

## Functions of Corporate Social Responsibility (CSR) for Community Empowerment

Maulidina Putri Nur<sup>a\*</sup>, Muhammad Aqil<sup>b</sup>, Norma Al Khaeriyah<sup>c</sup>, Putri Azzahra Fitriani<sup>d</sup>

<sup>abcd</sup> *Public Relations, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia*

**ABSTRACT:** This research focuses on the implementation of community empowerment through CSR (Corporate Social Responsibility) programs. Implementing corporate social responsibility programs by companies that can bring about community independence, because in CSR itself there is implementation of empowerment. Therefore, it is necessary to evaluate the implementation of programs related to CSR, so the program can be implemented on an ongoing basis and can empower communities. This research uses a literature study method by utilizing literature in the form of journals, books, and articles that are relevant to the theme and title of the research. The result of this research is that community empowerment is an ideal method in implementing CSR programs.

### ARTICLE HISTORY

Received: 13-6-2023

Accepted: 15-6-2023

### KEYWORDS

Corporate Social Responsibility, Companies, Community Empowerment, Prosperity Development.

### Introduction

Untuk meningkatkan hubungan timbal balik yang baik antara perusahaan dengan masyarakat, terutama masyarakat yang terkena dampak dari berdirinya perusahaan tersebut, perusahaan harus memiliki bentuk tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal dengan Corporate Social Responsibility (CSR) yang dapat memperhatikan kesejahteraan hidup masyarakat sekitar perusahaan tersebut. Implementasi kebijakan yang ada dalam hal ini adalah program dalam Corporate Social Responsibility (CSR) melalui pemberdayaan masyarakat untuk mewujudkan pembangunan kesejahteraan pada dasarnya ditujukan untuk menyelesaikan persoalan di bidang kesenjangan sosial ekonomi (kemiskinan).

Berdasarkan berbagai sumber, CSR merupakan bagian dari kegiatan perusahaan, yaitu program perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya dengan memperhatikan hubungan internal dan eksternal perusahaan. Program CSR yang dilakukan dengan baik akan berdampak positif bagi kelangsungan hidup perusahaan, namun sebaliknya jika CSR tidak dilakukan dengan baik maka bukan tidak mungkin akan muncul berbagai kendala yang dapat mengganggu keberlangsungan perusahaan.

Di Indonesia sendiri, CSR telah menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan menggunakan sumber daya alam dalam operasinya. Hal ini diatur dalam Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34 UU No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang di dalamnya mengatur kewajiban bagi perusahaan untuk menyelenggarakan program CSR.

**CONTACT:** Maulidina Putri Nur  [alkhaeriyahnorma@gmail.com](mailto:alkhaeriyahnorma@gmail.com)

© 2023 The Author(s). Published by Literasi Nusantara Publisher.

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited, and is not altered, transformed, or built upon in any way.

Hadirnya dunia perusahaan atau industri di tengah-tengah kehidupan masyarakat, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup dan tingkat kesejahteraan masyarakat. Melalui program CSR sebuah perusahaan dapat memberikan pelayanan, bantuan bahkan pemberdayaan kepada masyarakat melalui tanggung jawab sosial guna meningkatkan kualitas hidup dan tingkat kesejahteraan hidup masyarakat. Sehingga pada pelaksanaannya program CSR diharapkan dapat meningkatkan dan menciptakan kemandirian pada masyarakat melalui program-program corporate social responsibility yang diusung oleh perusahaan.

Pemberdayaan atau pengembangan masyarakat merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dilakukan salah satunya dengan tujuan untuk mengentaskan kemiskinan yang terjadi di masyarakat yang merujuk pada kebebasan masyarakat dalam memilih dan bertindak. Oleh sebab itu perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility pengembangan dan pemberdayaan masyarakat diharapkan dapat menciptakan kesejahteraan hidup dan kemandirian di dalam masyarakat.

Dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat terdapat empat prinsip untuk menyukseskan suatu program pemberdayaan, yaitu prinsip kesetaraan, partisipasi, keswadayaan atau kemandirian, dan keberlanjutan (Najati dkk, 2005: 54). Partisipasi masyarakat menjadi prinsip yang penting bagi para penyelenggara program pemberdayaan dalam CSR agar penyelenggaraan program tersebut dapat tepat sasaran sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat. Namun fenomena yang terjadi adalah para pelaku usaha masih memandang masyarakat sebagai suatu objek bukan subjek dalam pelaksanaan program CSR sehingga masih banyaknya penyelenggaraan program tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang masih tidak tepat sasaran dan terkesan hanya difungsikan untuk memberikan citra yang baik bagi nama perusahaan tanpa memperhatikan kebutuhan masyarakat yang terdampak untuk memperoleh kehidupan yang sejahtera.

