

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif Dan Frekuensi

a. Data Statistik Hasil Pengisian Kuesioner

Hasil pengisian kuesioner kepada seluruh penerima manfaat program CSR oleh koperasi periode 2013-2016 sebanyak 58 orang responden yang kemudian dianalisis dengan SPSS maka terlihat hasil sebagai berikut:

Tabel 5.1

Hasil Analisis Statistik Deskriptif Pengisian Kuesioner

Pertanyaan (Question)	N	
	Valid	Missing
Q1	58	0
Q2	58	0
Q3	58	0
Q4	58	0
Q5	58	0
Q6	58	0
Q7	58	0
Q8	58	0
Q9	58	0
Q10	58	0
Q11	58	0

Lanjutan Tabel 5.3

Q12	58	0
Q13	58	0
Q14	58	0
Q15	58	0

Berdasarkan hasil output diatas dapat terlihat bahwa pada pertanyaan pertama (Q1) sampai dengan pertanyaan terakhir (Q15) pada kolom *valid* terdapat angka 58 sedangkan pada kolom *missing* terdapat angka 0. Hal tersebut menjelaskan bahwa terdapat 58 data dan tidak ada yang hilang. Artinya data ini semuanya telah *valid* dan dapat dilakukan proses berikutnya.

Tabel 5.2**Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Pengisian Kuesioner**

Variabel	N	Min	Maks	Mean	Standar deviasi
Pemahaman program	58	1	5	3,36	1,10
Tepat sasaran	58	1	5	3,74	0,91
Tepat waktu	58	1	5	3,62	1,08
Tercapai tujuan	58	1	5	3,55	0,84

Hasil *output* diatas terlihat bahwa pada variabel pemahaman program, untuk kolom minimum terdapat angka 1 yang menjelaskan bahwa terdapat responden yang memilih jawaban terendah yaitu angka 1 (sangat tidak setuju) dan pada kolom maksimum terdapat angka 5 yang menjelaskan bahwa terdapat responden yang memilih jawaban tertinggi yaitu angka 5 (sangat setuju). Pada

variabel tepat sasaran, untuk kolom minimum terdapat angka 1 yang menjelaskan bahwa jawaban terendah yang dipilih oleh responden yaitu angka 1 (sangat tidak setuju) dan pada kolom maksimum terdapat angka 5 yang menjelaskan bahwa terdapat responden yang memilih jawaban tertinggi yaitu angka 5 (sangat setuju). Pada variabel tepat waktu, untuk kolom minimum terdapat angka 1 yang menjelaskan bahwa terdapat responden yang memilih jawaban terendah yaitu angka 1 (sangat tidak setuju) dan pada kolom maksimum terdapat angka 5 yang menjelaskan bahwa terdapat responden yang memilih jawaban tertinggi yaitu angka 5 (sangat setuju). Pada variabel tercapainya tujuan, untuk kolom minimum terdapat angka 1 yang menjelaskan bahwa jawaban terendah yang dipilih responden adalah angka 1 (sangat tidak setuju) dan pada kolom maksimum terdapat angka 5 yang menjelaskan bahwa terdapat responden yang memilih jawaban tertinggi yaitu angka 5 (sangat setuju).

Pada kolom *mean* menjelaskan bahwa rata-rata pilihan jawaban yang dipilih oleh responden pada aspek pemahaman program adalah angka 4, pada aspek tepat sasaran adalah angka 4, pada aspek tepat waktu adalah angka 4 dan pada aspek tercapai tujuan adalah angka 4.

Pada kolom *standar deviasi* terlihat angka-angka pada semua aspek lebih kecil dari *mean*. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan baik.

B. Pembahasan

1. Bentuk-bentuk Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Koperasi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan diperoleh berbagai bentuk program CSR yang dilakukan oleh ketiga koperasi skala besar DIY, yang didominasi oleh program di bidang sosial (*people*) dan program di bidang ekonomi (*profit*). Sesuai dengan prinsip *Triple Bottom Line* (3P) prinsip yang ketiga yaitu pada program di bidang lingkungan (*planet*) masih belum terpenuhi.

