



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 4367-4380

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pemetaan Sosial dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Dinamika Program Pemberdayaan di Indonesia

Willya Achmad

Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia

Email: willyaachmad@unpas.ac.id

Abstrak

Pembangunan berkelanjutan dimaksudkan agar perusahaan mensinergikan aspek keuntungan (nilai ekonomis) dengan aspek lingkungan, serta aspek sosial seperti pemberdayaan masyarakat. Program CSR (corporate social responsibility) adalah sebuah investasi dari perusahaan perusahaan untuk pertumbuhan dan keberlanjutan (sustainability) perusahaan dan tidak hanya dilihat sebagai sarana mencari keuntungan/biaya (cost centre) melainkan sebagai sarana mencapai keuntungan (profit centre). Selain itu program CSR juga merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (sustainable development). Dalam konsep CSR yang menggunakan pembangunan berkelanjutan (sustainable development) masuk pada ethical theory, karena menyebutkan bahwa pembangunan berkelanjutan bertujuan untuk menjawab kebutuhan di masa kini tanpa mengancam kemampuan untuk melindungi generasi penerus untuk memenuhi kebutuhannya. Metode penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini menerapkan pendekatan studi literature, dimana studi literature dengan model ini dianggap sebagai bentuk metode penelitian yang dilakukan dengan merangkum dan mensintesis beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan topik yang akan dibahas. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi bentuk tanggung jawab perusahaan pada stakeholder dalam berperilaku etis dan memaksimalkan dampak positif dari aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan. Atau dengan kata lain, CSR mampu memberikan kontribusi positif yang diberikan oleh pelaku usaha kepada lingkungan sosial di sekitarnya sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar berdirinya perusahaan. Corporate social responsibility dapat memberikan pengaruh positif pada komitmen organisasi. Hal itu dikarenakan perusahaan yang mengabdikan diri untuk menciptakan nilai dengan melibatkan karyawannya akan menjadikan penerapan CSR semakin berdampak yang lebih besar pada komitmen organisasi.

Keyword: *Pemetaan sosial, Tanggung jawab sosial Perusahaan, Pemberdayaan Masyarakat*

Abstract

Sustainable development is meant for companies to synergize profit aspects (economic value) with environmental aspects, as well as social aspects such as community empowerment. The CSR (corporate social responsibility) program is an investment from companies for company growth and sustainability and is not only seen as a means of seeking profit/cost (cost center) but as a means of achieving profit (profit center). In addition, the CSR program is also the company's commitment to support the creation of sustainable development. In the concept of CSR, which uses sustainable development, it is included in ethical theory, because it states that sustainable development aims to answer current needs without threatening the ability to protect the next generation to meet their needs. The research method used in this writing applies a literature study approach, where literature study with this model is considered a form of research method carried out by summarizing and synthesizing some of the results of previous studies related to the topic to be discussed. The results of this study explain that Corporate Social Responsibility (CSR) is a form of corporate responsibility to stakeholders in behaving ethically and maximizing the positive impact of economic, environmental and social aspects in an effort to achieve company goals. Or in other words, CSR is able to make a positive contribution given by business actors to the surrounding social environment as a form of company concern for the environment around the company's establishment. Corporate social responsibility can have a positive influence on organizational commitment. That's because companies that devote themselves to creating value by involving their employees will make the implementation of CSR increasingly have a bigger impact on organizational commitment.

Keyword: *Social mapping, Corporate Social Responsibility, Empowerment Society*

PENDAHULUAN

Pembangunan masyarakat merupakan hal yang sangat krusial demi tercapainya sebuah kesejahteraan di berbagai sektor lapisan kehidupan masyarakat (Aqiela et al.,2018). Salah satu masalah yang sering dihadapi dalam upaya melakukan pembangunan masyarakat adalah memilih sektor atau masalah apa yang harus diatasi sehingga alokasi dana dan sumber daya manusia dapat digunakan secara efektif, efisien dengan hasil akhir yang sangat memuaskan (Disemadi & Prananingtyas, 2020). Namun menurut penelitian Fahrudin et al.,(2015) and Achmad & Yulianah (2022) pembangunan masyarakat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang telah direncanakan melalui tahapan-tahapan pembangunan yang sistematis, terstruktur, dengan objektif utama yaitu tercapainya kemakmuran dan kemaslahatan bagi seluruh masyarakat.

Metode pemberdayaan dalam wacana pembangunan masyarakat akan selalu di hubungkan dengan konsep mandiri, partisipasi, jaringan kerja dan keadilan, karena dalam hal ini pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk menciptakan atau meningkatkan kapasitas masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, didalam memecahkan

berbagai persoalan terkait upaya meningkatkan kapasitas hidup, kemandirian dan kesejahteraan (Kurnia haqul, 2023).

