

**Evaluasi Efektitas Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR)
PT Indosat Ooredoo Di Jawa Timur
(Studi Pada Program Bantuan Banjir Kota Madiun)**

Trijanto

Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Islam Kadiri

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the description of the implementation, program effectiveness and determinants of the effectiveness of PT Indosat Ooredoo's Corporate Social Responsibility (CSR) implementation. The research was conducted in Madiun City as a place for the implementation of PT Indosat Ooredoo's CSR Program in the Community Development pillar with the Sub-Pillar of Health and Philanthropy during floods in 2019. The analysis used in this study was a qualitative analysis technique from Miles and Huberman. The results of this study are (1) The implementation of PT Indosat Ooredoo's Corporate Social Responsibility (CSR) to flood victims in Madiun City was carried out by distributing direct assistance to residents affected by disasters, in collaboration with the Indonesian Red Cross (PMI). (2) The implementation of PT Indosat Ooredoo's Corporate Social Responsibility (CSR) for Flood victims in Madiun City is very effective and very helpful for all residents, not only for health assistance, but residents also getting credit and other cash assistance.

Keywords: Leadership Style, Communication Style, Work Motivation and Employee Performance

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis gambaran pelaksanaan, efektivitas program dan faktor penentu keefektifan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo. Penelitian dilakukan di Kota Madiun sebagai tempat pelaksanaan Program CSR PT Indosat Ooredoo dalam pilar Pengembangan Komunitas dengan Sub Pilar Kesehatan dan Filantropi saat terjadi banjir pada tahun 2019. Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif dari Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini adalah (1) Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada korban Banjir di Kota Madiun diselenggarakan dengan cara menyalurkan bantuan langsung kepada warga terdampak bencana, bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI). (2) Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada korban Banjir di Kota Madiun sangat efektif dan sangat membantu bagi seluruh warga, tidak hanya bantuan kesehatan, namun warga juga memperoleh bantuan pulsa dan bantuan uang lainnya.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Flood Aid Program

Latar Belakang Teoritis

Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab sosial setiap perusahaan kepada pemegang kepentingan yang diwujudkan dengan memberikan kontribusi pada masyarakat atau lingkungan sekitar, dimana penerapannya tergantung dari suatu masalah yang ingin kita selesaikan (Freeman & Dmytriiev, 2017). Sejarah CSR diawali adanya revolusi industri pada era 1900an ditandai dengan menjamurnya industri dimana setiap perusahaan hanya berorientasi pada keuntungan, tanpa memberikan kontribusi pada kerusakan lingkungan yang ditimbulkan akibatkan operasional industri, sehingga menimbulkan gelombang protes di masyarakat. Penekanan

pentingnya CSR bagi setiap bidang usaha, juga ditandai dengan terbitnya buku karya John Elkington berjudul *Cannibals with Forks : The Triple Bottom line in 21st Century Business* terbit tahun 1998, yang mempopulerkan istilah CSR, dengan konsep 3P meliputi Profit, Planet People, dimana perusahaan seharusnya tidak hanya memburu keuntungan (profit) melainkan juga harus mempunyai kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (Planet) dan juga kesejahteraan masyarakat di wilayah investasinya (People) (Pelesa, 2019).

Undang – undang Nomor 40 tahun 2007 menegaskan kewajiban setiap perusahaan untuk melaksanakan CSR, seperti tercantum pada bab V pasal 74 yaitu perseroan yang

menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab

sosial dan lingkungan, dimana kewajiban tersebut dianggarkan dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Mandina et al., (2014) menyatakan Corporate Social Responsibility (CSR) yang merupakan kegiatan sosial, mampu meningkatkan citra perusahaan dan hubungan baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar. Sementara penelitian Azim, (2016) menemukan bahwa pelaksanaan program CSR mampu meningkatkan komitmen organisasi dan meningkatkan semangat karyawan untuk ikut terlibat lebih mendalam pada upaya kemajuan perusahaan serta meningkatnya rasa kecintaan karyawan pada perusahaan. CSR adalah bagian dari tanggung jawab perusahaan (tanggung jawab perusahaan kepada semua pemangku kepentingan), dan sesuai konsep dalam etika bisnis, dimana penerapannya bergantung pada masalah tertentu yang ingin diselesaikan (Freeman & Dmytriiev, 2017). CSR sesungguhnya tidak merugikan perusahaan justru sebaliknya mendatangkan kebaikan seperti mendapat dukungan dari masyarakat yang selanjutnya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk CSR ini tertutupi oleh profit yang diperoleh perusahaan. (Andreas et al., 2015).

