

Tanggung Jawab Perusahaan dalam Memberdayakan Masyarakat Desa Melalui Program CSR di Indonesia

Henni Adlini Hasibuan

Prodi Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Email: henniadlinihasibuan@gmail.com

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is a strategy and phenomenon in which companies accommodate the needs and interests of their stakeholders. Since the era when awareness of long-term corporate sustainability, CSR has played an important role rather than just company profitability. The existence of a form of corporate social responsibility or known as corporate social responsibility (CSR) which can be realized in the form of any program or service activity, is needed to improve good reciprocal relations between companies and the community, especially the people affected by the establishment of the company. The purpose of this research is to find out how the CSR program is a corporate responsibility in empowering village communities. The approach used in this study is a literature review approach, by utilizing literature in the form of journals, books and articles that are relevant to the theme and title of the research. According to the findings of this study, community empowerment is the best strategy for implementing CSR initiatives. Companies that work with rural communities to empower them use human and natural resources to develop new resources to improve social, economic and environmental well-being in the area.

Keywords: Village Empowerment, CSR, Village Community

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu strategi dan fenomena dimana perusahaan mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholdernya. Sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang CSR memiliki peran penting daripada sekedar profitability perusahaan. Adanya suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal dengan corporate social responsibility (CSR) yang dapat diwujudkan dalam bentuk program atau kegiatan pelayanan apapun, diperlukan untuk meningkatkan hubungan timbal balik yang baik antara perusahaan dengan masyarakat, khususnya masyarakat yang terkena dampak pendirian perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana program CSR sebagai tanggung jawab perusahaan dalam memberdayakan masyarakat desa. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan literature review, dengan memanfaatkan bahan literatur berupa jurnal, buku, dan artikel yang relevan dengan tema dan judul penelitian. Menurut temuan penelitian ini, pemberdayaan masyarakat merupakan strategi terbaik untuk melaksanakan inisiatif CSR. Perusahaan yang bekerja dengan masyarakat pedesaan untuk memberdayakan mereka menggunakan sumber daya manusia dan alam untuk mengembangkan sumber baru guna meningkatkan kesejahteraan sosial, ekonomi, dan lingkungan di daerah tersebut.

Kata Kunci: Pemberdayaan Desa, CSR, Masyarakat Desa

A. PENDAHULUAN

Analisis situasi bergantung pada masyarakat sasaran. Analisis dapat berupa uraian seluruh persoalan yang dihadapi masyarakat mitra dari aspek sosial, budaya, religi, kesehatan, mutu layanan atau kehidupan bermasyarakat. Dapat juga berupa potensi sumber pada pertaturan Undang- Undang Nomor. 6 tahun 2014, Desa ialah kepaduan warga hukum yang memiliki batasan kawasan yang berhak buat mengelola serta melaksanakan aktivitas pemerintahan, kebutuhan warga dalam negeri bagi gagasan warga, kebebasan asal usul, serta kebebasan tradisional yang disegani dalam struktur pemerintahan Indonesia. Salah satu aspek untuk sesuatu industri buat menempatkan usahanya di pedesaan merupakan melimpahnya sumber energi

alam pedesaan di Indonesia. Pedesaan tidak cuma mempunyai sumber energi alam yang melimpah, namun pula mempunyai sumber energi manusia buat memajukan desa lewat pemberdayaan warga.

Indonesia merupakan suatu warga majemuk ataupun bhinneka tunggal ika, ialah suatu negeri yang terdiri atas masyarakat- masyarakat suku bangsa yang dipersatukan serta diatur oleh sistem nasional. Dalam warga Indonesia yang majemuk ini penekanan keanekaragaman merupakan pada suku bangsa serta kebudayaan suku bangsa. Dalam warga Indonesia, tiap warga suku bangsa secara turun- temurun memiliki serta menempati daerah tempat hidupnya yang diakui selaku hak ulayatnya yang ialah tempat sumber- sumber energi dimana masyarakat warga suku bangsa tersebut menggunakan buat kelangsungan hidup mereka.