Hasil penelitian Kurnia dkk, (2019) and Achmad (2022) menjelaskan bahwa pembangunan masyarakat sangat dibutuhkan untuk mengatasi beragam masalah sosial yang terjadi ataupun untuk mengembangkan potensi apa yang dimiliki suatu daerah tersebut. Maka dari itu dibutuhkannya partisipasi aktif dari berbagai sektor utama masyarakat itu sendiri karena meskipun program-program yang dirancang pemerintah sudah sangat bagus dan memadai tetapi tanpa adanya partisipasi langsung masyarakat setempat maka proses ini disinyalir akan berujung pada sebuah kegagalan (Mapisangka, 2009). Salah satu metode pembangunan masyarakat yang fungsinya ditujukan untuk menangani beragam persoalan sosial yang sering muncul dalam lingkungan masyarakat adalah pemetaan sosial atau social mapping (Marnelly, 2012; Achmad, 2023).

Raharjo & Resnawaty, (2019) berbicara bahwa, pemetaan sosial sendiri merupakan upaya mengidentifikasi dan memahami struktur sosial (sistem kelembagaan individu) tata hubungan antar lembaga atau individu di lingkungan sosial tertentu. Sejalan dengan itu Nasrul dkk, (2022) menjelaskan juga bahwa pemetaan sosial adalah proses penggambaran masyarakat yang sistemik serta melibatkan pengumpulan data dan informasi mengenai masyarakat yang di dalamnya termasuk profil dan masalah sosial yang ada pada masyarakat tersebut, secara harfiah, "pemetaan" lebih merujuk pada cara, proses membuat peta, sedangkan "sosial" dapat diartikan sebagai metode yang berkenaan dengan kehidupan masyarakat. Di satu sisi pemetaan sosial juga sering dianggap sebagai social profiling atau "pembuatan profil suatu masyarakat" dimana identifikasi tersebut dilakukan secara akademik melalui suatu penelitian lapangan yaitu mengumpulkan data secara langsung, menginterpretasikannya dan menetapkan tata hubungan antara satu dengan yang lainnya dalam kawasan komunitas yang diteliti.

Terdapat beberapa pendekatan pemetaan sosial dalam konteks pembangunan masyarakat yang sejalan dengan fenomena dan situasi kondisi saat ini yaitu, penghidupan berkelanjutan (sustainable livelihood), tata pemerintahan yang baik (good governance), kritik partisipasi (critique participation), penghapusan kemiskinan (poverty reduction), dan yang terakhir pendekatan berbasis hak (right based approach). Salah satu bentuk atau hasil akhir pemetaan sosial biasanya dapat berupa suatu gambaran wilayah yang sudah diformat sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu informasi mengenai karakteristik masyarakat atau masalah sosial, misalnya jumlah orang miskin, rumah kumuh, anak terlantar, yang ditandai dengan warna tertentu atau simbol tertentu sesuai dengan tingkatan pemusatannya (Nurbaiti & Bambang, 2017).

Dalam jurnal Pranoto & Yusuf, (2014) mengungkapkan bahwa pemetaan sosial merangkum analisis multi-faktor yang kompleks dalam fenomena sosial seperti masalah sosial terkait interaksi, tingkat pengangguran, tingkat keamanan wilayah, kesadaran lingkungan, dan tidak terkecuali permasalahan tanggungjawab sosial perusahaan. Pemetaan Sosial merupakan salah satu metode sebagai langkah awal dalam manajemen CSR. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) sangat berkaitan erat dengan konsep sustainability development (pembangunan yang berkelanjutan). Namun Putra, dkk (2022) berpendapat bahwa, adanya konsep CSR mewajibkan perusahaan untuk memiliki tanggung jawab terhadap pihak-pihak lain, seperti: karyawan, supplier, konsumen, komunitas setempat, masyarakat secara luas, pemerintah, dan kelompok lainnya. Pelaksanaan CSR di Indonesia lebih sering dipahami sebagai upaya pengembangan masyarakat (community development) oleh perusahaan, yang diperuntukkan untuk masyarakat di sekitar lokasi perusahaan. Program CSR merupakan suatu bagian dari upaya pengembangan institusi/perusahaan dalam bidang pengurangan kemiskinan, pelestarian lingkungan, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Dengan demikian, sebenarnya konsep tanggung jawab sosial perusahaan mencakup kepatuhan perusahaan kepada perlindungan buruh, perlindungan lingkungan hidup, perlindungan konsumen, dan perlindungan hak azasi manusia secara keseluruhan. Pada dasarnya sebuah perusahaan tidak akan bertahan lama bila hanya mementingkan dan mengandalkan keuntungan semata. Maka dari itu lingkungan dan masyarakat wajib diikuti sertakan dalam keberlangsungan perusahaan itu sendiri akan tetapi bisa saja perusahaan tidak melakukan program CSR apabila tidak ada hukum yang mengatur. Untung saja sudah ada undang-undang yang mengatur kewajiban CSR bagi perusahaan lebih lanjut dikembangkan dalam UUPT beserta peraturan pelaksanaannya yakni Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut PP CSR).

