

HUBUNGAN KINERJA PT FAL DENGAN KEPUASAN MASYARAKAT SEKITAR

Venelia Anggika¹, Jamiluddin Ritonga²

^{1,2}Universitas Esa Unggul

Email: veneliaanggika@student.esaunggul.ac.id¹, jamiluddin8@gmail.com²

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kinerja Corporate Social Responsibility (CSR) PT Fenyen Agro Lestari (PT FAL) dengan tingkat kepuasan masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan. CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang berperan penting dalam membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Dalam penelitian ini, kinerja CSR dijadikan sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan masyarakat sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan. Teknik analisis data dilakukan untuk menguji hubungan antara kedua variabel tersebut secara statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja CSR PT FAL dengan tingkat kepuasan masyarakat. Salah satu program CSR yang memberikan dampak nyata adalah program pengaspalan jalan, yang dirasakan langsung manfaatnya oleh masyarakat dalam meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR yang tepat sasaran dapat memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa semakin baik kinerja CSR perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas dan keberlanjutan program CSR guna memperkuat hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Kinerja CSR, Kepuasan Masyarakat.

Abstract: This study aims to examine the relationship between the Corporate Social Responsibility (CSR) performance of PT Fenyen Agro Lestari (PT FAL) and the level of community satisfaction in the surrounding operational areas. CSR represents a form of corporate responsibility that plays a significant role in establishing and maintaining harmonious relationships with the community. In this research, CSR performance is treated as the independent variable, while community satisfaction serves as the dependent variable. This study employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to residents living near the company's operational area. The data were then analyzed statistically to determine the relationship between the two variables. The results indicate that there is a significant relationship between CSR performance and community satisfaction. One of the CSR programs that provides a direct and tangible impact is the road paving program, which has improved accessibility and environmental comfort for the local community. This finding suggests that well-implemented

CSR initiatives can positively contribute to community welfare. In conclusion, better CSR performance leads to higher levels of community satisfaction. Therefore, companies are expected to continuously improve the quality and sustainability of their CSR programs to strengthen mutually beneficial relationships between the company and the community.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, CSR Performance, Community Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu konsep yang semakin penting dalam dunia bisnis modern, terutama dalam konteks hubungan antara perusahaan dan masyarakat. CSR tidak lagi dipandang hanya sebagai bentuk kegiatan filantropi semata, melainkan telah berkembang menjadi bagian dari strategi bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan (sustainability). Perusahaan dituntut untuk tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas operasionalnya. Dengan demikian, keberadaan perusahaan di tengah masyarakat harus mampu memberikan manfaat yang nyata serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitarnya.

Dalam praktiknya, implementasi CSR dapat diwujudkan melalui berbagai program yang mencakup aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Program-program tersebut dapat berupa pemberdayaan masyarakat, bantuan pendidikan, peningkatan fasilitas umum, hingga kegiatan pelestarian lingkungan. Pelaksanaan CSR yang efektif tidak hanya memberikan dampak positif bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam membangun citra positif perusahaan serta meningkatkan kepercayaan publik. Oleh karena itu, keberhasilan CSR dapat diukur tidak hanya dari jumlah program yang dijalankan, tetapi juga dari sejauh mana program tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat.

Salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan pelaksanaan CSR adalah tingkat kepuasan masyarakat. Kepuasan masyarakat mencerminkan persepsi dan penilaian masyarakat terhadap manfaat yang mereka rasakan dari program CSR yang dijalankan perusahaan. Masyarakat yang merasa puas cenderung memiliki sikap positif terhadap perusahaan, seperti meningkatnya kepercayaan, dukungan, serta terciptanya hubungan yang lebih harmonis. Sebaliknya, jika program CSR tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan yang berpotensi memicu konflik sosial dan menurunkan citra perusahaan.

Kinerja CSR menjadi faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat.

Kinerja CSR mencakup berbagai aspek, seperti perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, relevansi program dengan kebutuhan masyarakat, serta keberlanjutan program yang dijalankan. Semakin baik kinerja CSR suatu perusahaan, maka semakin besar kemungkinan masyarakat merasakan manfaat yang signifikan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa program CSR yang dijalankan tidak hanya bersifat formalitas, tetapi benar-benar memberikan dampak yang berkelanjutan.