Harus ada semacam tanggung jawab sosial industri, juga dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yang dapat berupa program atau kegiatan layanan apa pun. Hal ini akan mempererat hubungan antara dunia usaha dengan masyarakat, khususnya masyarakat. Penduduk lokal yang terkena dampak perkembangan industri. Ini meningkatkan kesejahteraan sosial dan meningkatkan komunitas di sekitar zona industri.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen bisnis ataupun industri buat menunjang perkembangan ekonomi jangka panjang dengan fokus pada permasalahan ekonomi, sosial, serta area. (Ardianto, 2011) Di Indonesia, kewajiban dalam penerapan CSR diatur dalam UU Nomor. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan dalam PP Nomor. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial serta Area Perseroan Terbatas.

Undang- Undang Perseroan Terbatas (UUPT) No 40 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat (3) yang berisikan “Tanggung jawab sosial serta area merupakan komitmen perseroan buat berfungsi dan dalam pembangunan ekonomi berkepanjangan guna tingkatkan mutu kehidupan serta area yang berguna, baik untuk perseroan sendiri, komunitas setempat, ataupun warga pada biasanya”. Dan ada Peraturan Pemerintah tentang tanggung jawab sosial serta area Perseroan Terbatas No 47 Tahun 2012 Pasal 2 Ayat (1) “Tiap Perseroan sebagai subjek hukum memiliki tanggung jawab sosial serta area” serta Pasal 3 Ayat (1) “Tanggung jawab sosial serta area sebagaimana diartikan dalam Pasal 2 jadi kewajiban untuk Perseroan yang melaksanakan aktivitas usahanya di bidang serta/ ataupun berkaitan dengan sumber energi alam bersumber pada Undang- Undang”. Lewat undang- undang tersebut bisa dinyatakan kalau CSR ialah pemahaman yang diharuskan untuk para pelakon buat tidak cuma mementingkan keuntungan semata tetapi pula mencermati tingkatan mutu kehidupan serta kesejahteraan warga dan area sekitarnya.

Bagi data dari Departemen Dalam Negara, ada 65. 189 desa di Indonesia. Tetapi demikian, penduduk pedesaan di Indonesia masih mengalami beberapa kesusahan terpaut keterbelakangan di bidang pembelajaran, kesehatan, serta ekonomi, yang berakibat pada tingkatan kesejahteraan mereka. Oleh sebab itu, diharapkan korporasi yang melaksanakan program CSR di pedesaan sadar hendak perlunya membagikan tanggung jawab sosial kepada warga setempat dalam wujud keahlian serta keberdayaan. (Nabilla & Hamid, 2021)

Tujuan pemberdayaan warga yang berkaitan dengan kebebasan warga buat memilah serta berperan merupakan buat kurangi kemiskinan yang terdapat di warga. Tujuan pemberdayaan warga merupakan tingkatkan keahlian warga buat melakukan hak- hak dasarnya secara universal, mengakses pelayanan kesehatan serta pembelajaran, sediakan fasilitas serta prasarana yang menunjang produktivitas warga, dan tingkatkan keterlibatan warga dalam pengambilan keputusan publik.

Penggerak utama pembangunan serta tujuan mendasar dari pemberdayaan desa merupakan warga. Sangat berarti untuk bisnis buat memasukkan serta tingkatkan partisipasi warga dalam program CSR kala dilaksanakan, paling utama kala mengaitkan aktivitas pemberdayaan warga. Perihal ini diakibatkan sebab seluruh tipe tanggung jawab sosial yang ditawarkan oleh industri ialah perihal yang diperlukan warga buat menggapai potensinya.

Bagi Chairil (2007: 285), program CSR dirancang buat membolehkan para pelakon bisnis dari zona korporasi serta industri buat berkontribusi pada perkembangan ekonomi yang berkepanjangan dengan senantiasa mencermati aspek area. Sebagian besar pemberian ataupun dorongan sosial tersebut, bagi penemuan kajian Nursahid (2006: 26) di 3 BUMN, dicoba dikala BUMN masih bertabiat dermawan dibanding filantropis.