Seluruh program sosial yang dilakukan, penulis kemudian membagi setiap program menjadi beberapa kategori berdasarkan tahapan CSR, yaitu *Corporate Charity*, *Corporate Philanthropy* dan *Corporate Citizenship*.

1) Tahapan *corporate charity* merupakan tahap awal dari sebuah CSR.

Motivasi *corporate charity* dilandasi oleh agama, tradisi dan adat yang ada di masyarakat. Penerima program yaitu golongan orang tertentu yang mengalami kesulitan atau sulit dalam memenuhi kebutuhan, contohnya yaitu orang miskin. Bagi penerima program, bantuan yang diberikan hanya berjangka waktu pendek, biasanya didominasi oleh program santunan atau donasi.

Berbagai bentuk program yang dilakukan oleh koperasi adalah program *corporate charity*. Bentuk program yang dilakukan

bermacam-macam, baik program ekonomi (*profit*) atau program sosial (*people*). Program tersebut meliputi:

- Santunan bagi anggota
- Bakti sosial dan bantuan bencana alam
- Sponsor kegiatan
- Beasiswa
- Pendampingan ekonomi produktif

2) Tahapan *corporate philanthropy* merupakan tahap kedua dari program CSR. Motivasi *corporate philanthropy* dilandasi oleh norma dan etika yang ada dalam masyarakat. Penerima program yaitu masyarakat luas (cakupan penerima lebih luas dari *charity*). Program yang dilakukan mampu dirasakan dalam jangka panjang, biasanya berupa hibah pembangunan seperti pembangunan fasilitas umum (jalan, masjid) atau sarana pendidikan (perpustakaan atau sekolah).

Pada koperasi yang diteliti belum terdapat koperasi yang sudah mencapai pada tahap ke dua dari CSR ini. Adapun koperasi yang membantu pembangunan fasilitas umum namun lebih bersifat donasi atau sponsor.

BMT BIF sebenarnya memiliki pondok pesantren dan panti asuhan namun pembangunan yang dilakukan sepenuhnya menggunakan donasi dari masyarakat (zakat, infaq dan sedekah) sedangkan untuk program CSR penggunaan dana yang digunakan masuk menjadi biaya perusahaan (dikelurkan oleh perusahaan).

3) Tahapan *coporate citizenship* merupakan tahap ketiga atau akhir dari tahapan CSR, tahap ini telah tercapai program CSR. Motivasi *coporate citizenship* dilandasi oleh keinginan perusahaan untuk berkontribusi dalam masyarakat guna membentuk masyarakat yang sejahtera dan mandiri. Tahap ini jika dilihat dari penerima program memiliki kesamaan dengan program *coporate philanthropy*, namun yang membedakannya adalah bentuk program. Bentuk program *coporate citizenship* yaitu berupa pemberdayaan masyarakat (*Comunity Development*). Apabila dikelola dengan baik melalui langkah perumusan CSR yang telah dijelaskan, maka manfaat dapat dirasakan dalam jangka waktu panjang dan dampak yang ditimbulkan pada masyarakat lebih dapat dirasakan dibandingkan dengan program *coporate charity* dan program *coporate philanthropy*.

Hasil penelitian menunjukkan belum terdapat koperasi yang melakukan kegiatan sosial di bidang pemberdayaan masyarakat. Program yang dilakukan oleh koperasi/BMT masih jauh untuk dikatakan sebagai kegiatan yang mampu membuat masyarakat mandiri dan berdaya, meskipun terdapat program pendampingan, namun kegiatan yang dilakukan hanya sebatas pemberian modal dan pengajian, belum terdapat pembinaan secara khusus.