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan efektivitas sebagai dapat membawa hasil. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan (Rosalina, 2012:3). Efektivitas CSR yang ditinjau dari segi pelaksanaan yang dilakukan oleh PTPN VII dalam Program Kemitraan untuk perkembangan UMKM sudah berjalan dengan baik, sesuai dengan prosedur dari menteri BUMN serta mampu memacu pada perkembangan UMKM telah sesuai dengan visi dan misi Program Kemitraan PTPN

VII (Pratama, 2015). Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan sementara kepemilikan manajerial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Putri & Budiyanto, 2018).

PT Indosat Ooredoo dalam pelaksanaan CSR nya memprioritaskan dua kegiatan pokok yang disebut dua pilar kegiatan meliputi Pendidikan dengan sub pilar IDCamp dan Indonesia Belajar serta Pengembangan Komunitas dengan sub pilar pemberdayaan perempuan, kesehatan, dan filantropi. Kedua program tersebut dijalankan sesuai dengan kebutuhan di lapangan secara beriringan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat (Indosat Ooredoo, 2019).

Untuk program pendidikan, tujuan utamanya adalah untuk mendukung pendidikan dan mendorong inovasi, sehingga Indosat Ooredoo meluncurkan Indosat Ooredoo Digital Camp (IDCamp), sebuah program pendidikan digital untuk anak muda Indonesia, termasuk remaja penyandang disabilitas serta program Indonesia Belajar yaitu dengan digitalisasi pelaksanaan pendidikan di sekolah-sekolah. Sementara untuk pilar kedua yaitu Pengembangan Komunitas, titik beratnya adalah memberdayakan masyarakat Indonesia secara luas yang diwujudkan dalam berbagai kegiatan di bidang peningkatan kapasitas perempuan dibidang teknologi informasi digital sehingga mereka lebih mampu mandiri, bidang kesehatan dengan mobil klinik yang siaga membantu masyarakat di pedesaan serta korban bencana alam serta kegiatan sosial yang melibatkan komunitas di sekitar area kerja perusahaan.

Dalam penelitian ini, untuk lebih memfokuskan pembahasan tentang pelaksanaan program CSR PT Indosat Ooredoo di wilayah Jawa Timur, peneliti akan mengadakan evaluasi atas efektivitas pelaksanaan kegiatan pengembangan komunitas yang telah dilakukan PT Indosat di Jawa Timur yaitu bantuan untuk korban banjir di Madiun pada tahun 2019. Alasan pemilihan kegiatan ini karena program yang dilaksanakan tahun 2019, dilaporkan pada tahun 2020 sehingga dapat dilakukan evaluasi secara menyeluruh sebagai bahan kajian penelitian.

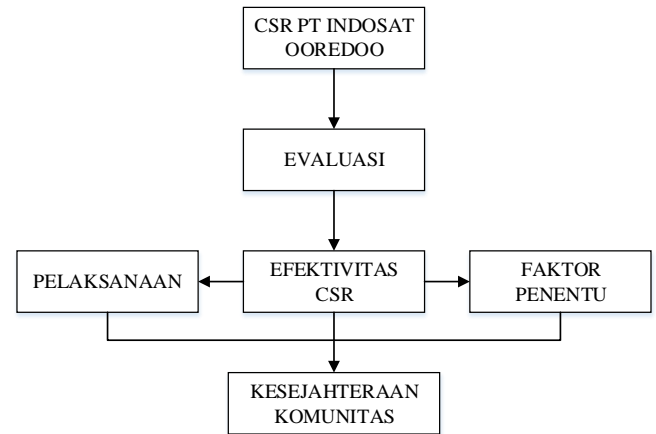
Mengutip antaranews.com Banjir bandang yang menerjang kota Madiun pada tahun 2019, disebabkan meluapkan aliran sungai Bengawan Madiun dan buruknya sistem drainase di beberapa titik kota, mengakibatkan banjir setelah terjadi hujan deras sepanjang Sabtu sore hingga malam, 24 Pebruari 2019. Daerah terdampak banjir meliputi kelurahan Tawangrejo, Rejomulyo, Sukosari, Oro-oro Ombo, Klegen, Manguharjo, Nambangan Kidul, Nambangan Lor dan Taman. Air juga menggenangi rumah-rumah warga dengan ketinggian berkisar 0,3 – 1 meter (Louis & Giliartha, 2019). Terkait dengan bencana tersebut, PT Indosat Ooredoo memberikan bantuan program pendampingan untuk korban bencana banjir, yang merupakan perwujudan CSR dalam pilar Pengembangan Komunitas dengan sub pilar kesehatan dan Filanthropi dengan total dana sekitar 8,15 Milyar rupiah. Se jauh mana efektivitas program tersebut, sampai saat ini belum ada penelitiannya. Padahal pengukuran ini penting, agar program CSR kedepannya bisa tepat guna dan tepat sasaran.