Dorongan tersebut masih ditunjukan buat menanggulangi kebutuhan menekan serta belum sanggup menanggapi aspek ekonomi strategis pembangunan area di daerah kerja. Walaupun secara universal pengetahuan tentang tanggung jawab sosial mendesak pengadopsian CSR, pada realitasnya masih didominasi oleh reputasi baik industri saja. Secara universal, bisnis belum mempunyai rencana komprehensif buat perencanaan strategis ataupun implementasi program. (Ardianto, 2011)

Pelaksanaan CSR di Indonesia pada dasarnya masih merupakan ajang filantropi dan partisipasi untuk membangun citra positif perusahaan, menurut data yang dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber. Di lingkungan tempatnya beroperasi, keinginan untuk menciptakan ekonomi yang berkelanjutan belum sepenuhnya terwujud. Faktanya, ini adalah cara paling dasar untuk mempraktikkan tanggung jawab sosial.

Agar program pemberdayaan berhasil, maka harus berpegang pada empat prinsip berikut: pemerataan, partisipasi, swasembada atau kemandirian, dan keberlanjutan (Najiati et al, 2005: 54). Elemen kunci CSR bagi pengelola program adalah partisipasi masyarakat, yang memungkinkan mereka membuat program yang tepat sasaran untuk kebutuhan masyarakat umum. Namun, fenomenanya para pebisnis masih mencari.

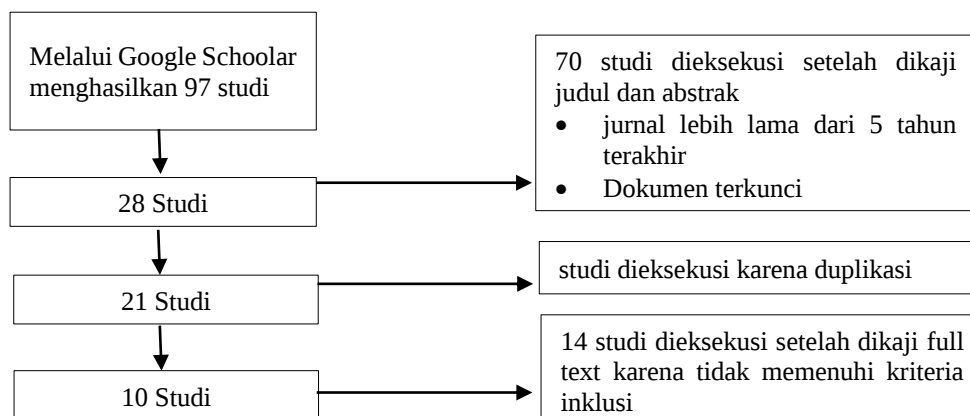
B. PELAKSAAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif untuk penyelidikan yaitu studi *literatur review*. Menurut Cooper dalam Creswell (2010), tinjauan pustaka memiliki beberapa tujuan, antara lain menginformasikan kepada pembaca tentang penemuan penelitian lain yang berkaitan erat dengan penelitian yang sedang dilakukan saat itu, menghubungkan penelitian dengan tubuh literatur yang sudah ada, dan mengisi kekosongan dalam studi sebelumnya. Ulasan, rangkuman, dan pendapat penulis tentang berbagai sumber literatur (artikel, buku, slide, informasi, internet, dll) tentang topik yang disebutkan dapat ditemukan dalam tinjauan pustaka. Studi pustaka ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk meningkatkan perekonomian desa, meningkatkan pendapatan asli desa, meningkatkan pengolahan potensi desa sesuai kebutuhan masyarakat dan menjadi tulang punggung pertumbuhan dan pemerataan ekonomi pedesaan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat tersebut memerlukan tanggung jawab perusahaan dengan menggunakan program CSR.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 30 dari 130 karya ilmiah yang ditemukan melalui repositori universitas dan Google Scholar diabaikan karena tidak memenuhi kriteria yang diperlukan, termasuk karya yang diterbitkan selama 5 tahun sebelumnya dan beberapa dokumen yang tidak dapat dibuka. Rancangan penelitian ini tidak menggunakan teknik survei. Saat melakukan penilaian kritis terhadap literatur, studi yang melihat karakteristik ini berbeda, dan literatur tidak memenuhi standar. Informasi yang terkumpul kemudian menjadi tanggung jawab perusahaan dalam memberdayakan masyarakat desa melalui program csr di Indonesia dari 10 literatur yang memenuhi sejumlah kriteria inklusi.