Tabel 5.3
Program CSR Oleh Koperasi

Program	Koperasi	Tahapan CSR
Santunan bagi anggota yang sakit atau terkena musibah	Kopeg UPN, BMT BIF dan KSP Bhakti	<i>Corporate Charity</i>
Bakti sosial dan bantuan bencana alam	Kopeg UPN, BMT BIF dan KSP Bhakti	<i>Corporate Charity</i>
Beasiswa untuk putra/putri anggota dan binaan	Kopeg UPN dan BMT BIF	<i>Corporate Charity</i>
Sponsor kegiatan dan pembangunan	Kopeg UPN, BMT BIF dan KSP Bhakti	<i>Corporate Charity</i>
Pendampingan ekonomi produktif	BMT BIF	<i>Corporate Charity</i>

1) Santunan anggota

Pemberian santunan bagi anggota yang terkena sakit atau meninggal dunia (anggota atau keluarga anggota) setiap tahun rutin dilakukan oleh ketiga koperasi ini. Program ini merupakan cara koperasi untuk menunjukkan rasa kepedulian terhadap anggota dan diharapkan mampu meringankan musibah yang dialami oleh anggota tersebut.

Program ini tergolong program insidental tetapi selalu ada nominal tertentu yang diberikan sesuai dengan kondisi anggota atau keluarga anggota yang sakit. Santunan ini dapat diberikan secara khusus oleh koperasi atau santunan dari iuran para anggota.

2) Bakti sosial dan bantuan bencana alam

Bakti sosial dilakukan setahun sekali oleh BMT BIF setiap acara Milad BMT BIF dan saat hari raya Idul Adha. Kegiatan yang dilakukan yaitu pembagian sembako dan pemberian hewan qurban saat Idul Adha. Untuk kegiatan bakti sosial ini hampir setiap tahun diadakan di Desa Wunut dan Desa Legundi, Kabupaten Gunung Kidul, sedangkan program bantuan bencana alam oleh BMT BIF bersifat insidental (kondisional). Pengalokasian bantuan berupa kebutuhan bagi seluruh masyarakat yang terkena bencana. Bantuan bencana yang pernah dilakukan yaitu pemberian berupa air bersih untuk masyarakat Kabupaten Gunung Kidul di tahun 2015.

Bakti sosial yang dilakukan oleh Kopeg UPN Veteran yaitu di bulan Ramadhan dengan memberikan bantuan/ santunan kepada panti asuhan disertai dengan kegiatan buka bersama. Bakti sosial UPN pertama kali dilakukan di tahun 2016. Pada tahun-tahun sebelumnya, kegiatan di bulan ramadhan diisi dengan buka bersama anggota koperasi namun tidak disertai dengan bakti sosial. Bantuan bencana alam oleh Kopeg UPN juga bersifat insidental dan diberikan kepada masyarakat yang terkena bencana secara luas. Bantuan bencana alam yang pernah dilakukan yaitu pemberian air bersih untuk masyarakat Kabupaten Gunung Kidul di tahun 2014.

Pada KSP Bhakti bakti sosial belum pernah dilakukan hanya bantuan bencana alam yang pernah diberikan dan bersifat insidental.

Bantuan diberikan kepada anggota koperasi yang terkena bencana tidak untuk masyarakat lain. Bantuan yang pernah diberikan yaitu ketika gempa di DIY tahun 2006.

3) Beasiswa

Beasiswa pada BMT BIF diberikan untuk santri pada pondok pesantren Almaun dan putra/i dari anggota binaan. Program beasiswa rutin ini diadakan mulai tahun 2015. Program beasiswa BMT BIF diberikan setiap bulan. Untuk santri pondok pesantren sebesar Rp 250.000/bulan dan putra/i anggota binaan Rp 100.000/bulan.

Pada Kopeg UPN Veteran program beasiswa mulai dilakukan di tahun 2013. Beasiswa diberikan kepada putra/i anggota yang berprestasi dengan syarat yaitu putra/i kelas 1 SD sampai dengan maksimal kelas 2 SMA. Program beasiswa ini dilakukan rutin setiap tahun pada bulan Agustus. Nominal angka yang diberikan yaitu untuk jenjang SD sebesar Rp 300.000/anak, jenjang SMP sebesar Rp 450.000/anak dan SMA sebesar Rp 600.000/anak.