PT Fenyen Agro Lestari sebagai salah satu perusahaan yang beroperasi di tengah masyarakat memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan CSR secara optimal. Keberadaan perusahaan di suatu wilayah tentu membawa berbagai dampak, baik positif maupun negatif. Oleh karena itu, pelaksanaan CSR menjadi salah satu upaya untuk meminimalisir dampak negatif sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Namun demikian, efektivitas program CSR yang dijalankan perlu dikaji lebih lanjut, khususnya dalam kaitannya dengan tingkat kepuasan masyarakat sebagai penerima manfaat.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa CSR memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan masyarakat. Beberapa penelitian menemukan bahwa program CSR yang dirancang dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dapat meningkatkan tingkat kepuasan serta memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Namun, terdapat pula penelitian yang menunjukkan bahwa tidak semua program CSR memberikan dampak yang optimal, terutama jika tidak dilakukan secara tepat sasaran atau kurang melibatkan partisipasi masyarakat.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara kinerja CSR dengan kepuasan masyarakat, khususnya pada konteks PT Fenyen Agro Lestari. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, terutama dalam pengembangan strategi CSR yang lebih efektif dan berkelanjutan.

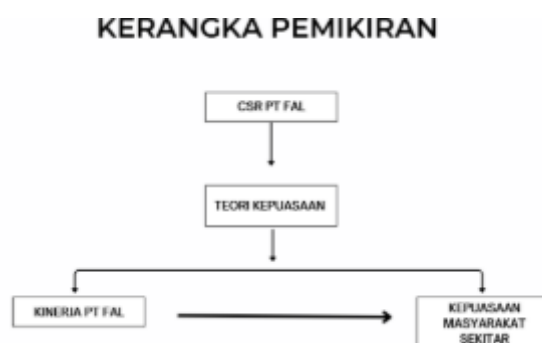
Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara kinerja Corporate Social Responsibility (CSR) dengan kepuasan masyarakat sekitar PT Fenyen Agro Lestari. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara kinerja CSR dengan tingkat kepuasan masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelaksanaan CSR serta memperkuat hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar.

Customer Satisfaction Theory

Teori Kepuasan (*Customer Satisfaction Theory*) yang dikemukakan oleh Oliver (1997) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil dari proses evaluasi seseorang setelah membandingkan harapan (*expectation*) sebelum menerima suatu produk, layanan, atau program dengan kinerja nyata (*perceived performance*) yang diterimanya. Apabila kinerja yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan, maka akan terjadi *positive disconfirmation* yang menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, apabila kinerja berada di bawah harapan, maka akan terjadi *negative disconfirmation* yang menimbulkan ketidakpuasan.

Dalam penelitian ini, Teori Kepuasan digunakan untuk menjelaskan hubungan antara kinerja PT FAL dalam melaksanakan program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan kepuasan masyarakat sekitar perusahaan. Masyarakat akan memberikan penilaian terhadap pelaksanaan program CSR berdasarkan manfaat yang diterima dan membandingkannya dengan harapan mereka terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin baik kinerja PT FAL dalam melaksanakan program CSR, seperti ketepatan pelaksanaan program, kualitas pelayanan, serta tanggung jawab sosial kepada masyarakat, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan masyarakat terhadap perusahaan. Dengan demikian, teori ini menjelaskan bahwa kepuasan masyarakat merupakan hasil evaluasi atas kinerja nyata PT FAL dalam memenuhi harapan masyarakat melalui pelaksanaan program CSR.

Kerangka Pemikiran



Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kinerja PT FAL sebagai variabel independen (X) dengan kepuasan masyarakat sekitar sebagai variabel dependen (Y). Kinerja PT FAL diukur melalui indikator pelaksanaan program CSR, tanggung jawab sosial perusahaan, serta kualitas pelaksanaan program. Sementara itu, kepuasan masyarakat diukur

berdasarkan kesesuaian antara harapan masyarakat dengan manfaat yang diterima dari pelaksanaan program CSR.

Hipotesis

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis Umum

H₀: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja PT FAL dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan kepuasan masyarakat sekitar.

H₁: Terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja PT FAL dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan kepuasan masyarakat sekitar.

Hipotesis Khusus

H₀₂: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pelaksanaan program CSR PT FAL dengan kepuasan masyarakat sekitar.

H_{a2}: Terdapat hubungan yang signifikan antara pelaksanaan program CSR PT FAL dengan kepuasan masyarakat sekitar.

H₀₃: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tanggung jawab sosial PT FAL dengan kepuasan masyarakat sekitar.

H_{a3}: Terdapat hubungan yang signifikan antara tanggung jawab sosial PT FAL dengan kepuasan masyarakat sekitar.

H₀₄: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelaksanaan CSR PT FAL dengan kepuasan masyarakat sekitar.