Secara umum Corporate Social Responsibility merupakan peningkatan kualitas kehidupan dimana kemampuan manusia sebagai dan anggota masyarakat dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari stakeholders baik secara internal (pekerja, shareholders dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain) (Risa, 2020).

Konsep CSR (Corporate Social Responsibility) memang tidak memberikan hasil secara

keuangan dalam jangka pendek, namun CSR akan memberikan hasil baik pada keuangan perusahaan di masa yang akan datang (Riyanti & Raharjo, 2021). Dengan demikian apabila perusahaan melakukan program-program CSR diharapkan keberlanjutan perusahaan akan terjamin dengan baik. Dengan masuknya program CSR sebagai bagian dari strategi bisnis, maka akan dengan mudah bagi unit-unit usaha yang berada dalam suatu perusahaan untuk mengimplementasikan rencana kegiatan dari program CSR yang dirancangnya. Dilihat dari sisi pertanggung jawaban keuangan atas setiap investasi yang dikeluarkan dari program CSR, maka tingkat stabilitas suatu perusahaan menjadi lebih jelas dan tegas, sehingga pada akhirnya keberlanjutan yang diharapkan akan dapat terimplementasi berdasarkan harapan semua stakeholder (Rosyida & Nasdian, 2011).

Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas dapat berupa pembangunan rumah ibadah, membangun prasarana dan fasilitas sosial dalam masyarakat, menjaga sungai dari polusi, pemberian beasiswa, menjalin kemitraan antara pengusaha besar dan kecil untuk mengurangi ketimpangan sosial, dan lain sebagainya. Alasan perusahaan harus terlibat secara langsung dalam kegiatan sosial yaitu (1) perusahaan dan karyawannya merupakan bagian integral dari masyarakat setempat (2) Perusahaan telah diuntungkan dengan hak untuk mengelola sumber daya alam yang ada dalam masyarakat tersebut dan bisa memperlihatkan komitmen moral dengan tidak melakukan kegiatan-kegiatan bisnis yang dapat merugikan masyarakat sekitarnya (3) Perusahaan akan lebih menyatu dengan masyarakat sekitar, sehingga ada rasa memiliki dari masyarakat terhadap perusahaan. Maka berdasarkan uraian dan penjabaran latar belakang yang telah disampaikan diatas peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai Dinamika Pemberdayaan di Indonesia melalui Pemetaan Sosial dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini menerapkan pendekatan studi literature, dimana studi literature dengan model ini dianggap sebagai bentuk metode penelitian yang dilakukan dengan merangkum dan mensintesis beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan topik yang akan dibahas. Pengertian tersebut sesuai dengan Thomas et al.,(2020) yang menganggap bahwa penelitian yang menggunakan literature review akan berisikan suatu ulasan, rangkuman, dan pemikiran dari penulis yang dilakukan dengan peninjauan terhadap beberapa dokumen yang relevan dengan topik yang akan dibahas peneliti yakni seputar Dinamika Pemberdayaan di Indonesia melalui Pemetaan Sosial dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Penelitian ini menerapkan tiga

tahapan dalam pendekatan studi literature meliputi perencanaan atau planning dengan mengumpulkan beberapa artikel ilmiah, berita, dan literatur lainnya yang sesuai dengan tujuan artikel. Pada tahapan kedua, peneliti mulai melakukan review atau conducting dengan mengamati keterkaitan pada setiap literatur yang akan digunakan. Tahapan kedua dilakukan agar peneliti mampu mendapatkan hasil review yang sesuai dengan topik artikel ini. Pada tahapan ketiga, peneliti melakukan pelaporan atau reporting yaitu dengan menuliskan hasil analisis terhadap beberapa literatur dengan berpedoman pada sistematika penulisan artikel ilmiah. Pada tahapan ketiga, peneliti menuangkan hasil analisis dengan pemahaman dan ketelitian yang penuh sehingga pembaca dapat memperoleh informasi yang maksimal dari artikel yang telah ditulis oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemetaan Sosial Untuk CSR