Tabel 5.4

**Program Beasiswa BMT BIF dan Kopeg UPN Veteran
Tahun 2015-2016**

Nama Koperasi	Waktu pelaksanaan	Alokasi Dana (rupiah)	
		2015	2016
BMT BIF	1x setiap bulan	Rp 4.933.700	Rp 6.300.000
UPN	1x setiap tahun	Rp 57.000.000	Rp53.250.000

4) Sponsor kegiatan

Program sponsor oleh BMT BIF setiap tahunnya didominasi oleh kegiatan di bidang keagamaan seperti pembangunan masjid. Program sponsor Kopeg UPN Veteran setiap tahunnya didominasi oleh pemberian sponsor kepada himpunan mahasiswa UPN dan khususnya bagi UPN Veteran sendiri (internal kampus UPN), kegiatan yang rutin setiap tahun adalah *Dies Natalies* UPN “Veteran”. Program sponsor oleh KSP Bhakti didominasi oleh kegiatan masyarakat sekitar (Kampung Gondangan) seperti pada saat acara hari kemerdekaan (17 Agustus) dan juga pengajuan donasi untuk pembangunan masjid sekitar atau idul adha.

5) Pendampingan ekonomi produktif

Pendampingan ekonomi produktif dilakukan oleh BMT BIF, meskipun merupakan program amal tetapi program ini masih bersifat *komersil* (mencari keuntungan) karena bersifat pinjaman modal seperti kegiatan peminjaman modal yang dilakukan oleh anggota lain, namun yang membedakan adalah modal yang diberikan kurang dari satu juta rupiah dengan target masyarakat menengah kebawah.

Pendampingan dilakukan dengan memberikan bantuan permodalan usaha bagi masyarakat baik kelompok atau individu. Untuk pendampingan kelompok terdiri kurang lebih 15 sampai 20 orang.

Pendampingan berkelompok pertama kali dilakukan pada akhir tahun 2013 sampai 2014 yaitu bantuan permodalan kepada kelompok

kampung Ledhok Timoho dengan bantuan pembinaan pembuatan sabun milin kepada para ibu-ibu rumah tangga, namun program ini hanya bertahan selama beberapa bulan, karena terkendala faktor pemasaran produk dan mahalnya bahan baku sehingga permodalan usaha kelompok tidak lagi dilakukan dan sampai saat ini kegiatan di kampung Ledhok Timoho bersama BMT BIF hanya pengajian rutin setiap bulan dan pemberian pinjaman tetapi bersifat individu.

Selain kelompok tersebut, di tahun 2014 kelompok yang diberikan permodalan yaitu kelompok kampung Sayidan. Permodalan dilakukan secara individu (setiap orang bebas membuka usaha sendiri), namun pemantauan dilakukan secara berkelompok saat kegiatan pengajian, namun kampung tersebut kemudian dibina oleh lembaga masyarakat lain, sehingga BMT BIF sudah tidak melakukan kegiatan disana, baik itu permodalan atau pengajian.

Tahun 2015 BMT BIF tidak memberikan permodalan secara berkelompok, namun lebih didominasi oleh permodalan individu. Di tahun 2016 sampai dengan penelitian ini dilakukan, kelompok yang masih diberikan bantuan permodalan adalah kampung Keparakan Lor dan sebagian yang lain adalah permodalan individu.

Bantuan permodalan di kampung Keparakan Lor bersifat individu jadi setiap individu bebas membuka usahanya sendiri. Jumlah anggota kelompok Keparakan Lor berjumlah 20 orang dengan usaha masyarakat yang bermacam-macam, seperti toko sembako, toko baju dan lain-lain.

Untuk kegiatan pendampingan ini, selain pada kegiatan permodalan, kegiatan yang dilakukan oleh BMT BIF yaitu kegiatan pengajian dan arisan. Kegiatan ini berjalan bersama kegiatan pengajian dan arisan yang sudah lebih dulu ada dalam masyarakat. Sampai saat penelitian dilakukan, kegiatan yang masih dilakukan yaitu di kampung Ledhok timoho dan Keparakan lor.