Berikut bagan dari alur pemilihan karya ilmiah:



Gambar 1. Alur Penelitian Artikel Penelitian

Masyarakat pedesaan terdiri dari orang-orang yang hidup berdampingan dan menciptakan budaya melalui kontak sosial sebagai hasil adaptasi mereka sendiri terhadap lingkungan pedesaan. Lingkungan pedesaan dikenal lebih indah dan memiliki hubungan sosial yang lebih rumit antar manusia jika dibandingkan dengan tempat lain, seperti perkotaan. Hal ini disebabkan karena kehidupan masyarakat desa sangat menjunjung tinggi gagasan kerjasama timbal balik, yang menimbulkan kesadaran masyarakat akan perlunya berkolaborasi untuk mewujudkan desa yang baik baik dari segi sosial, ekonomi, maupun lingkungannya.

Pemberdayaan masyarakat sangat erat kaitannya dengan partisipasi. Keberhasilan pemberdayaan masyarakat dinilai dari bagaimana masyarakat berpartisipasi dalam proses tersebut. Nantinya bisa ditentukan bagaimana masyarakat dan bagaimana pola pikirnya dengan mengamati bagaimana keterlibatannya dalam proses pemberdayaan masyarakat. Ketika sikap keikutsertaan dalam masyarakat terbangun, dapat dilihat bahwa pikiran manusia berkembang menjadi sadar akan kondisi diri sendiri. Partisipasi adalah proses dimana masyarakat berpartisipasi dalam mengidentifikasi masalah dan cara mengatasinya, keputusan atau tindakan apa yang harus diambil untuk mengatasinya.

Menurut Keith Davis, konsep partisipasi adalah partisipasi spiritual atau perasaan dalam pemikiran atau situasi moral atau kelompok yang mendorongnya untuk berkontribusi pada tim untuk mencapai tujuan dan bertanggung jawab atas bisnis terkait. Salah satu elemen kunci yang mempengaruhi pemeliharaan bangsa dan pencapaian tujuannya adalah masyarakat. Akibatnya, masyarakat perlu lebih sadar akan hal itu agar masyarakat mau bekerja sama dengan pemerintah untuk memperbaiki bangsa. Berpartisipasi aktif dalam berbagai prakarsa pembangunan di lingkungannya merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan. Selalu terkait dengan partisipasi adalah partisipasi. (Adenansi et al., 2015)

Valderama dalam Arsito (2004), mencatat ada tiga tradisi konsep partisipasi terutama bila dikaitkan dengan penggunaan masyarakat yang demokratis yaitu:

1. Ketimbang berpartisipasi aktif dalam proses pemerintahan, partisipasi politik lebih difokuskan pada “mempengaruhi” dan “menempatkan wakil rakyat” dalam lembaga kekuasaan.
2. Partisipasi sosial, dimana masyarakat secara sadar terlibat dalam semua tahapan siklus proyek pembangunan, mulai dari analisis kebutuhan hingga pengkajian, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi, terutama yang dianggap sebagai penerima manfaat atau pihak di luar proses pembangunan. Pada kenyataannya, partisipasi sosial berfungsi untuk meningkatkan mobilisasi sosial dan proses pembelajaran.
3. Partisipasi warga negara (disebut juga citizen) menekankan keterlibatan warga negara secara langsung dalam struktur dan prosedur pemerintahan. Gagasan partisipasi telah berkembang "melampaui perhatian pada penerima, orang-orang yang terpinggirkan" menjadi perhatian pada berbagai bentuk partisipasi warga negara dalam pembuatan kebijakan dan pengambilan keputusan di berbagai domain penting yang mempengaruhi kehidupan mereka.. (Herman, 2019)

Masyarakat menurut Koetjaningrat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu dan yang terkait oleh suatu rasa identitas bersama.

Pemberdayaan masyarakat adalah proses pembangunan di mana masyarakat berinisiatif untuk memulai proses kegiatan sosial untuk memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri. Pemberdayaan masyarakat hanya bisa terjadi apabila masyarakat ikut berpartisipasi. Pemberdayaan juga bermakna sebagai pemberi daya atau penguatan kepada masyarakat, yang memiliki tujuan dan dilakukan dengan menggunakan proses. Pemberdayaan sebagai upaya untuk memperkuat kelompok lemah di masyarakat termasuk individu-individu yang berada dalam kondisi miskin. (Sulandjari et al., 2021)