Pemetaan sosial merupakan rangkaian kegiatan penelitian untuk proses sosialisasi awal dalam mengendalikan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat, sementara itu tujuan awal dilakukannya pemetaan sosial ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi yang komprehensif mengenai kondisi sosial budaya masyarakat sekitar. Hasil pemetaan sosial memberikan gambaran menyeluruh lokasi sasaran yang telah dipetakan, seperti aktor-aktor yang berperan dalam proses relasi sosial, jaringan sosial, kekuatan dan kepentingan aktor dalam kehidupan masyarakat, masalah sosial termasuk keberadaan kelompok rentan, potensi alam, manusia, finansial, infrastruktur maupun modal sosial yang dimiliki wilayah yang dipetakan (Sampul & Pertama, 2020)

Pemetaan sosial memerlukan pemahaman mengenai kerangka konseptualisasi masyarakat yang dapat membantu dalam membandingkan elemen-elemen masyarakat antara wilayah satu dengan wilayah lainnya. Misalnya, beberapa masyarakat yang memiliki wilayah (luas-sempit), komposisi etnik (heterogen-homogen) dan status sosial-ekonomi (kayamiskin atau maju-tertinggal) yang berbeda satu sama lain. Pemetaan sosial (social mapping) merupakan upaya mengidentifikasi dan berusaha memahami struktur sosial (sistem kelembagaan dan individu) tata hubungan antar lembaga dan atau individu pada lingkungan sosial tertentu. Pemetaan sosial dapat juga diartikan sebagai identifikasi kelembagaan dan individu yang dilakukan secara akademik melalui suatu penelitian lapangan, yakni mengumpulkan data secara langsung, menginterpretasikan dan menetapkan tata hubungan antara satu dengan lain dalam kawasan yang akan diteliti.

Adapun metode dan teknik pendekatan sosial yang dapat digunakan dalam pemetaan sosial, meliputi survey formal, pemantauan cepat (rapid appraisal), dan metode

partisipatoris (participatory method). Perlu dicatat bahwa tidak ada aturan dan bahkan metoda tunggal yang secara sistematis dianggap paling unggul dalam melakukan pemetaan sosial. Prinsip utama bagi para praktisi pekerjaan sosial dalam melakukan pemetaan sosial adalah bahwa ia dapat mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dalam suatu wilayah tertentu secara spesifik yang dapat digunakan sebagai bahan membuat suatu keputusan terbaik dalam proses pertolongannya. Pemetaan sosial selain untuk mengetahui kebutuhan dasar masyarakat, potensi sumber daya, mengidentifikasi akar permasalahan yang dirasakan masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan hidupnya, juga dapat difungsikan untuk menganalisis potensi konflik yang terdapat dalam suatu lingkungan masyarakat.

Pemetaan sosial (mapping sosial) dimaksudkan untuk memotret atau menggambar keadaan masyarakat, dan kemudian melakukan need-assessment, atau mencari apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan masyarakat (Andriansyah & Rangkuti, 2021). Program pemetaan sosial selain dilakukan untuk menemukan dan mengenali potensi resources dan social capital, juga mengenali pemangku kepentingan dalam kaitannya dengan keberadaan dan aktivitas pelaku pemberdayaan masyarakat. Sehingga melalui social-mapping dapat teridentifikasi keinginan kebutuhan dan sumber persoalan yang dirasakan masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup yang lebih sejahtera. Selanjutnya, hasil dari pemetaan sosial juga sering dijadikan sebagai dasar perencanaan program pengembangan masyarakat yang berkelanjutan.

Sebagaimana tertuang dalam Buku Indikator Proper Hijau Kementerian Lingkungan Hidup, tentang Aspek pengembangan Masyarakat (Community Development) dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia No 6 Tahun 2013 tentang Proper, bahwa "Social Mapping" memberikan gambaran menyeluruh dari lokasi yang dipetakan, meliputi aktor yang berperan dalam proses relasi sosial, jaringan sosial, kekuatan dan kepentingan masing-masing aktor dalam kehidupan masyarakat terutama dalam peningkatan kondisi kehidupan masyarakat, masalah sosial yang ada termasuk keberadaan kelompok rentan, serta potensi yang tersedia, baik alam, manusia, dan infrastruktur.

Beberapa alasan utama mengapa para praktisi pekerjaan sosial memerlukan sebuah pendekatan sistematis dalam melakukan pemetaan sosial pertama pandangan mengenai "manusia dalam lingkungannya" (the person-in-environment) merupakan faktor penting dalam praktek pekerjaan sosial, khususnya dalam praktek tingkat makro atau praktek pengembangan masyarakat, dimana proses ini tidak akan berjalan baik tanpa adanya pemahaman mengenai pengaruh-pengaruh yang ada pada lingkungan masyarakat tersebut. Kemudian pengembangan masyarakat memerlukan pemahaman mengenai

sejarah dan perkembangan suatu masyarakat serta analisis mengenai status masyarakat saat ini. Tanpa pengetahuan ini, para praktisi akan mengalami hambatan dalam menerapkan nilai, sikap dan tradisi-tradisi pekerjaan sosial maupun dalam memelihara keamanan dan mengupayakan perubahan. Dalam hal ini masyarakat secara konstan dapat berubah, dimana individu dan kelompok-kelompok bergerak kedalam perubahan kekuasaan, struktur ekonomi, sumber pendanaan dan peranan penduduk, untuk itu hadirnya metode pemetaan sosial ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memahami dan menginterpretasikan perubahan-perubahan sosial yang sering terjadi.