Untuk itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Fungsi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat".

## **Methods**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kepustakaan (library research) dengan mengkaji kritis dan mendalam terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan dengan materi penelitian seperti jurnal, buku, dan artikel yang layak dijadikan referensi. Creswell, 2012 (dalam Sugiyono, 2014) mengemukakan bahwa metode kualitatif merupakan proses pendalaman suatu makna perilaku individu maupun kelompok, serta proses penggambaran masalah suatu masalah sosial suatu masalah kemanusiaan. Miqzaqon T dan Purwoko mengemukakan bahwa penelitian kepustakaan merupakan suatu studi yang digunakan dalam mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada di perpustakaan seperti dokumen, buku, majalah, kisah-kisah sejarah dan sebagainya. (Milya Sari dan Asmendri, 2020).

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yakni dengan mengumpulkan data secara tidak langsung dengan meneliti objek yang bersangkutan. Setelah mengumpulkan beberapa jurnal dan buku terkait dengan materi pembahasan selanjutnya menganalisis materi melalui studi pustaka dengan hasil dari analisis berupa deskriptif.

## **Result and Discussion**

### ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

Konsep CSR dimunculkan pertama kali tahun 1953, yaitu dengan diterbitkannya buku yang berjudul *Social Responsibilities of Businessman* karya Howard Bowen yang kemudian dikenal dengan "Bapak CSR". Gema CSR makin bertiup kencang ditahun 1960-an ketika persoalan kemiskinan dan keterbelakangan makin mendapat perhatian dari berbagai kalangan. Tahun 1987, The World Commission on Environment and Development (WCED) dalam Brundland Report mengembangkan tiga komponen penting sustainable development, yakni economic growth, environmental protection, dan social equity.

Corporate social responsibility juga dapat dipahami sebagai salah satu wujud partisipasi dari perusahaan atau dunia usaha untuk menciptakan pembangunan berkelanjutan dengan mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar di sekitar perusahaan melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup. Dengan artian corporate social responsibility dikembangkan melalui prinsip Tri Bottom Line, dimana prinsip ini menekankan keseimbangan pada aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility, terdapat tiga tingkatan kegiatan yang dapat dilakukan dalam program-program CSR. Adapun tiga tingkatan program tersebut adalah, pertama charity, charity merupakan salah satu bentuk program tanggung jawab sosial perusahaan yang menekankan pada kegiatan yang bersifat charity/ pemberian bantuan yang sifatnya langsung. Kedua adalah philanthropy, tipe kedua ini melaksanakan kegiatan corporate social responsibility berdasarkan pada penyelesaian dan membantu permasalahan-permasalahan secara parsial, dengan artian tipe ini melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan pada permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat sekitar perusahaan. Tipe ketiga adalah citizenship, tingkatan kegiatan program tanggung jawab sosial perusahaan ini berorientasi untuk membangun daya saing masyarakat, dengan artian pelaksanaan program berupaya untuk meningkatkan kapasitas masyarakat agar dapat mandiri dan mendapatkan penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat itu sendiri.

CSR mengandung nilai etis dan filantropis dalam rangka kesejahteraan masyarakat. Menurut Suharto (2007:102), sebuah perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomis, melainkan juga tanggung jawab legal, etis, dan filantropis: 1) Tanggung jawab ekonomis. Kata kuncinya adalah *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba, perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup dan berkembang; 2) Tanggung jawab legal. Kata kuncinya adalah *obey the*

law. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang ditetapkan Pemerintah; 3) Tanggung jawab etis. Kata kuncinya adalah *be ethical*. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik benar, adil, dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi pelaku organisasi perusahaan; 4) Tanggung jawab filantropis. Kata kuncinya adalah *be a good citizen*. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum, dan berperilaku etis, perusahaan juga dituntut untuk dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan bersama.