Pada Pasal 127 ayat 2, Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan pembangunan desa, yang dikelola sendiri oleh desa, didorong:

- a. Program dan kegiatan pembangunan desa berkelanjutan dikembangkan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan alam desa.
- b. Rencana pembangunan desa disusun sesuai dengan prioritas, potensi, dan nilai kearifan lokal.
- c. Membangun sistem transparansi dan akuntabilitas dalam penyelenggaraan pemerintahan desa dan pembangunan desa;
- d. Memanfaatkan lembaga masyarakat desa dan lembaga adat; mendorong partisipasi masyarakat dalam perumusan kebijakan desa yang dilakukan melalui musyawarah desa; perbaikan pengorganisasian
- e. Memberikan dukungan masyarakat desa jangka panjang

- f. Mengawasi dan mengawasi pembangunan desa yang dilakukan secara partisipatif oleh masyarakat desa. (Bhinadi, 2017)

CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat sekitar (masyarakat), dan merupakan rangkaian kegiatan positif bagi perusahaan untuk mengembangkan kualitas dalam segala aspek kehidupan ke arah yang lebih baik dalam kerangka masyarakat dan seluruh pemangku kepentingan.

Menurut World Business Council for Sustainable Development, CSR didefinisikan sebagai komitmen bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan ikut serta pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Definisi lain dari tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan harapan para pemangku kepentingan terhadap isu-isu etika, sosial dan lingkungan. (Sultoni, Hamim, 2020)

Ketika perusahaan besar pertama kali mulai berekspansi di Amerika Serikat pada akhir abad ke-19, gagasan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat pertama kali didirikan. Bisnis pada saat itu menyalahgunakan dominasinya melalui retensi karyawan, diskriminasi harga, dan taktik tidak etis lainnya. Menanggapi kehebohan publik, pemerintah mengubah peraturan untuk mengatasi masalah tersebut. Tahap kedua perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan tercatat pada tahun 1930-an, yang kemudian diikuti oleh resesi global yang parah yang menyebabkan meluasnya pengangguran dan kegagalan perusahaan. Dunia saat ini sedang mengalami kekurangan modal untuk input produksinya. Karena dampak pengangguran yang meluas dan berbahaya, para pekerja terpaksa berhenti bekerja. Ketidakpuasan pada saat itu dengan pendekatan ceroboh perusahaan terhadap pekerjaannya ada. (Sukirno, 2004)

Tahun 1950-an melihat peningkatan dampak CSR. Saat itu, banyak kalangan mulai lebih memperhatikan masalah kemiskinan dan keterbelakangan yang selama ini luput dari perhatian. Beberapa orang mengklaim bahwa buku Howard R. Bowen tahun 1953, *Social Responsibility of the Businessman*, yang memberinya gelar "Bapak CSR," adalah literatur pertama yang memiliki dampak signifikan pada pengembangan pendanaan CSR modern. Tahun 1960-an menyaksikan puncak ketidakpuasan publik terhadap kelas bisnis, yang dipicu oleh protes konsumen yang dipimpin Ralph Nader. (Wibisono, n.d.)

Faktor-faktor yang membuat tanggung jawab sosial dalam suatu organisasi begitu penting meliputi:

- a. Ada kecenderungan globalisasi yang menyerosi hilangnya batas antara bermacam wilayah di dunia untuk menghadirkan universalitas. Oleh karena itu, di mana-mana sebagai mata rantai dalam mata rantai globalisasi, terdapat potensi yang baik bagi pertumbuhan perusahaan multinasional.
- b. Investor serta konsumen memerlukan gambaran umum tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan organisasi sebagai entitas nirlaba publik utama.
- c. Sebagai bagian dari etika organisasi, diperlukan akuntabilitas organisasi untuk menjalankannya dengan baik (dikenal sebagai tata kelola perusahaan yang baik).
- d. Ketika organisasi peduli dengan masalah lingkungan dan sosial, masyarakat di sebagian negara percaya organisasi telah memenuhi standar etika organisasi;
- e. Tanggung jawab sosial dianggap meningkatkan reputasi organisasi; paling tidak, hal itu dapat mengurangi kemungkinan munculnya krisis di dalamnya.