H_{a4}: Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelaksanaan CSR PT FAL dengan kepuasan masyarakat sekitar..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan jenis penelitian korelasional. Pendekatan kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk mengukur hubungan antara kinerja PT FAL dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan kepuasan masyarakat sekitar secara objektif berdasarkan data numerik. Analisis hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan korelasi Rank Spearman karena data diperoleh melalui skala Likert.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah

operasional PT FAL. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik stratified disproporsional sampling berdasarkan jarak tempat tinggal masyarakat dari lokasi perusahaan sehingga setiap strata memperoleh kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 45 orang.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Variabel independen (X), yaitu kinerja PT FAL, diukur melalui indikator pelaksanaan program CSR, tanggung jawab sosial perusahaan, dan kualitas pelaksanaan program. Sementara itu, variabel dependen (Y), yaitu kepuasan masyarakat sekitar, diukur berdasarkan persepsi masyarakat terhadap kesesuaian antara harapan dengan manfaat yang diterima dari pelaksanaan program CSR.

Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Selanjutnya, analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji korelasi Rank Spearman dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis penelitian diterima, yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kinerja PT FAL dengan kepuasan masyarakat sekitar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 45 responden yang merupakan masyarakat di sekitar wilayah operasional PT Fenyen Agro Lestari (PT FAL). Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas berusia 31–40 tahun (42,5%), berpendidikan SMA/SMK (55,0%), dan telah menetap di wilayah penelitian selama lebih dari 10 tahun (64,4%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman dan pemahaman yang cukup baik terhadap pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT FAL.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kinerja CSR PT FAL memperoleh penilaian positif dari responden. Sebanyak 40,0% responden menyatakan setuju terhadap pelaksanaan kinerja CSR perusahaan. Sementara itu, pada variabel kepuasan masyarakat,

sebanyak 48,9% responden menyatakan sangat puas terhadap pelaksanaan program CSR PT FAL. Hasil tersebut menunjukkan bahwa program CSR yang dijalankan perusahaan telah memberikan manfaat yang dirasakan secara langsung oleh masyarakat sekitar.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman's rho. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif, kuat, dan signifikan antara kinerja PT FAL dengan kepuasan masyarakat sekitar dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,762 dan nilai signifikansi $<0,001$, sehingga H_0 diterima.

Selain itu, seluruh dimensi kinerja CSR juga memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan masyarakat, yaitu:

- Pelaksanaan Program CSR dengan Kepuasan Masyarakat ($\rho = 0,743$; $p < 0,001$).
- Efektivitas Program CSR dengan Kepuasan Masyarakat ($\rho = 0,695$; $p < 0,001$).
- Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Kepuasan Masyarakat ($\rho = 0,719$; $p < 0,001$).
- Kualitas Pelaksanaan CSR dengan Kepuasan Masyarakat ($\rho = 0,688$; $p < 0,001$).

Seluruh hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap dimensi Corporate Social Responsibility (CSR) PT FAL memiliki hubungan positif yang kuat terhadap kepuasan masyarakat sekitar.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja Corporate Social Responsibility (CSR) PT Fenyen Agro Lestari (PT FAL) dengan kepuasan masyarakat sekitar. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,762 menunjukkan bahwa semakin baik kinerja CSR yang dilaksanakan perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan masyarakat terhadap program yang diberikan.

Penilaian positif masyarakat terhadap kinerja CSR PT FAL didukung oleh berbagai program yang telah dilaksanakan perusahaan, seperti pembangunan infrastruktur, bantuan sosial, serta kegiatan yang memberikan manfaat langsung bagi masyarakat. Program-program tersebut dinilai mampu memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga menghasilkan persepsi positif terhadap perusahaan.

Temuan penelitian ini juga dipengaruhi oleh karakteristik responden. Mayoritas responden berada pada rentang usia produktif (31–40 tahun), memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK, serta telah tinggal lebih dari sepuluh tahun di sekitar wilayah operasional perusahaan. Kondisi tersebut memungkinkan responden memiliki pengalaman yang cukup

dalam menilai konsistensi pelaksanaan program CSR PT FAL sehingga penilaian yang diberikan mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Hasil penelitian sejalan dengan Teori Kepuasan (Satisfaction Theory) yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika kinerja yang diterima mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan individu. Dalam penelitian ini, masyarakat menilai bahwa pelaksanaan program CSR PT FAL telah memberikan manfaat nyata sehingga harapan masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dapat terpenuhi.

Hasil pengujian pada setiap dimensi juga memperlihatkan hubungan yang kuat dengan kepuasan masyarakat. Dimensi pelaksanaan program CSR memiliki hubungan kuat ($p = 0,743$), yang menunjukkan bahwa pelaksanaan program yang tepat sasaran mampu meningkatkan kepuasan masyarakat. Efektivitas program CSR juga memiliki hubungan kuat ($p = 0,695$), yang menunjukkan bahwa keberhasilan program dalam memberikan manfaat menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan masyarakat.