Selanjutnya Suharto (2007:103-104) mengemukakan bahwa munculnya konsep CSR didorong oleh kecenderungan pada masyarakat industri yang kurang memedulikan masyarakat sekitar, yang mencakup: 1) dehumanisasi industri. Efisiensi dan mekanisasi yang semakin menguat di dunia industri telah menciptakan persoalan-persoalan kemanusiaan baik di kalangan buruh maupun masyarakat sekitar perusahaan. Perampangan perusahaan telah menimbulkan gelombang pemutusan hubungan kerja (PHK) dan pengangguran. Ekspansi dan eksploitasi dunia industri telah melahirkan polusi dan kerusakan lingkungan yang hebat; 2) equalisasi hak-hak publik. Masyarakat semakin sadar akan haknya untuk meminta pertanggungjawaban perusahaan atas berbagai masalah sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan. Kesadaran ini semakin menuntut akuntabilitas perusahaan bukan saja terkait dengan proses produksi, melainkan juga berbagai masalah sosial yang ditimbulkan; 3) Aquariumisasi dunia industri. Dunia kerja semakin transparan, sehingga perusahaan yang hanya memburu rente ekonomi dan cenderung mengabaikan hukum, prinsip etis, dan filantropis tidak akan mendapat dukungan publik. Bahkan dalam banyak kasus, masyarakat menuntut agar perusahaan ditutup; 4) Feminisasi dunia kerja. Semakin banyaknya wanita bekerja semakin menuntut penyesuaian perusahaan, bukan saja terhadap lingkungan internal organisasi seperti pemberian cuti hamil dan melahirkan, keselamatan dan kesehatan kerja, namun juga timbulnya biaya-biaya sosial seperti penelantaran anak dan kenakalan remaja akibat berkurang atau hilangnya ibu-ibu di rumah dan lingkungan masyarakat.

CSR terkait dengan hubungan antara perusahaan dan masyarakat di sekitarnya dalam rangka mendapatkan kehidupan yang berkualitas, di mana perusahaan dapat hidup dan berkembang dan masyarakat dapat menerima benefit dari perusahaan. Menurut World Bank yang dikutip Azheri (2012:20), definisi CSR adalah:

*"The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development."*

CSR membutuhkan landasan yang kuat untuk implementasinya, karena tanpa landasan yang kuat maka akan sulit diharapkan membawa dampak positif bagi masyarakat. CSR memiliki pilar-pilar yang mendasari pelaksanaannya. Menurut Prince of Wales International Business Forum yang dikutip Azheri (2012:28-29), ada lima pilar aktivitas CSR, yaitu: 1) Building human capital, ini berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan secara eksternal perusahaan dituntut melakukan

pemberdayaan masyarakat; 2) Strengthening economies, perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin. Perusahaan harus memberdayakan ekonomi sekitarnya; 3) Assesing social chesion, upaya untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik; 4) Encouraging good governance, perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, harus mengacu pada Good Corporate Governance (GCG); 5) Protecting the environment, perusahaan harus berupaya menjaga kelestarian lingkungan.

Berdasarkan konsep di atas, maka penyelenggaraan CSR haruslah didasarkan pada tujuan untuk membangun sumber daya manusia yang handal, menambah kekayaan atau mengentaskan masyarakat dari kemiskinan, menjaga hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar, mendukung tata kelola perusahaan yang bersih, dan melestarikan lingkungan. Semua itu perlu dilakukan untuk kesejahteraan masyarakat.

### ***Pemberdayaan Masyarakat***

Pemberdayaan masyarakat Menurut Carlzon yang dikutip Kadarisman (2012:235):

“Pemberdayaan adalah membebaskan seseorang dari kendali yang kaku dan memberi orang tersebut kebebasan untuk bertanggung jawab terhadap ide-idenya, dan keputusan-keputusannya, serta tindakan-tindakannya.”

Berdasarkan Carlzon, CSR berupaya membebaskan masyarakat sekitar perusahaan untuk keluar dari permasalahan sosial yang dihadapinya. Melalui program CSR, perusahaan berupaya memberi kesempatan agar masyarakat dapat mengembangkan dirinya menjadi lebih mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Dengan demikian, dalam jangka panjang kesejahteraan masyarakat akan meningkat.

Pemberdayaan masyarakat terkait dengan upaya mengangkat kehidupan orang miskin untuk menjadi orang yang lebih mandiri dan mampu menghidupi diri sendiri dan keluarganya. Dalam pemberdayaan masyarakat perlu pemahaman akan penyebab kemiskinan masyarakat, agar dapat diputuskan jenis program yang relevan untuk diterapkan.

Terjadinya proses pemberdayaan sangat tergantung pada dua hal:

- a. Bahwa kekuasaan dapat berubah. Jika kekuasaan tidak dapat berubah, pemberdayaan tidak mungkin terjadi dengan cara apapun.
- b. Bahwa kekuasaan dapat diperluas. Konsep ini menekankan pada pengertian kekuasaan yang tidak statis, melainkan dinamis.