Tabel 5.5
Program Pendampingan Ekonomi Produktif BMT BIF
Tahun 2014 – 2016

Tahun	Jumlah penerima	Alokasi dana
2014	30	Rp 47.100.000
2015	39	Rp 10.300.000
2016	28	Rp 36.500.000

2. Faktor pendukung dan kendala program *corporate social responsibility* (CSR) oleh Koperasi di DIY

a. Faktor pendukung program CSR oleh koperasi di DIY yaitu:

1) Kesadaran koperasi

Pihak koperasi sadar akan pentingnya masyarakat sebagai penggerak kegiatan bisnis yang telah dilakukan selama ini. Kesadaran ini memicu koperasi untuk memberikan bantuan kepada masyarakat karena pihak koperasi merasa bahwa koperasi dan masyarakat saling bergantung nasib satu sama lain. Hal ini memicu koperasi dan seluruh anggota koperasi untuk

berbagi dengan masyarakat melalui bantuan atau kegiatan sosial. Kesadaran dari seluruh komponen koperasi baik pengurus atau anggota turut mempermudah kegiatan sosial untuk masyarakat.

2) Antusias masyarakat

Masyarakat yang diberi bantuan pasti merasa senang karena mereka merasa terbantu sehingga selama berjalannya kegiatan (misalnya, bakti sosial) mempermudah jalannya kegiatan. Tertibnya masyarakat, serta antusiasme masyarakat untuk meramaikan kegiatan membuat kegiatan lebih mudah berjalan.

b. Faktor kendala program CSR oleh koperasi di DIY yaitu:

1) Kurangnya pengelola program

Program sosial yang bersifat kegiatan dalam masyarakat membutuhkan lebih banyak tenaga misalnya untuk fasilitator ataupun pemantau kegiatan. Keterbatasan sumber daya manusia sebagai pengelola program membuat kegiatan kurang efektif dilakukan. Untuk membuat program CSR, sumber daya manusia (SDM) sebagai pengelola harus lebih banyak tetapi kurangnya SDM membuat ruang gerak kegiatan menjadi lebih sempit sehingga masih sulit untuk memulai kegiatan CSR.

2) Laporan kegiatan

Sebagai bentuk pemantauan (sponsor kegiatan) koperasi meminta bukti kegiatan dalam bentuk laporan pertanggung jawaban (LPJ) namun sering kali pihak peminta donasi tidak memberikan LPJ tersebut sehingga dapat mempengaruhi pelaporan kegiatan bagi koperasi di kemudian hari dan juga pemantauan terhadap kegiatan menjadi sulit dilakukan. Laporan yang terbatas membuat sulitnya memantau bahkan mengevaluasi program tersebut.

3) Sosialisasi pemerintah tentang program CSR

Tidak adanya sosialisasi mengenai program CSR dari pemerintah khususnya pemerintah koperasi DIY menyebabkan kegiatan yang dilakukan masih dalam bentuk kegiatan kecil. Semangat untuk berlomba membuat program untuk masyarakat belum ada karena masih jarang koperasi yang bergerak untuk melakukan kegiatan sosial apalagi kegiatan CSR. Tidak adanya sosialisasi juga membuat pengetahuan pihak koperasi mengenai CSR masih sangat terbatas. Koperasi masih menganggap bahwa tidak perlu melakukan kegiatan CSR karena penekanan CSR diperuntukkan bagi perusahaan besar.

3. Persepsi Penerima Program Terhadap Program CSR

Program CSR yang dilakukan oleh Koperasi pada dasarnya bertujuan untuk membantu mensejahterakan anggota ataupun untuk

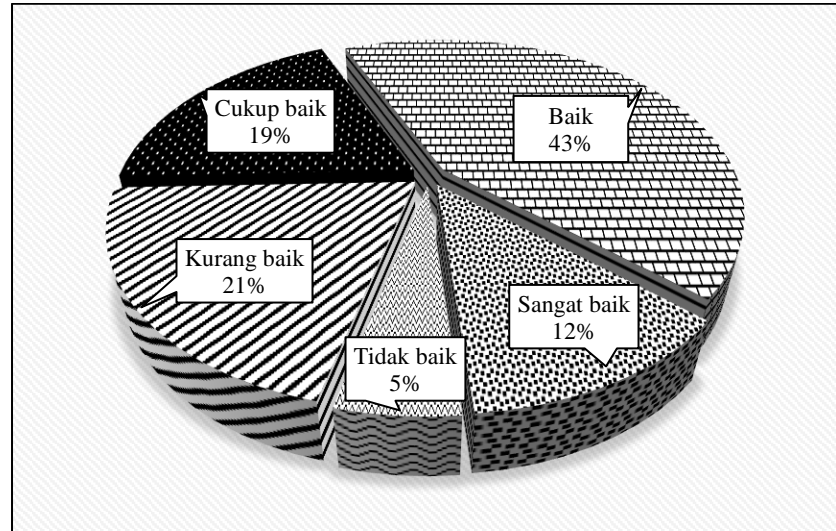
masyarakat sekitar, meskipun kegiatan amal tetapi program ini sudah rutin dilakukan untuk masyarakat sekitar yang memang membutuhkan bantuan.