Studi pemetaan sosial juga dapat menjadi rujukan bagi perusahaan-perusahaan dalam membuat rencana jangka panjang bagi masyarakat atau lingkungannya berdasarkan indikator capaian dalam tiap tahunnya salahsatunya melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Fenomena berkembangnya topik Corporate Sosial Responsibility (CSR) sudah dikenal di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir. Banyak perusahaan yang mulai menyadari pentingnya CSR, dan terlibat secara langsung dalam kegiatan tersebut karena berbagai alasan, seperti menambah nilai perusahaan dan berkontribusi langsung terhadap lingkungan untuk mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Namun perlu diingat kembali bahwasannya sebuah perusahaan juga wajib melakukan terlebih dahulu studi pemetaan sosial untuk mengenali kondisi sosial budaya masyarakat lokal/sekitar atau disebut juga sebagai kegiatan orientasi sosial dan wilayah sasaran, agar kedepannya dapat menghasilkan beberapa rekomendasi tentang pelaksanaan program yang mengedepankan pada aspek-aspek kebutuhan masyarakat banyak.

Dalam konteks global, istilah Corporate Social Responsibility (CSR) mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. (Marnelly 2012). John Elkington's mengelompokkan CSR atas tiga aspek berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan stakeholders dengan memperhatikan lingkungan ke arah yang lebih baik, yang dikenal dengan istilah Triple Bottom Line (3BL). Ketiga aspek tersebut meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (economic prosperity), peningkatan kualitas lingkungan (environmental quality), dan keadilan sosial (social justice).

Pemahaman tentang CSR pada umumnya berkisar pada tiga hal pokok, yaitu CSR adalah: pertama, suatu peran yang sifatnya sukarela (voluntary) dimana suatu perusahaan membantu mengatasi masalah sosial dan lingkungan, oleh karena itu perusahaan memiliki kehendak bebas untuk melakukan atau tidak melakukan peran ini; Kedua, disamping sebagai institusi profit, perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kedermawanan (filantropi) yang tujuannya untuk memberdayakan sosial dan perbaikan

kerusakan lingkungan akibat eksplorasi dan eksploitasi. Ketiga, CSR sebagai bentuk kewajiban (obligation) perusahaan untuk peduli terhadap dan mengentaskan krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat. Pemahaman CSR selanjutnya didasarkan oleh pemikiran bahwa bukan hanya Pemerintah melalui penetapan kebijakan public (public policy), tetapi juga perusahaan harus bertanggungjawab terhadap masalah-masalah sosial.

Secara praktikal konsep Corporate Social Responsibility (CSR) ini didasarkan pada beberapa aspek penting yaitu pertama enabling yakni, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Konsep ini memiliki artian bahwa setiap manusia memiliki potensi untuk dikembangkan atau diberdayakan dengan membangun daya dan mendorong, memotivasikan dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya. Kedua, yaitu konsep (empowering) dimana tindakan ini sangat ditekankan pada pemberdayaan masyarakat melalui program-program yang lebih positif. Penguatan dapat dilakukan dengan tindakan nyata, penyediaan berbagai masukan (input), serta membuka peluang (opportunities) yang mampu membuat masyarakat makin berdaya kedepannya. Untuk itu, diperlukan program yang menyentuh lapisan masyarakat dengan mengandalkan potensi atau daya yang dimiliki oleh tiap-tiap kelompok masyarakat.

Bentuk-bentuk tanggungjawab sosial yang ideal tentunya bukan hanya muncul semata-mata untuk mencari nama baik sehingga bisa membangun reputasi, namun justru sudah muncul sejak sebuah organisasi berdiri. Sehingga turut pula tertuang dalam visi, misi dan tujuan organisasi. Sehingga pada akhirnya aktivitas tanggung jawab sosial adalah bagian integral dari manajemen strategik. Dengan turut ambil bagian dalam isu sosial, maka organisasi menunjukkan cerminan dari realitas organisasi yang peduli terhadap fenomena sosial. Sebuah organisasi dalam menjalankan aktivitas tanggungjawab sosial, sudah pasti akan melibatkan publiknya. Dengan demikian harmonisasi dari sebuah hubungan yang dibina oleh organisasi memperoleh wujud nyata yang akan memberikan manfaat bukan hanya bagi nama baik organisasi namun juga kepada masyarakat secara luas.

