyas, C. A. N., Arsyad, A. W., & Erwiantono, E. (2024). The Relationship between Characteristics, Attitudes and Community Participation on CSR Program Performance. *Journal La Sociale*, 5(1), 51–62. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v5i1.951>
- Azwar, H. (2020). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik. *Sosio E-Kons*, 11(3), 259. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v11i3.3629>
- Budiyarti, N., Prana Abadi, H., & Handayani, H. R. (2024). Pengaruh Karakteristik Individu dan Komunikasi Internal terhadap Etos Kerja. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2).
- Cho, M., & De Moya, M. (2016). Empowerment as a Key Construct for Understanding Corporate Community Engagement. *International Journal of Strategic Communication*, 10(4), 272–288. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2016.1144606>
- Cohen, J. M. (1980). Participation's Place in Rural Development: Seeking Clarity through Specificity. In *World Development* (Vol. 8).
- Dannies, F. (2017). Sikap Komunitas Maspati Surabaya Mengenai Program CSR Kampung Binaan “Kampung Lawas Maspati” Pelindo III Khususnya Kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Produk. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 1 No.1. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/7070>
- Darmiati, D., Nembo, D., & Junandi, S. (2021). Pengaruh Kegiatan Pengembangan Profesi Terhadap Karier Pustakawan di Universitas Hasanuddin. *Pustabiblia: Journal of Library and Information Science*, 5(2), 171–206. <https://doi.org/10.18326/pustabiblia.v5i2.171-206>
- Fitri Arianti, B. (2020). PENGARUH PENDAPATAN DAN PERILAKU KEUANGAN TERHADAP LITERASI KEUANGAN MELALUI KEPUTUSAN BERINVESTASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING THE EFFECT

INCOME AND FINANCIAL BEHAVIOR ON FINANCIAL LITERACY WITH INVESTMENT DECISIONS AS INTERVENING. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.3.13-36>

- George, N. A., Aboobaker, N., & Edward, M. (2020). Corporate social responsibility and organizational commitment: effects of CSR attitude, organizational trust and identification. *Society and Business Review*, 15(3), 255–272. <https://doi.org/10.1108/SBR-04-2020-0057>
- Gorjian Khanzad, Z., & Gooyabadi, A. A. (2022). The Interplay of CSR (Corporate Social Responsibility) and Individual Social Responsibility (ISR) towards Enhanced Organizational Resilience in MNCs. *Open Journal of Business and Management*, 10(01), 314–336. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101019>
- Hidayat, F. (2024). Corporate Social Responsibility(CSR) Sebagai Bentuk Tanggung Jawab Perusahaan dan Strategi Pemasaran Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 1399–1413. <https://j-innovative.org/index.php/InnovativeCorporate>
- Kaehe, D., Ruru, J. M., & Rompas, W. Y. (2019). *PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PERENCANAAN PEMBANGUNAN DI KAMPUNG PINTARENG KECAMATAN TABUKAN SELATAN TENGGARA*.
- Kalesaran, F., Rantung, V. V., & Pioh, N. R. (2015). PARTISIPASI DALAM PROGRAM NASIONAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MANDIRI PERKOTAAN KELURAHAN TAAS KOTA MANADO Oleh. In *Acta Diurna: Vol. IV* (Issue 5).
- Kuo, Y. F., & Feng, L. H. (2013). Relationships among community interaction characteristics, perceived benefits, community commitment, and oppositional brand loyalty in online brand communities. *International Journal of Information Management*, 33(6), 948–962. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.08.005>
- Kurniawati, F., & Mukzam, M. D. (2017). PELAKSANAAN DAN DAMPAK PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN PT PELABUHAN INDONESIA III (PERSERO) DALAM PENGEMBANGAN UMKM (Studi Kasus pada Kampung Lawas Maspati Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 50(2)*.
- Larisu, Z., Dilla, S., & Ode Herman, L. (2020). Kapitalisme Media Dan Komunikasi Politik Di Era Revolusi Industri 4. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2 (2-3), 144–152. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/397/386>
- Lase, D., & Daeli, D. O. (2020). Pembelajaran Antargenerasi Untuk Masyarakat Berkelanjutan: Sebuah Kajian Literatur Dan Implikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 6(2), 89. <https://doi.org/10.23887/jiis.v6i2.28138>
- Latapi Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y>
- Nasution, F., Wulandari, R., Anum, L., & Ridwan, A. (2023). Variasi Individual dalam Pendidikan. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 4(1).
- Nurbaiti, S. R., & Bambang, A. N. (2017a). Corporate Social Responsibility (CSR) Factors Affecting Community Participation in the Implementation of Corporate