Selain menunjukkan kepedulian organisasi terhadap masalah sosial dan lingkungan, CSR dapat membantu mewujudkan pembangunan berkelanjutan dengan menyeimbangkan tuntutan kemajuan ekonomi dan sosial dengan tuntutan pelestarian lingkungan. Organisasi, khususnya organisasi perusahaan, saat ini menciptakan dan mengembangkan beberapa proyek yang menghasilkan bentuk tanggung jawab sosial untuk beradaptasi dengan perubahan dan membina kemitraan yang dapat dipercaya.

Dengan menciptakan sayap sosial untuk komunitas yang lebih besar, program ini melayani tujuan organisasi. Kepentingan dan pertumbuhan sayap ini tidak dimotivasi oleh kebutuhan untuk mendistribusikan "uang" untuk menenangkan beberapa pihak, melainkan oleh keinginan untuk membangun lingkungan sehingga dapat mengelola lingkungan sosial dengan organisasi.

1. Manfaat CSR bagi perusahaan
 - a. Menurunkan eksposur perusahaan terhadap risiko dan keluhan atas perlakuan tidak adil. Perusahaan yang secara konsisten menjunjung tinggi tanggung jawab sosialnya akan mendapat dukungan luas dari masyarakat yang telah merasakan manfaat dari berbagai kegiatan CSR

- tersebut. Ini akan meningkatkan reputasi perusahaan dari waktu ke waktu dan meningkatkan citranya.
- b. CSR bisa beroperasi seperti perlindungan dan mengakomodasi bisnis dalam mengurangi dampak krisis yang merusak. Dengan nada yang sama, ketika bisnis mengalami pers yang buruk, apalagi ketika mereka melakukan kesalahan, konsumen lebih cenderung memahami dan memaafkan mereka.
 - c. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan: Ketika sebuah perusahaan memiliki reputasi yang baik dan konsisten bekerja untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, karyawan akan merasa bangga bekerja di sana. Kebanggaan ini pada akhirnya mengarah pada loyalitas, yang memotivasi mereka untuk melakukan upaya ekstra demi kesuksesan bisnis. Peningkatan produktivitas dan kinerja akan dihasilkan dari ini.
 - d. CSR yang dipraktikkan secara konsisten akan mampu meningkatkan dan mengembangkan hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingannya, yang peduli terhadap orang-orang yang telah membantu kelancaran berbagai operasi dan kemajuan yang telah mereka capai. Hasilnya, pemangku kepentingan merasa senang dan nyaman membangun hubungan dengan bisnis.
 - e. Menurut penelitian Roper Search Worldwide, konsumen akan memilih barang yang dibuat oleh bisnis yang terus menjunjung tinggi kewajiban sosialnya demi menjaga reputasi positif, yang akan meningkatkan penjualan.
 - f. Manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari penghematan biaya dapat diilustrasikan dengan beberapa contoh, termasuk penerapan program tanggung jawab sosialnya. Mengurangi limbah dengan memasukkan proses daur ulang ke dalam siklus manufaktur adalah sesuatu yang mudah dipahami.

Dalam buku Yusuf Wibisono (2007: 99) dijelaskan manfaat atau keuntungan yang diperoleh perusahaan ketika melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang bersumber dari aspek stakeholder CSR itu sendiri meningkat, yaitu untuk tumbuh dan berkembang untuk mengalami kelangsungan usaha, untuk memiliki citra yang baik di mata publik, untuk memudahkan akses bagi perusahaan untuk mendapatkan modal (modal), Anda dapat membuat dan memelihara personil (sumber daya manusia). Tingkatkan Pengambilan Keputusan Kritis dan kelola risiko dengan lebih baik.

2. Manfaat CSR bagi masyarakat

Karena fokus perusahaan yang intens, berbagai strategi pemberdayaan, dan rencana strategis untuk memberdayakan masyarakat setempat sehingga dapat merasakan manfaat dari keberadaan dan keberadaan perusahaan, maka masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan niscaya akan sangat diuntungkan oleh program CSR tersebut. yang bertujuan memberi orang alat yang mereka butuhkan untuk menjadi mandiri dan mengembangkan keterampilan mereka.