Pemberdayaan menunjukkan pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam:

- a. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (freedom), dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan.
- b. Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan.

- c. Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka.

Dengan demikian, pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang dicapai oleh sebuah perubahan sosial, yaitu masyarakat yang berdaya, mempunyai kekuasaan atau pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya. Pengertian pemberdayaan sebagai tujuan seringkali digunakan sebagai indikator keberhasilan pemberdayaan sebagai sebuah proses (Suharto, 2014).

Ada berbagai jenis kegiatan program CSR yang bisa dipilih oleh perusahaan, dan salah satunya adalah pemberdayaan masyarakat. Menurut Untung (2014:117-118), sebenarnya tidak salah jika CSR digunakan untuk kegiatan filantropi, namun jika CSR digunakan untuk pemberdayaan masyarakat maka akan memberikan manfaat langsung dan berdampak ganda yang lebih besar serta mampu secara bertahap mengembangkan kemandirian masyarakat. Hal ini dikarenakan, melalui pemberdayaan masyarakat, sekurang-kurangnya masyarakat disiapkan untuk:

- a. Menyadari kesalahannya, masalah yang dihadapi, peluang-peluang yang dapat dilakukan, serta memilih kegiatan perbaikan kehidupan yang sesuai dan terbaik dengan daya nalar serta kemampuannya.
- b. Melalui proses belajar bersama, berlatih untuk membuat perencanaan bagi perbaikan kehidupannya.
- c. Melakukan kegiatan mereka secara partisipatif dengan atau tanpa fasilitas pihak luar.
- d. Melakukan pemantauan dan evaluasi secara partisipatif terhadap semua kegiatan yang telah mereka lakukan.
- e. Memanfaatkan hasil-hasil kegiatan secara partisipatif."

Berdasarkan Untung, jika perusahaan dapat melakukan pemberdayaan masyarakat melalui program CSR-nya maka itu merupakan pilihan terbaik bagi keberlanjutan hidup masyarakat sekitar perusahaan. Hal ini tentu berbeda jika cara filantropi yang dipilih, di mana bantuan akan terhenti pada titik tertentu tanpa memerhatikan kelangsungan hidup selanjutnya dari masyarakat.

### ***Fungsi Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat***

Soerjono Soekanto (1997) mengemukakan bahwa fungsi merupakan sekumpulan peran yang dapat dilakukan oleh organisasi atau kelompok tertentu yang ditujukan guna mencapai tujuan tertentu pula. Mengacu kepada penjelasan sebelumnya mengenai corporate social responsibility/ tanggung jawab sosial perusahaan dan pemberdayaan masyarakat, maka kedua konsep tersebut memiliki kaitan yang dinamis guna menciptakan kehidupan dan

kesejahteraan hidup yang lebih baik di dalam masyarakat/ komunitas. Hal ini dikarenakan pada kedua konsep tersebut mendorong untuk terciptanya perubahan-perubahan dalam masyarakat menjadi lebih baik (Raharjo, 2015). Kegiatan CSR bagi perusahaan dapat berfungsi sebagai upaya atau pendekatan dalam upaya meningkatkan kondisi sosial masyarakat. Upaya pengembangan dan pemberdayaan melalui kegiatan CSR, dapat ditujukan berdasarkan prioritas (hal paling mendesak) atau kebutuhan utama masyarakat.

Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan semestinya dapat menjadi media atau suatu pendekatan meningkatkan keberdayaan masyarakat. Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya bahwa tipologi kegiatan CSR yaitu *community assistant*, *community relation*, dan *community empowerment*, dapat menjadi strategi pendekatan kepada masyarakat. *Community empowerment* merupakan salah satu pendekatan CSR yang sangat penting dan strategis dalam meningkatkan kondisi sosial ekonomi masyarakat (Raharjo, 2015). Oleh sebab itu dengan adanya implementasi yang menitikberatkan pada pemberdayaan maka pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu media, alat dan cara untuk menciptakan perubahan dalam masyarakat melalui program *corporate social responsibility* dalam pemberdayaan masyarakat.