- Social Responsibility Program. *Proceeding Biology Education Conference*, 14(1), 224–228.
- Nurbaiti, S. R., & Bambang, A. N. (2017b). Social Responsibility (CSR) Factors Affecting Community Participation in the Implementation of Corporate Social Responsibility Program. *Proceeding Biology Education Conference*, 14(1), 224–228.
- Phu Giang, N., Hoang Thi Tam, M., & Luong Thi Hong Ngan, M. (2022). Triple Bottom Line (Tbl) Performance from Sustainable Reporting Perspective. In *Journal of Positive School Psychology* (Vol. 2022, Issue 4). <http://journalppw.com>
- Putri, A. S., & Wahyudi, K. E. (2024). IMPLEMENTASI PROGRAM CSR PT PELINDO REGIONAL III SUB REGIONAL JAWA. *Journal Publicuho*, 7(1), 404–413. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.375>
- Putri, W. E., & Afrilia, A. M. (2023). Studi Komparasi Kualitas Website Pemerintah Daerah sebagai Implementasi E-Government Public Relations dalam Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Media Dan Komunikasi Indonesia*, 4(2), 143–163.
- Rosyida, I., & Tonny Nasdian, F. (2011). PARTISIPASI MASYARAKAT DAN STAKEHOLDER DALAM PENYELENGGARAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN DAMPAKNYA TERHADAP KOMUNITAS PERDESAAN. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 5(1). <https://doi.org/10.22500/sodality.v5i1.5832>
- Rudito, B., Famiola, M., & Anggahegari, P. (2023). Corporate Social Responsibility and Social Capital: Journey of Community Engagement toward Community Empowerment Program in Developing Country. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/su15010466>
- Saliding, M., Areros, W. A., Rumawas, W., Ilmu, J., & Bisnis, A. (2019). Pengaruh Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. MNS (Multi Nabati Sulawesi) Bitung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1).
- Sari, P., Rizal Pautina, M., Lakadjo, M. A., Ardhan, N. L., & Prasetyo, A. (2023). Pandangan Teori Kebutuhan Dasar Abraham Maslow dan Willian Glasser tentang Fenomena Flexing. *Jambura Guidance and Counseling Journal*, 4, 89–94.
- Shen, C. C., & Chiou, J. S. (2009). The effect of community identification on attitude and intention toward a blogging community. *Internet Research*, 19(4), 393–407. <https://doi.org/10.1108/10662240910981362>
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., & Mustikaningtiyas, F. (2021). Good corporate governance and corporate sustainability performance in Indonesia: A triple bottom line approach. *Heliyon*, 7(3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06453>
- Triwilopo, S. (2016). PENGARUH COMMUNITY SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol. 02 No. 01(Januari 2016).
- Ulinata, Lintang Bagas H., Luky Wirawan, & Juan Vito Yohanes S. (2023). Perancangan Perpustakaan Dengan Tema “The Shape of Nature” di Grogol. *JOUR (JOURNAL OF ARCHITECTURE AND URBANISM RESEARCH)*, 7(1), 54–58. <https://doi.org/10.31289/jaur.v7i1.9340>

- van Hierden, Y. T., Dietrich, T., & Rundle-Thiele, S. (2020). A citizen-centred approach to CSR in banking. *International Journal of Bank Marketing*, 39(4), 638–660. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2020-0223>
- Wang, X. W., Cao, Y. M., & Park, C. (2019). The relationships among community experience, community commitment, brand attitude, and purchase intention in social media. *International Journal of Information Management*, 49, 475–488. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.018>
- Wirba, A. V. (2023). Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of Government in promoting CSR. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01185-0>
- Zuchdi, D. (1995). PEMBENTUKAN SIKAP. *Cakrawala Pendidikan*, 3(3).