Kegiatan yang telah dilakukan selama ini akan dievaluasi untuk mengetahui keefektifan program CSR yang dilakukan oleh Koperasi. Oleh sebab itu dalam menilai hasil kegiatan ini digunakan alat pengumpul data yaitu kuesioner yang berisi tanggapan masing-masing penerima program CSR mengenai pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu dan tercapainya tujuan sebagai indikator dari efektivitas program CSR.

Pada kuesioner digunakan skala *likert* untuk mengukur jawaban para responden, terdapat 5 pilihan jawaban yang dapat dipilih yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1), selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban yang dipilih oleh responden ke dalam 5 skala kontinum yaitu tidak baik (1), kurang baik (2), cukup (3), baik (4) dan sangat baik (5).

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dianalisis oleh penulis maka diperoleh jawaban untuk setiap indikator pada aspek pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu dan tercapainya tujuan sebagai berikut:

a. Indikator Pemahaman Program



Gambar 5.1
Diagram Indikator Pemahaman Program

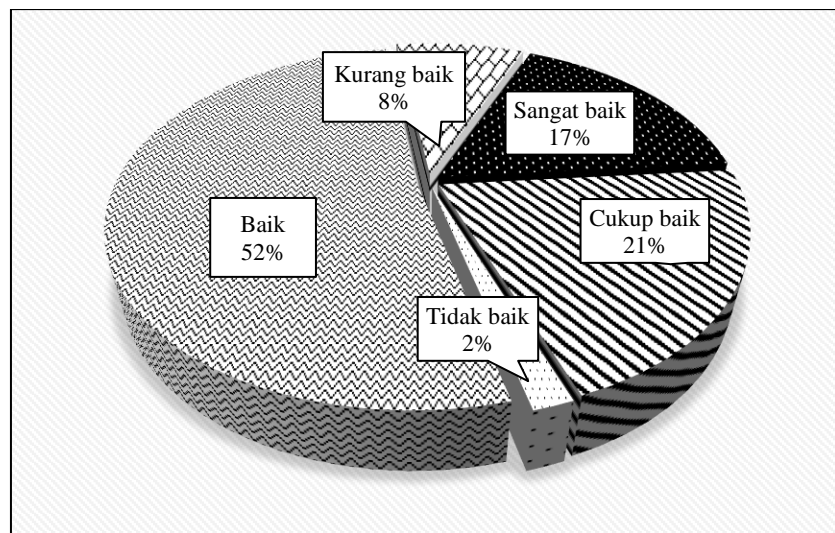
Diagram yang terdapat pada Gambar 5.1 menunjukkan bahwa persentase yang paling besar adalah pada tingkatan baik sebesar 43%, yang berarti bahwa pengetahuan dan pemahaman responden mengenai program CSR sudah baik dan hasil yang lainnya menunjukkan sebanyak 21% pemahaman responden mengenai program CSR tergolong kurang baik, 19% pemahaman responden mengenai program CSR tergolong cukup baik, 12% pemahaman responden mengenai program CSR tergolong sangat baik dan 5% pemahaman responden mengenai program CSR tergolong tidak baik.

Pengetahuan dan pemahaman responden mengenai program CSR ini didapatkan melalui sosialisasi dari koperasi kepada masyarakat atau

anggota koperasi dan juga informasi yang tersebar melalui masyarakat yang pernah mendapatkan atau mengikuti program tersebut.