Program dan Master Plan Corporate Social Responsibility (CSR) terencana berdasarkan indikator capaian yang dikembangkan dan dikelola tiap tahunnya melalui proses pendampingan. Misalnya, dalam pengembangan masyarakat di bidang usaha, tahap pertama masyarakat mendapatkan bantuan modal usaha, kemudian perusahaan membuat pelatihan dan pengusaha kecil untuk kemandirian ekonomi masyarakat di wilayah tersebut. Dengan kata lain, hasil pemetaan sosial yang melihat secara nyata kondisi di lapangan diharapkan dapat berkontribusi positif pada kemapanan masyarakat sekitar. Di samping itu, hasil pemetaan sosial dapat menjadi referensi utama dalam penyusunan renstra, atau

minimal perumusan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang akan dilaksanakan pada lokasi tersebut.

Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Master Plan yang direkomendasikan mengacu pada metode kerja *doing with*, merangsang masyarakat menjadi aktif dan dinamis serta mampu mengidentifikasi mana kebutuhan yang sifatnya - *real needs*, *felt needs* dan *expected need*. Metode kerja *doing with*, berfokus akan perlunya kemandirian yang partisipatif di dalam proses pembangunan dan pelaksanaan bantuan, selain itu, kebijakan program dan Master Plan Corporate Social Responsibility (CSR) tidak hanya menyangkut tentang "harmonisasi" antara perusahaan dan masyarakat, melainkan upaya terstruktur untuk mendorong kemandirian masyarakat untuk jauh lebih berkembang kedepannya. Hal itu disebabkan karena pada dasarnya program yang dirumuskan dan kemudian dilaksanakan merupakan upaya memecahkan masalah dengan memanfaatkan potensi dan peluang yang ada. Program masterplan yang didasarkan pada hasil pemetaan sosial lebih difokuskan pada program pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, sehingga kemandirian masyarakat lokal dapat diwujudkan (Sutikno et al.,2018).

Pemahaman tentang CSR pada umumnya berkisar pada tiga hal pokok, yaitu CSR adalah: pertama, suatu peran yang sifatnya sukarela (*voluntary*) dimana suatu perusahaan membantu mengatasi masalah sosial dan lingkungan, oleh karena itu perusahaan memiliki kehendak bebas untuk melakukan atau tidak melakukan peran ini; Kedua, disamping sebagai institusi profit, perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kedermwanaan (*filantropi*) yang tujuannya untuk memberdayakan sosial dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat eksplorasi dan eksploitasi. Ketiga, CSR sebagai bentuk kewajiban (*obligation*) perusahaan untuk peduli terhadap dan mengentaskan krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat. CSR bukan saja upaya menunjukkan kepedulian sebuah organisasi pada persoalan sosial dan lingkungan, namun juga dapat menjadi pendukung terwujudnya pembangunan yang berkesinambungan dengan menyeimbangkan aspek ekonomi dan pembangunan sosial yang didukung dengan perlindungan lingkungan hidup.

Dalam praktiknya, perusahaan tidak hanya memfokuskan pada pemberian bantuan secara financial. Sangat banyak data yang mencatat usaha perusahaan yang berkontribusi dalam pembangunan fisik maupun sosial melalui program CSR nya, seperti, PT Freeport Indonesia, mengklaim telah menyediakan layanan medis bagi masyarakat Papua melalui klinik-klinik kesehatan dan rumah sakit modern di Banti dan Timika. Di bidang pendidikan, PT Freeport menyediakan bantuan dana pendidikan untuk pelajar Papua, dan bekerjasama dengan pihak pemerintah Mimika melakukan peremajaan gedunggedung dan sarana

sekolah. Kemudian Pertamina, terlibat dalam aktivitas pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat, terutama di bidang pendidikan, kesehatan dan lingkungan. Pada aspek pendidikan BUMN ini menyediakan beasiswa pelajar mulai dari tingkatan sekolah dasar hingga S2, maupun program pembangunan rumah baca, bantuan peralatan atau fasilitas belajar. Ada juga PT HM Sampoerna, salah satu perusahaan rokok besar di negeri ini juga menyediakan beasiswa bagi pelajar SD, SMP, SMA maupun mahasiswa. Selain kepada anak-anak pekerja PT HM Sampoerna, beasiswa tersebut juga diberikan kepada masyarakat umum. Selain itu, melalui program bimbingan anak Sampoerna, perusahaan ini terlibat sebagai sponsor kegiatan-kegiatan konservasi dan pendidikan lingkungan.