Merujuk kepada konsep pemberdayaan yang menekankan pada partisipasi aktif masyarakat dalam setiap kegiatan dapat diimplementasikan dalam pelaksanaan program *corporate social responsibility*. Hal ini dikarenakan pelaksanaan program *corporate social responsibility* yang ideal adalah mampu menciptakan kemandirian masyarakat dan menciptakan perubahan serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang lebih baik. Oleh sebab itu untuk mencapai tujuan yang ideal tersebut, maka pemberdayaan masyarakat dapat menjadi salah satu cara yang digunakan agar masyarakat dapat berdaya melalui program-program *Corporate Social Responsibility*.

Dalam pelaksanaan kegiatan *corporate social responsibility* perlu melibatkan setiap pihak-pihak terkait guna mencapai hasil capaian yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sebagai sasaran dalam kegiatan. Adanya keterlibatan pihak-pihak terkait ini memberikan upaya pelaksanaan kegiatan berdasarkan pada sudut pandang yang berbeda, sehingga dalam pelaksanaannya dapat dilihat berdasarkan pada pemikiran, ide dan gagasan yang berbeda guna mencapai perumusan hasil yang diinginkan. Adapun pihak-pihak yang sekiranya perlu terlibat dalam pelaksanaan kegiatan *corporate social responsibility* ini adalah perusahaan beserta stakeholder yang terkait, masyarakat, pemerintah dan pihak-pihak yang sekiranya memiliki wewenang, kemampuan untuk menciptakan perubahan yang lebih baik dalam masyarakat melalui pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

Dengan demikian dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan yang menekankan pada kemandirian dan peningkatan pada kualitas hidup yang lebih baik terhadap masyarakat yang menjadi sasaran pelaksanaan program harus memberikan pemberdayaan agar masyarakat berdaya seperti yang terdapat pada tipe implementasi *community empowering*. Hal ini dikarenakan dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat, masyarakat perlu didorong. Dilibatkan dan ditingkatkan



kemampuan mereka terhadap potensi dan masalah yang dihadapi. Sehingga dalam pelaksanaannya, corporate social responsibility perlu memperhatikan aspek pemberdayaan agar terciptanya masyarakat yang mandiri, tidak ketergantungan, serta terciptanya kesejahteraan masyarakat melalui program corporate social responsibility yang memberdayakan masyarakat.

### Conclusion

Berdasarkan hasil kajian literatur dan penganalisisan pada penelitian-penelitian yang telah ada, pemberdayaan masyarakat sebagai suatu usaha ideal dalam menciptakan kemandirian dan keberdayaan masyarakat yang tidak memiliki kekuatan atau kendali atas potensi yang dimilikinya melalui kegiatan-kegiatan yang menunjang masyarakat untuk mengembangkan potensi dan kemampuannya.

Sebab itu pelaksanaan program Corporate Social Responsibility perlu menciptakan kemandirian dan peningkatan hidup masyarakat, sehingga dalam implementasi kegiatan program corporate social responsibility perlu menggunakan metode pemberdayaan dan pengembangan masyarakat. Hal ini dikarenakan dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, masyarakat perlu didorong, ditingkatkan kemampuan dan kapasitas mereka, serta perlu keterlibatan masyarakat yang aktif dan partisipatif untuk mencapai perubahan yang diinginkan melalui pemberdayaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, pelaksanaan program Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan dapat memiliki peranan penting dalam masyarakat di sekitar perusahaan apabila program yang dirancang dapat meningkatkan kapasitas, pengetahuan serta kesejahteraan masyarakat menjadi lebih baik. Oleh sebab itu maka perusahaan selaku pembuat program dan kebijakan atas pelaksanaan program corporate social responsibility diharapkan mampu untuk menyelenggarakan program-program corporate social responsibility yang memberdayakan masyarakat. Karena dalam pemberdayaan masyarakat, masyarakat didorong untuk terlibat aktif dan partisipatif dalam mengenali potensi dan masalah untuk mencapai tujuan yang lebih baik.

### References

- Azheri, Busyra. (2012). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kadarisman, M. (2012). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Najiati Sri, Agus Asmana, I Nyoman N. Suryadiputra. (2005). *Pemberdayaan Masyarakat di Lahan Gambut*. Bogor: Wetlands International -1P.
- Raharjo, ST. (2015). *CSR: Relasi Dinamis antara Perusahaan Multinasional Dengan Masyarakat Lokal*. Unpad Press.
- Sari, Milya dan Asmendri. (2020). *Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA, Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA* 6, no. 1: hlm. 43.-60.



- Sugiyono. (2014). *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharto, Edi. (2007). *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Refika Aditama.
- Suharto, Edi. (2014). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Untung, Budi. (2014). *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.