Selanjutnya, dimensi tanggung jawab sosial perusahaan memperoleh koefisien korelasi sebesar 0,719, yang menunjukkan bahwa komitmen perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial berperan dalam meningkatkan kepuasan masyarakat. Sementara itu, dimensi kualitas pelaksanaan CSR memiliki koefisien korelasi sebesar 0,688, yang mengindikasikan bahwa kualitas implementasi program, seperti ketepatan sasaran, keberlanjutan program, dan manfaat yang dirasakan masyarakat, turut menentukan tingkat kepuasan masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Fenyen Agro Lestari memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan masyarakat sekitar. Temuan ini memperkuat bahwa pelaksanaan CSR yang dirancang sesuai kebutuhan masyarakat serta dilaksanakan	f	%
--	----------	----------

secara konsisten mampu meningkatkan kepuasan masyarakat dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan masyarakat di wilayah operasionalnya		
Variabel Kinerja CSR PT FAL (X)		
Dari hasil pengujian yang sudah dilakukan, berikut ini merupakan gambaran jawaban responden terhadap variabel kinerja. Adapun hasil yang didapatkan yakni sebagai berikut:		
Kinerja CSR PT FAL		
Sangat Setuju	18	40,0
Setuju	18	40,0
Cukup Setuju	5	11,1
Tidak Setuju	3	6,7
Sangat Tidak Setuju	1	2,2
Grand Total	45	100,0

Berdasarkan tabel variabel X diketahui paling banyak (40%) responden setuju dengan Kinerja CSR yang dilakukan oleh PT FAL.

Variabel Kepuasan Masyarakat (Y)

Dari hasil pengujian yang sudah dilakukan, berikut ini merupakan gambaran jawaban responden terhadap variabel kepuasan. Adapun hasil yang didapatkan yakni sebagai berikut:

Kepuasan Masyarakat Sekitar	f	%
Sangat Puas	22	48,9
Puas	15	33,3
Cukup Puas	5	11,1
Tidak Puas	2	4,4
Sangat Tidak Puas	1	2,2
Grand Total	45	100,0

Berdasarkan tabel variabel diketahui paling banyak (48,9%) responden sangat puas dengan kinerja CSR yang telah dilakukan oleh PT FAL.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan kinerja PT Fenyen Agro Lestari (PT FAL) dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan kepuasan masyarakat sekitar, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif, kuat, dan signifikan antara kinerja CSR PT FAL dengan kepuasan masyarakat. Hasil uji korelasi Spearman menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,762 dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$, sehingga hipotesis penelitian diterima.

Selain itu, setiap dimensi kinerja CSR, yaitu pelaksanaan program CSR, efektivitas program, tanggung jawab sosial perusahaan, dan kualitas pelaksanaan CSR, juga memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan kepuasan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelaksanaan program CSR yang dilakukan PT FAL, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan masyarakat terhadap perusahaan.

Temuan penelitian ini mendukung Teori Kepuasan yang menyatakan bahwa kepuasan masyarakat terbentuk ketika kinerja perusahaan mampu memenuhi atau melebihi harapan masyarakat. Oleh karena itu, PT FAL diharapkan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelaksanaan program CSR agar manfaat yang diberikan kepada masyarakat dapat terus dirasakan secara berkelanjutan serta memperkuat hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Baihaqi, A. (2016). Analisis pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap kepuasan masyarakat (studi pada PT Kirana Musi Persada). Neliti.
- Fatimah, F., & Ghalib, S. (2024). Implementasi corporate social responsibility (CSR) di perusahaan perkebunan kelapa sawit (studi kasus PT Subur Agro Makmur). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Oemar, U. (2020). Dampak keberadaan program CSR perusahaan perkebunan kelapa sawit terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat. *PPJP Universitas Lambung Mangkurat*.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Wardie, J., & Taufik, E. N. (2017). Kajian implementasi program CSR perusahaan perkebunan kelapa sawit (studi pada PT GSIP). *Undip E-Journal*.
- Zulpaidah. (2025). Dampak program CSR perusahaan kelapa sawit terhadap pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman*.
- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2015). *Business and society: Ethics, sustainability, and stakeholder management*. Cengage Learning.
- Fatmawati, I. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kepuasan masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 120–135.
- Pratiwi, D., & Hidayat, R. (2020). Implementasi CSR perusahaan perkebunan terhadap kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1), 45–55.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2021). *Pedoman pelaksanaan CSR di sektor perkebunan*.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik kelapa sawit Indonesia*.
- Putra, A. (2020). *Hubungan kinerja perusahaan dengan persepsi masyarakat (Skripsi)*. Universitas Gadjah Mada.
- Xu, X., & Li, Y. (2023). The impact of corporate social responsibility on customer satisfaction and loyalty: Evidence from emerging markets. *Sustainability*, 15(4), 3456.