Berdasarkan mapping jurnal dan fenomena yang terjadi, maka peneliti mengambil judul penelitian Evaluasi Efektitas Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo di Jawa Timur (Studi pada Program Bantuan Banjir Kota Madiun)

Berdasarkan permasalahan di atas, dapat diambil tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis gambaran pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo
2. Mengetahui dan menganalisis efektivitas program pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada Program Peduli Bencana Banjir Kota Madiun.
3. Mengetahui dan menganalisis faktor penentu keefektifan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada Program Peduli Bencana Banjir di Kota Madiun

Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Madiun sebagai tempat pelaksanaan Program CSR PT Indosat Ooredoo dalam pilar Pengembangan Komunitas dengan Sub Pilar Kesehatan dan Filantropi saat terjadi banjir pada tahun 2019. Subyek penelitian adalah penerima manfaat program yang merupakan warga kota Madiun yang terdampak banjir yaitu bidang kesehatan sebanyak 1.106 orang dan Filanthropi sebanyak 825.466 orang

Variabel dalam penelitian ini adalah Program CSR PT Indosat Ooredoo yang diberikan pada masyarakat terdampak Banjir di Kota Madiun pada tahun 2019 serta Pengukuran Efektivitas Pelaksanaan program tersebut dengan indikator Pencapaian Tujuan, Integrasi dan Adaptasi. Berdasarkan desainnya, penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif.

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif sampai pada tingkat kejenuhan (saturated) informan awal, mereka yang menguasai data-data yang dipilih, calon ini akan berkembang ke calon-calon berikutnya. Informasi berikutnya dipilih dengan cara bola salju (snowball), selanjutnya informan berikutnya ditentukan bergilir, dan informasi terakhir kalau sudah sampai pada tingkat kejenuhan (saturated) artinya tidak ada lagi variasi jawaban dari informan.

Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif dari Miles dan Huberman (1992: 15-21), yaitu model Analisis Interaktif dan Analisis Komparatif, yaitu membandingkan hasil-hasil

penelitian dengan temuan-temuan penelitian terdahulu.

Proses analisis ini dilakukan melalui tiga langkah: data yang muncul berwujud kata-kata dari hasil observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman dan sebagainya. Data tersebut diproses dengan cara pengetikan, pencatatan, penyuntingan. Analisis dengan mendeskripsikan data-data tersebut dalam bentuk teks yang diperluas. Analisis terdiri dari tiga alur kegiatan secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.

Pembahasan

A. Gambaran pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo

Melalui program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Indosat Ooredoo berkomitmen mendukung komunitas masyarakat agar dapat mewujudkan masa depan yang lebih baik serta mengoptimalkan manfaat kehadiran kami dari segi sosio-ekonomi, terutama di bidang yang terkait bisnis inti kami di teknologi digital.

Kegiatan Indosat Ooredoo di tingkat komunitas memberikan dampak positif dengan memfasilitasi akses terhadap layanan telekomunikasi dan/atau produk digital, serta memberikan kontribusi sosial kepada masyarakat di sekitar wilayah kerja Perusahaan, melalui 2 (dua) pilar CSR Indosat Ooredoo yang terdiri dari: Pendidikan dan Pengembangan Komunitas.

1. Pilar Pendidikan

Sejak pertama kali Indosat Ooredoo menyelenggarakan program CSR, salah satu tujuannya adalah mendukung pendidikan dan mendorong inovasi bagi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu pada tahun 2019, Indosat Ooredoo meluncurkan Indosat Ooredoo Digital Camp (IDCamp), sebuah program pendidikan digital untuk anak muda Indonesia, termasuk remaja penyandang disabilitas. Program ini berfungsi untuk membangun citra merek Indosat Ooredoo sebagai Telco Digital Terkemuka di Indonesia yang memperkaya kehidupan anak muda Indonesia dengan keterampilan digital dan membantu misi Pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai Kekuatan Digital.