3. Manfaat bagi Lingkungannya

Kegiatan CSR secara khusus akan mengurangi pemborosan sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menurunkan tingkat polusi, dan melibatkan dunia usaha untuk memperbaiki dan menjaga lingkungan. Kelestarian lingkungan itu sendiri tidak diragukan lagi terjaga dengan melakukan hal ini.

4. Manfaat bagi Negara

Bagi negara, praktik CSR yang baik akan mencegah malpraktik bisnis seperti penyuapan pejabat pemerintah atau lembaga penegak hukum. Selain itu, negara akan mendapatkan keuntungan dari pajak berisiko (yaitu, tidak ditangani dengan baik) yang dihasilkan oleh bisnis. Karena fakta bahwa instrumen ini mewakili satu-satunya pendapatan terbesar dalam pendapatan per kapita Negara.

Faktanya, perusahaan tidak hanya fokus pada dukungan finansial. Bisnis organisasi ditunjukkan dalam data untuk mendukung pembangunan sosial dan fisik melalui inisiatif CSR. Sebagai ilustrasi:

1. Menurut PT Freeport Indonesia, penduduk Papua mendapat perawatan medis di rumah sakit kontemporer dan fasilitas kesehatan di Banti serta Timika. PT Freeport bekerja sama dengan pemerintah Mimika untuk merenovasi sarana dan prasarana sekolah dan menawarkan bantuan keuangan kepada siswa Papua untuk biaya pendidikan mereka. Selain itu, usaha ini menjalankan inisiatif untuk mendorong kewirausahaan, seperti yang ada pada Komoro dan Timika.
2. Pertamina bergerak pada inisiatif pengembangan ekonomi masyarakat dan pemberdayaan sosial, khususnya di bidang lingkungan, kesehatan, dan pendidikan. Di bidang pendidikan, BUMN ini

menawarkan hibah untuk siswa sekolah dasar hingga pascasarjana, serta inisiatif untuk membangun perpustakaan dan ruang belajar lainnya. Untuk mendukung kesehatan masyarakat, Pertamina telah membuat program pengembangan posyandu, peningkatan gizi ibu dan anak, penyusunan manual bagi ibu hamil dan menyusui, serta mengadakan pelatihan tambahan. Peduli terhadap ekologi, Pertamina menjalankan program sungai bersih dan penghijauan seperti Program Konservasi Hutan Sangatta dan Program Daerah Aliran Sungai Ciliwung.

3. Salah satu produsen rokok terbesar di tanah air, PT HM Sampoerna, juga memberikan beasiswa kepada pelajar SD, SMP, SMA, dan perguruan tinggi. Selain anak karyawan, masyarakat umum juga berhak mendapatkan beasiswa tersebut. Selain itu, bisnis mensponsori inisiatif pendidikan dan konservasi lingkungan melalui program bimbingan anak-anak Sampoerna.
4. Melalui Coca Cola Foundation yang didirikan pada Agustus 2000, PT Coca Cola Bottling Indonesia melakukan berbagai program. Bidang-bidang berikut adalah fokus dari inisiatif ini: pertumbuhan UKM, pendidikan, lingkungan, dukungan infrastruktur lokal, budaya, pemuda, kesehatan, dan bantuan bencana.
5. PT Bank Central Asia, Tbk dan PT Microsoft Indonesia memberikan pelatihan IT kepada guru SMP dan SMA Tanggamus Lampung. Selain program Bakti BCA, Tanggamus mengembangkan lab komputer di Gading Rejo untuk mendampingi berbagai SMP dan SMA.
6. Mobile Phone, Nokia Sebuah inisiatif pengembangan masyarakat di Indonesia telah diluncurkan dengan penekanan pada lingkungan dan mengajarkan generasi muda tentang pelestarian alam. Bisnis ini berupaya mengedukasi masyarakat dan melibatkan kaum muda dalam inisiatif untuk melindungi orangutan, anggota flora nasional Indonesia yang terancam hilang.
7. Melalui tugas media sosialnya, PT Timah mengakui telah melakukan langkah-langkah yang dimaksudkan untuk meningkatkan rasa aman warga setempat. Korporasi mengatakan bahwa beberapa inisiatif ini, seperti dukungan untuk pembuat pakaian, pengembangbiakan ikan air tawar, dan budidaya rumput laut, sesuai dengan keinginan penduduk setempat.
8. Menurut Yayasan Dharma Bhakti Astra, Grup Astra melengkapi program UKM dengan meningkatkan kapasitas dan keterampilan produsen.. Manajemen, rekaman, aljabar, dan penulisan teknis adalah beberapa mata pelajaran yang tercakup dalam kurikulum ini. Grup Astra juga membawahi Toyota dan Astra, keduanya menangani pendanaan untuk pendidikan. Organisasi kemudian membuat sejumlah inisiatif, antara lain program magang, pelatihan bagi pengusaha industri otomotif, dan pemberian beasiswa, uang penelitian, penerjemah, dan sumbangan literatur teknis,