Responden yang tidak mengetahui dan memahami program yang dilakukan oleh koperasi karena mereka hanya sekedar mengikuti atas ajakan teman sekampung atau sesama anggota, tanpa memperdulikan bentuk program CSR yang dilakukan, seperti penerima program yang sudah berusia diatas 50 tahun (golongan tua).

b. Indikator Tepat Sasaran



Gambar 5.2

Diagram Indikator Tepat Sasaran

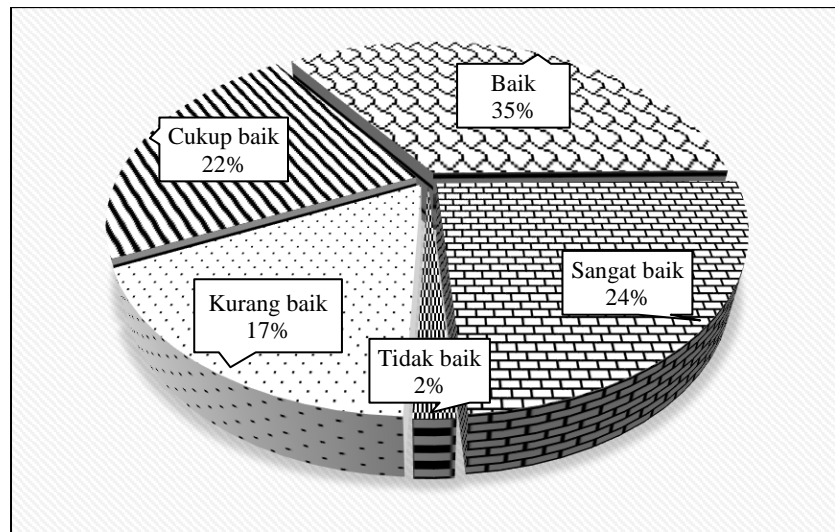
Diagram yang terdapat pada Gambar 5.2 menunjukkan bahwa persentase yang paling besar adalah pada tingkatan baik sebesar 52%, yang berarti bahwa program CSR sudah tepat sasaran, sedangkan hasil yang lainnya menunjukkan sebesar 21% ketepatan sasaran antara program CSR dengan responden tergolong cukup baik (cukup tepat sasaran), 17%

ketepatan sasaran antara program CSR dengan responden tergolong sangat baik (sangat tepat sasaran), 8% ketepatan sasaran antara program CSR dengan responden tergolong kurang baik (kurang tepat sasaran) dan 2% ketepatan sasaran antara program CSR dengan responden tergolong tidak baik (tidak tepat sasaran).

Ketepatan sasaran antara program CSR dengan responden dapat dilihat melalui pemberian bantuan/sponsor yang diberikan koperasi kepada responden sehingga kegiatan yang diadakan dapat berjalan dengan baik. Pada program pemberian bantuan modal dan beasiswa kepada masyarakat yang tergolong miskin dapat membantu meringankan biaya perekonomian dan pendidikan, meskipun keuntungan yang dirasakan belum besar, tetapi program CSR yang diberikan sudah cukup memenuhi harapan dan kebutuhan para responden.

Penerima program menganggap bahwa kegiatan sederhana yang dilakukan oleh koperasi masih lebih baik daripada tidak ada kegiatan sama sekali, pemikiran inilah yang memicu indikator tepat sasaran dapat dikatakan baik.