Sebagai program CSR unggulan Indosat Ooredoo sejak tahun 2019, IDCamp dirancang untuk meminimalkan kesenjangan kekurangan talenta digital antara pemasok talenta digital terampil dan kebutuhan industri. Indonesia sendiri sedang marak di era ekonomi digital global yang membuka banyak peluang bisnis.

Pada tahun pertama pelaksanaannya, IDCamp telah memberikan manfaat kepada 33.414 orang, dimana: 26.714 orang mendapatkan beasiswa coding online, 5.000 mahasiswa mengikuti Roadshow Kampus, 1.100 pengembang bergabung dalam acara pertemuan pengembang, dan 600 pengembang berkompetisi dalam IDCamp HackData-Hackathon dan Datathon pertama di Indonesia.

Melalui program CSR Indosat Ooredoo lainnya dalam pilar pendidikan, hingga akhir tahun 2019 145.105 orang telah mendapatkan manfaat dari inisiatif Indonesia Belajar. Kedua inisiatif ini sejalan dengan United Nations Sustainable Development Goals (UN SDG) nomor 4 dan 9 dan berlanjut sepanjang 2019.

2. Pilar Pengembangan Komunitas

Selain memberdayakan pelanggan melalui produk dan layanan yang lebih baik, Indosat Ooredoo juga melakukan beragam inisiatif lain yang memberdayakan masyarakat Indonesia secara luas. Sejak 2006, program “Corporate Social Responsibility (CSR)” kami telah memberikan manfaat kepada lebih dari 1,6 juta orang.

Pada tahun 2018, lebih dari 700.000 orang mendapatkan manfaat dari inisiatif CSR kami dalam pemberdayaan perempuan, kesehatan, dan filantropi. Penerima manfaat tersebut termasuk perempuan kurang mampu, pelajar, developer perempuan dan juga korban bencana di Lombok, Sulawesi Tengah, Jayapura, sampai yang terakhir di Ambon. Indosat Ooredoo juga memberikan kontribusi kepada komunitas di sekitar kantor operasional kami melalui inisiatif Program Relawan Karyawan yang mencakup upaya pembersihan pantai dan lingkungan sekitar kantor, juga renovasi tempat ibadah.

Gambaran pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada korban Banjir di Kota Madiun diselenggarakan dengan cara menyalurkan bantuan langsung kepada warga terdampak

bencana, bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI). Indosat Ooredoo mengoperasikan Mobil Klinik untuk memberikan layanan kesehatan gratis bagi masyarakat yang terdampak banjir di lokasi pengungsian. Selain itu, Indosat Ooredoo juga mendonasikan sejumlah dana yang disalurkan melalui Palang Merah Indonesia (PMI), dan memberikan bantuan komunikasi gratis berupa dompet pulsa kepada hampir 1 juta pelanggannya di wilayah Madiun. Mobil Klinik Indosat Ooredoo melakukan pelayanan kesehatan dan pengobatan gratis, pemberian makanan tambahan dan trauma healing atau psiko-sosial untuk anak-anak, serta pembagian bantuan fasilitas komunikasi berupa kartu perdana dan pulsa gratis di lokasi pengungsian

B. Efektivitas program pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada Program Peduli Bencana Banjir Kota Madiun

Banjir melanda beberapa daerah di Indonesia akibat hujan besar yang berlangsung beberapa jam, termasuk di wilayah Madiun dan sekitarnya seperti Ngawi dan Ponorogo. Banjir Madiun merendam 35 desa dan tujuh kecamatan yang mengharuskan ribuan warganya mengungsi. Bupati Kabupaten Madiun pun mengeluarkan status tanggap darurat sampai tanggal 19 Maret 2019 nanti. Bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI), Indosat Ooredoo pun bertindak menyalurkan bala bantuan ke korban bencana. Demi memberikan layanan kesehatan gratis bagi warga korban banjir di lokasi pengungsian, Indosat Ooredoo menerjunkan mobil klinik di wilayah tersebut. Sejumlah dana pun disumbangkan melalui PMI dan juga dompet pulsa ke sekitar satu juta pelanggan sampai 22 Maret 2019. Hal ini demi melancarkan komunikasi di wilayah tersebut. Warga di pengungsian bisa mendapatkan pelayanan kesehatan dan pengobatan gratis dari Mobil Klinik yang didatangkan oleh Indosat Ooredoo. Selain itu tersedia juga pembagian makanan tambahan dan pemulihan trauma atau psiko-sosial bagi anak-anak. Tentu saja sebagai provider layanan telekomunikasi, Indosat Ooredoo juga membagikan fasilitas komunikasi di lokasi pengungsian. Fasilitas tersebut terdiri dari kartu perdana dan pulsa gratis.