Program Sekolah Unilever dan Pepsodent Siswa sekolah dasar terus diajarkan pentingnya menjaga kesehatan mulut yang baik dan perlunya menjadwalkan janji temu gigi rutin. Unilever membuat strategi untuk melestarikan air di Sungai Brantas demi menjaga lingkungan. Tujuannya adalah untuk mengubah cara penduduk setempat memandang Perairan Brantas dan berinteraksi dengan sungai. (Leplingard et al., 2003)

D. PENUTUP

Simpulan

Perencanaan pembangunan merupakan pedoman penting bagi terlaksananya kegiatan pembangunan itu sendiri. Sehingga perencanaan pembangunan hendaknya dapat bersifat aplikatif dan dapat di implementasikan. Selain itu perencanaan yang dibuat hendaklah tidak terlalu mengatur dan mampu menyentuh segala aspek kehidupan dimasyarakat, serta mampu mengikuti tuntunan perubahan disekitarnya secara nyata.

Istilah "CSR" mengacu pada jenis tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dimiliki bisnis terhadap komunitas tempat mereka beroperasi. CSR melibatkan sejumlah inisiatif perusahaan yang proaktif di tengah-tengah masyarakat dan seluruh pemangku kepentingan dengan tujuan meningkatkan kualitas dalam segala aspek kehidupan. Setiap pelaku usaha baik itu korporasi maupun BUMN wajib melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang biasa disebut dengan TJSL. Korporasi mendukung dan mengembangkan komunitas lokal dengan berbagai cara melalui CSR ini.

Banyak usaha menengah yang mengeksploitasi sumber daya alam, seperti perusahaan batu bara di Kalimantan, kurang memperhatikan reputasi dalam hal strategi perusahaan. Bisnis yang telah menjarah dan mengeksploitasi menggunakan sumber daya alam dunia untuk keuntungan mereka sendiri dalam bentuk keuntungan yang sangat besar tidak mungkin secara sukarela mengadopsi gagasan CSR. Karena rendahnya

tingkat kesadaran sosial dan lingkungan di antara pelaku bisnis dan pelanggan dalam budaya seperti Indonesia, praktik yang diamanatkan atau adanya aturan dan peraturan diperlukan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Adenansi, D., Zainuddin, M., & Rusyidi, B. (2015). Partisipasi Masyarakat Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Pnpm Mandiri. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 347–353. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i3.13582>
- Ardianto, E. (2011). *Efek Kedermawanan Pebisnis Dan Csr Berlipat-Lipat*. Elex Media Komputindo.
- Bhinadi, A. (2017). *PENANGGULANGAN KEMISKINAN & PEMBERDAYAAN MASYARAKAT* (Pertama). CV BUDI UTAMA.
- Herman. (2019). Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Perencanaan Pembangunan Desa Ulidang Kecamatan Tammerodo Kabupaten Majene. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 78.
- Leplingard, F., Borne, S., Martinelli, C., Leclère, C., Lopez, T., Guérin, J., Bayart, D., & Vanholsbeeck, F. (2003). FWM-Assisted Raman Laser for Second-Order Raman Pumping. In *Optics InfoBase Conference Papers* (hal. 431–432).
- Nabilla, A., & Hamid, A. (2021). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Journal of Social Work and Social Services*, 2(2), 103–111.
- Sulandjari, K., Sabri, Yustanti, Vera, N., Susanti, M., Karim, K., & Wage. (2021). *Ekonomi Lingkungan* (Joniswan (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Sultoni, Hamim, M. (2020). *Corporate Social Responsibility (kajian kolerasi program csr terhadap citra perusahaan)* (A. Wafi (ed.)). Duta Media Publishing.