c. Indikator Tepat Waktu

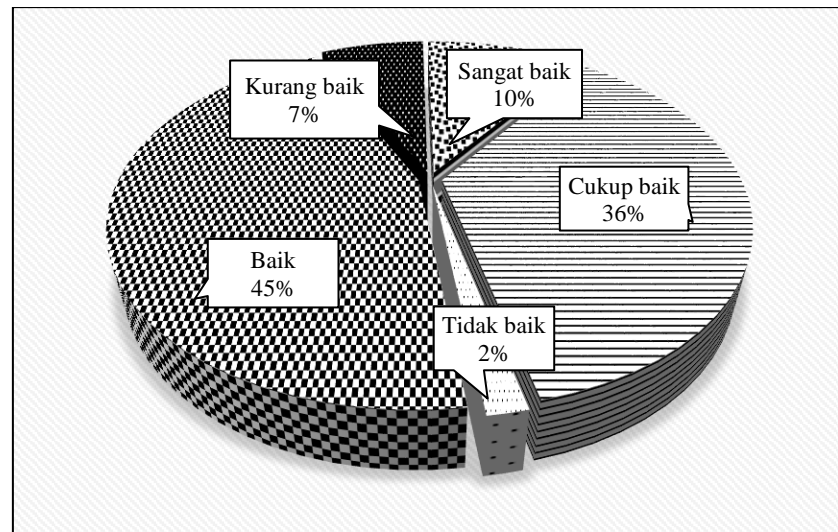


Gambar 5.3
Diagram Indikator Tepat Waktu

Diagram yang terdapat pada Gambar 5.3 menunjukkan bahwa persentase yang paling besar adalah pada tingkatan baik sebesar 35%, yang berarti bahwa pelaksanaan program CSR sudah tepat waktu, sedangkan hasil yang lainnya menunjukkan sebesar 24% ketepatan waktu tergolong sangat baik (sangat tepat waktu), 22% ketepatan waktu tergolong cukup baik (cukup tepat waktu), 17% ketepatan waktu tergolong kurang baik (kurang tepat waktu), dan 2% ketepatan waktu tergolong tidak baik (tidak tepat waktu).

Ketepatan waktu ini dapat dilihat melalui program yang dilakukan secara terus menerus yang kurang lebih rutin setiap tahun diberikan dan juga ketepatan waktu yang dijanjikan oleh koperasi sebagai pihak pemberi donasi/sponsor untuk memberikan bantuan.

d. Indikator Tercapainya Tujuan



Gambar 5.4

Diagram Indikator Tercapainya Tujuan

Diagram yang terdapat pada Gambar 5.4 menunjukkan bahwa persentase yang paling besar adalah pada tingkatan baik sebesar 45%, yang berarti bahwa bahwa pelaksanaan program CSR sudah mampu mencapai tujuan, sedangkan hasil yang lainnya menunjukkan sebesar 36% menyatakan cukup baik, 10% menyatakan bahwa program CSR sudah sangat mencapai tujuan, 7% menyatakan bahwa program CSR kurang mencapai tujuan dan 2% menyatakan tidak tercapai tujuan.

Tujuan dari program CSR yang sudah tercapai yaitu bahwa program CSR mampu mensejahterakan masyarakat, program CSR sudah mampu meningkatkan kualitas SDM, program CSR sudah mampu memperkuat hubungan koperasi dengan masyarakat, program CSR sudah mampu memotivasi kerja dan melalui program CSR masyarakat memandang koperasi sebagai lembaga yang positif (bereputasi baik).

e. Efektivitas Program CSR oleh Koperasi

Efektivitas program CSR oleh koperasi dapat dilihat melalui berbagai indikator yang telah dianalisis, yaitu indikator pemahaman program, indikator tepat sasaran, indikator tepat waktu dan indikator tercapainya tujuan. Skor ideal pada instrumen efektivitas adalah $5 \times 15 \times 58 = 4350$ (5 = nilai tertinggi dari setiap jawaban pertanyaan, 15 = jumlah seluruh item pertanyaan, 58 = jumlah sampel yang dijadikan responden). Untuk skor paling kecil pada instrumen efektivitas adalah $1 \times 15 \times 58 = 870$ (1 = nilai terendah dari setiap jawaban pertanyaan, 15 = jumlah seluruh item pertanyaan, 58 = jumlah sampel yang dijadikan responden). Nilai skor dari hasil penelitian dari seluruh indikator adalah 3043.

Jika melihat dalam standar ukuran efektivitas oleh Litbang Depdagri, besaran nilai efektivitas pada penelitian ini yaitu $3043/4350 \times 100 = 69,95$ yang berarti bahwa nilai efektivitas pada program amal yang dilakukan oleh Koperasi termasuk dalam kategori cukup efektif.