Bentuk-bentuk tanggungjawab sosial yang ideal tentunya bukan hanya muncul semata-mata untuk mencari nama baik sehingga bisa membangun reputasi, namun justru sudah muncul sejak sebuah organisasi berdiri. Sehingga turut pula tertuang dalam visi, misi dan tujuan organisasi. Sehingga pada akhirnya aktivitas tanggung jawab sosial adalah bagian integral dari manajemen strategik. Dengan turut ambil bagian dalam isu sosial, maka organisasi menunjukkan cerminan dari realitas organisasi yang peduli terhadap fenomena sosial. Sebuah organisasi dalam menjalankan aktivitas tanggungjawab sosial, sudah pasti akan melibatkan publiknya. Dengan demikian harmonisasi dari sebuah hubungan yang dibina oleh organisasi memperoleh wujud nyata yang akan memberikan manfaat bukan hanya bagi nama baik organisasi namun juga kepada masyarakat secara luas (Sultoni, 2021).

Dalam rangka menciptakan Good CSR harus memadukan empat prinsip good corporate governance, yakni fairness, transparency, accountability dan responsibility secara harmonis. Ditambah dengan harus menggabungkan kepentingan shareholders dan stakeholders. Karenanya, CSR tidak hanya fokus pada hasil yang ingin dicapai, melainkan pula pada proses untuk mencapai hasil tersebut. Terdapat lima langkah yang bisa dijadikan panduan dalam merumuskan program CSR meliputi (1) Engagement adalah pendekatan awal kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tahap ini juga bisa berupa sosialisasi mengenai rencana pengembangan program CSR. Tujuan utama langkah ini adalah terbangunnya pemahaman, penerimaan dan trust masyarakat yang akan dijadikan sasaran CSR.

Langkah selanjutnya yang dapat dijadikan acuan dalam merumuskan program CSR adalah (2) Assessment, dimana identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan dasar dalam merumuskan program. Tahapan ini bisa dilakukan bukan hanya berdasarkan needs-based approach (aspirasi masyarakat), melainkan pula berpijak pada rightsbased approach (konvensi internasional atau standar normatif hak-hak sosial masyarakat) (3) Plan of action. Merumuskan rencana aksi. Program yang akan diterapkan

sebaiknya memerhatikan aspirasi masyarakat (stakeholders) di satu pihak dan misi perusahaan termasuk shareholders di lain pihak (4) Action and Facilitation. Menerapkan program yang telah disepakati bersama. Program bisa dilakukan secara mandiri oleh masyarakat atau organisasi lokal. Namun, bisa pula difasilitasi oleh LSM dan pihak perusahaan. (5) Evaluation and Termination or Reformation. Menilai sejauh mana keberhasilan pelaksanaan program CSR di lapangan. Bila berdasarkan evaluasi, program akan diakhiri (termination) maka perlu adanya semacam pengakhiran kontrak dan exit strategy antara pihak-pihak yang terlibat. Misalnya, melaksanakan TOT CSR melalui capacity building terhadap masyarakat (stakeholders) yang akan melanjutkan program CSR secara mandiri.

Hakikat pembangunan adalah proses perubahan yang berlangsung secara terencana, sadar, serta berkelanjutan. Oleh sebab itu, pembangunan merupakan tanggung jawab semua elemen, baik masyarakat, swasta, serta pemerintah. Pembangunan yang berkelanjutan perlu adanya upaya checks and balances, upaya tersebut membutuhkan partisipasi masyarakat dalam hal mengawasi kebijakan pemerintah (mengawasi penyalahgunaan kewenangan), serta partisipasi pihak swasta (perusahaan) dalam mempengaruhi kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi bentuk tanggung jawab perusahaan pada stakeholder dalam berperilaku etis dan memaksimalkan dampak positif dari aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan. Atau dengan kata lain, CSR mampu memberikan kontribusi positif yang diberikan oleh pelaku usaha kepada lingkungan sosial di sekitarnya sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar berdirinya perusahaan. Corporate social responsibility dapat memberikan pengaruh positif pada komitmen organisasi. Hal itu dikarenakan perusahaan yang mengabdikan diri untuk menciptakan nilai dengan melibatkan karyawannya akan menjadikan penerapan CSR semakin berdampak yang lebih besar pada komitmen organisasi.