Program Mobil Klinik Indosat Ooredoo adalah implementasi piral Corporate Social Responsibility (CSR) di bidang Kesehatan yang mencakup bantuan bencana alam juga. Indosat Ooredoo sudah mengirimkan bantuan ke lebih dari 880 ribu orang di 1.950 lokasi sampai akhir tahun 2018. Lokasi tersebut tersebar di 14 provinsi, yang mencakup D.K.I. Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, D.I. Yogyakarta, Jawa Timur, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Bengkulu, Lampung, Kalimantan Selatan, Kalimantan Barat, Sulawesi Selatan dan Papua.

Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada korban Banjir di Kota Madiun sangat efektif dan sangat membantu bagi seluruh warga, tidak hanya bantuan kesehatan, namun warga juga memperoleh bantuan pulsa dan bantuan uang lainnya. Sehingga warga merasa diringankan dengan adanya bantuan yang diperoleh. Warga juga merasa sangat puas dengan adanya bantuan yang diberikan oleh PT. Indosat Ooredoo

C. Faktor penentu keefektifan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada Program Peduli Bencana Banjir Kota Madiun

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diperoleh faktor penentu keefektifan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada Program Peduli Bencana Banjir Kota Madiun sebagai berikut :

1. Produksi (production)

PT. Indosat Ooredoo telah berhasil memberikan bantuan sesuai dengan kebutuhan warga yang terdampak banjir di Kota Madiun. Para pegawai yang diberikan tugas untuk membantu warga telah mampu memberikan rasa kepuasan bagi para korban bencana dan mampu memenuhi segala kebutuhan lingkungan

2. Efisiensi (efficiency)

Selama bencana banjir di Kota Madiun terjadi hingga setelah bencana banjir selesai. Bantuan yang diberikan kepada masyarakat sangat membantu masyarakat untuk kelangsungan hidup mereka saat terjadi bencana hingga setelah bencana. Seluruh kebutuhan warga saat terjadinya bencana telah terpenuhi dengan adanya

bantuan yang diberikan PT. Indosat Ooredoo.

3. Kepuasan (satisfaction)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, warga terkena banjir di Kota Madiun sangat puas dengan bantuan yang diberikan PT. Indosat Ooredoo. PT. Indosat Ooredoo tidak hanya peduli akan kesehatan warga maupun kebutuhan primer warga, namun juga kebutuhan sekunder warga yang pulsa untuk dapat berkomunikasi dengan sanak keluarga lainnya di luar kota maupun untuk hanya sekedar hiburan saat berada di posko pengungsian.

4. Adaptasi

Dalam hal ini, PT. Indosat telah memiliki kemampuan manajemen untuk menduga adanya perubahan dalam lingkungan maupun organisasi itu sendiri. Dimana sebelumnya PT. Indosat Ooredoo telah menerapkan Corporate Sosial Responsibility (CSR) dimana perusahaan memiliki komitmen atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

5. Perkembangan (development)

Pada kenyataannya, PT. Indosat Ooredoo telah mampu meningkatkan kapasitasnya menghadapi tuntutan lingkungan atau bertanggung jawab untuk memperbesar kapasitasnya dan potensinya untuk berkembang atau hidup terus. PT. Indosat Ooredoo mampu berkembang dalam segala keadaan. Pada kondisi bencana banjirpun, PT Indosat Ooredoo mampu menciptakan suatu program, yakni program Corporate Sosial Responsibility (CSR) untuk membantu warga mengatasi permasalahan bencana alam.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada korban Banjir di Kota Madiun diselenggarakan dengan cara menyalurkan bantuan langsung kepada

warga terdampak bencana, bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI). Indosat Ooredoo mengoperasikan Mobil Klinik untuk memberikan layanan kesehatan gratis bagi masyarakat yang terdampak banjir di lokasi pengungsian. Selain itu, Indosat Ooredoo juga mendonasikan sejumlah dana yang disalurkan melalui Palang Merah Indonesia (PMI), dan memberikan bantuan komunikasi gratis berupa dompet pulsa kepada hampir 1 juta pelanggannya di wilayah Madiun.

2. Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada korban Banjir di Kota Madiun sangat efektif dan sangat membantu bagi seluruh warga, tidak hanya bantuan kesehatan, namun warga juga memperoleh bantuan pulsa dan bantuan uang lainnya.
3. Faktor penentu keefektifan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT Indosat Ooredoo pada Program Peduli Bencana Banjir Kota Madiun meliputi faktor produksi, efisiensi, kepuasan, adaptasi dan perkembangan.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. PT. Indosat Ooredoo perlu meningkatkan program Corporate Social Responsibility (CSR) dan program lainnya yang dapat memberikan bantuan kepada masyarakat sehingga dapat mengembangkan perusahaan untuk lebih maju lagi
2. Perlu adanya penelitian dengan metode kuantitatif untuk memperoleh hasil keefektifan yang lebih akurat dengan hasil pengujian yang berupa angka, sehingga berdasarkan pada parameter yang telah ditentukan pada penelitian terdahulu.

Daftar Pustaka

- Andreas, H. H., Sucahyo, U. S., & Elisabeth, D. (2015). Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 15(1), 119–136.

- Azim, M. T. (2016). Responsabilidade social corporativa e comportamento do funcionário: Papel mediador do compromisso organizacional. *Revista Brasileira de Gestao de Negocios*, 18(60), 207–225.
<https://doi.org/10.7819/rbgn.v18i60.2319>
- Budiarti, M. S., & Raharjo, S. T. (2014). Corporate social responsibility (CSR) Dari Sudut Pandang Perusahaan. *Share Social Work Journal*, 4(1), 13–17.
<https://doi.org/10.24198/share.v4i1.13045>
- Freeman, R. E., & Dmytriiev, S. (2017). Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 1, 7.
<https://doi.org/10.4468/2017.1.02freeman.dmytriiev>
- Gassing, S., & Syarifuddin. (2016). Public Relation (I). CV Andi Offset.
- Husna, A., & Suryana, B. (2017). Metodologi Penelitian Statistik (I). Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.
- Indosat Ooreedo. (2019). Tanggung Jawab Sosial. PT INDOSAT OOREDOO.
- Louis, R. S., & Giliartha, G. (2019). Sejumlah wilayah di Kota Madiun terendam banjir. *Antara.Com*, 1.
- Machfiroh, A. (2015). Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Katalogis*, 3, 179–185.
- Mandina, S., Maravire, C., & Masere, V. (2014). Effectiveness of Corporate Social Responsibility in Enhancing Company Image. *Journal of Applied Business and Economics*, 16(3), 152–170.
- Moleong, L. J. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- Ningrum, A. K., Suprpti, E., & Hidayat Anwar, A. S. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(01).
<https://doi.org/10.30651/blc.v15i01.1260>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial (Lutfiah (ed.); Edisi ke-2). Media Sahabat Cendekia.
- Pelesa, M. . (2019). CSR Dalam Konsep Dan Sejarah. Kompas.
- Pratama, M. A. (2015). Analisis Corporate Social Responsibility dalam program kemitraan Badan Usaha Milik Negara (Studi Kasus pada Perkembangan UMKM Mitra Binaan PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Usaha Rejosari). *Natapraja*, 1(1).
<https://doi.org/10.21831/jnp.v1i1.3444>
- Putri, Z. B., & Budiyanto. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 361–375.
- Ristiawan, M. I., & Lestari, H. (2019). Efektifitas Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) PT Pertamina di Tambak Rejo, Kecamatan Semarang Utara, Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 8(3).
- Rivani, & Resnawaty, R. (2017). Analisis Efektivitas Pelaksanaan Program Community Development Sebagai Bentuk Corporate Social Responsibility Oleh Pt. Chevron Di Kabupaten Garut. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 121–128.
<https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14221>
- Rosalina, I. (2012). Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Madetaan. *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, 101(01), 3.
- Sari, E. K., Mulyana, A., & Alfitri, A. (2016). Implementasi Program CSR Lingkungan PT. Semen Baturaja (PERSERO) Tbk Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Ogan Komering Ulu Sumatera Selatan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 13(1), 42.
<https://doi.org/10.14710/jil.13.1.42-52>
- Siagian, S. P. (2002). Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja (4th ed.). PT Rineka Cipta.
- Timban, C., Mandey, J., & Tulusan, F. (2015). Efektivitas Kerja Pemerintah Kota Manado Dalam Program Bantuan Korban

- Banjir Di Kecamatan Wanea Kota Manado. *Jurnal Administrasi Publik UNSRAT*, 2(30), 1363.
- Ulum, I., & Juanda, A. (2018). *Metodologi Penelitian Akuntansi* (2nd ed.). Aditya Media Publishing.
- Untung, H. B. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika.
- Yusuf, A. M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Kencana Perdana Media Group