SIMPULAN

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility: CSR) sangat berkaitan erat dengan konsep sustainability development (pembangunan yang berkelanjutan). Adanya konsep CSR mewajibkan perusahaan untuk memiliki tanggung jawab terhadap pihak-pihak lain, seperti: karyawan, supplier, konsumen, komunitas setempat, masyarakat secara luas, pemerintah, dan kelompok lainnya. Pelaksanaan CSR di Indonesia lebih sering dipahami sebagai upaya pengembangan masyarakat (community development) oleh perusahaan, yang diperuntukkan untuk masyarakat di sekitar lokasi

perusahaan. Program CSR merupakan suatu bagian dari upaya pengembangan institusi/perusahaan dalam bidang pengurangan kemiskinan, pelestarian lingkungan, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Pelaksanaan studi Corporate Social Responsibility (CSR) menurut Bank Dunia dimulai dari suatu komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan melalui kerjasama dengan segenap pemangku kepentingan yang terkait untuk memperbaiki hidup mereka dengan cara-cara yang baik bagi kepentingan bisnis, agenda pembangunan berkelanjutan, dan masyarakat pada umumnya (Kiroyan, 2009). Hal tersebut juga dipertegas World Business Council for Sustainable Development memberikan penjelasan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai komitmen berkelanjutan dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, W. (2022). Corporate Social Responsibility and Zakat: A Model of Philanthropy in the Society Era 5.0. *Jurnal Scientia*, 11(01), 565-574.
- Achmad, W. (2023). Social Work Technology: Utilization of E-Counseling for Assessment Services. *Jurnal Info Sains: Informatika dan Sains*, 13(02), 61-68.
- Achmad, W., & Yulianah, Y. (2022). Corporate social responsibility of the hospitality industry in realizing sustainable tourism development. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1610-1616.
- Aqiela, L., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2018). Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) El-Corps. Share: Social Work Journal, 8(2), 211-218.
- Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2020). Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 4(1), 1-16.
- Fahrudin, A., Al Amin, M. A., Kodiran, T., Hamdani, A., Afandy, A., & Trihandoyo, A. (2015). Pemetaan sosial (social mapping) di wilayah pesisir Kabupaten Gresik. Bogor (ID): PKSPL-IPB.
- Kurnia haqul, a. s. r. i. (2023). pemetaan sosial ekonomi rumah tangga kawasan ekonomi khusus mandalika (Doctoral dissertation, Universitas Mataram).
- Kurnia, A., Shaura, A., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Sustainable Development Dan Csr. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(3), 231-237.
- Mapisangka, A. (2009). Implementasi CSR terhadap kesejahteraan hidup masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 1(1).
- Marnelly, T. R. (2012). Corporate social responsibility (CSR): Tinjauan teori dan praktek di Indonesia. *Jurnal aplikasi bisnis*, 2(2), 49-59.

- Michael, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 23-31.
- Nasrul, Z., Adamy, A., Wardiati, W., & Taufik, T. (2022). Pemetaan sosial pendampingan corporate social responsibility (csr) pt. xyz di desa meunasah mesjid kecamatan aceh besar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(2), 37-46.
- Nurbaiti, S. R., & Bambang, A. N. (2017, October). Faktor–faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR). In *Proceeding Biology Education Conference* (Vol. 14, No. 1, pp. 224-228).
- Pranoto, A. R., & Yusuf, D. (2014). Program CSR berbasis pemberdayaan masyarakat menuju kemandirian ekonomi pasca tambang di Desa Sarijaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(1), 39-50.
- Putra, A., Darmawan, E., Rahmi, K., Riyadi, S. F., Arieta, S., Igiyasi, T. S., ... & Humaedi, S. (2022). Pemetaan Sosial Desa Payamaram Kecamatan Palmatak Kabupaten Kepulauan Anambas. *Takzim: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 6-17.
- Risa, Y. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Kasus Pt. Tirta Investama Plant Solok) di Nagari Batang Barus Kabupaten Solok. *Jurnal USM Law Review*, 3(1), 199-218.
- Riyanti, C., & Raharjo, S. T. (2021). Asset Based Community Development Dalam Program Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(1), 112-126.
- Rosyida, I., & Nasdian, F. T. (2011). Partisipasi masyarakat dan stakeholder dalam penyelenggaraan program corporate social responsibility (csr) dan dampaknya terhadap komunitas perdesaan. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 5(1).
- Sampul, F., & Pertama, C. Studi Pemetaan Sosial dan Penyusunan Corporate Social Responsibility (CSR) Master Plan Terminal BBM Jayapura.
- Siregar, S., Andriansyah, Y., & Rangkuti, K. (2021). The Perception Of Red Chili Farmers On The Implementation Of Pt. Inalum's Csr (Coorporate Social Responbility) Program In The Village Of Lubuk Cuik Distric Of Lima Puluh, Batu Bara Regency. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 4(2), 43-52.
- Sultoni, M. H. (2021). Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan).
- Sutikno, S., Baihaqi, I., Yusuf, M., & Sari, N. I. (2018). Pemetaan sosial dan ekonomi masyarakat di sekitar kampus ITS Surabaya. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (2).
- Thomas, J., Utley, J., Hong, S. Y., Korkmaz, H., & Nugent, G. (2020). A Review of the Research. *Handbook of Research on STEM Education*.