

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) DALAM MENINGKATKAN KINERJA LINGKUNGAN
PERUSAHAAN PT SOLUSI BANGUN INDONESIA DI TUBAN**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Ahmad Zukhruf Fathur Rahman

NIM: 20312341

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DALAM MENINGKATKAN KINERJA LINGKUNGAN PERUSAHAAN
PT SOLUSI BANGUN INDONESIA DI TUBAN**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana (Strata -1) Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: A Zukhruf Fathur Rahman

NIM: 20312341

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi ini. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 4 Juli 2025



(Ahmad Zukhruf Fathur Rahman)

HALAMAN PENGESAHAN
IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DALAM MENINGKATKAN KINERJA LINGKUNGAN PERUSAHAAN
PT SOLUSI BANGUN INDONESIA DI TUBAN

SKRIPSI

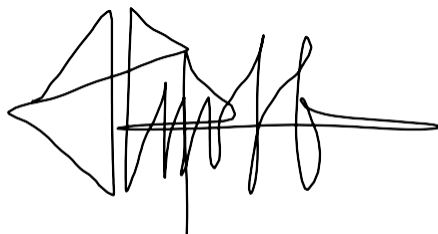
Oleh:

Nama: Ahmad Zukhruf Fathur Rahman

NIM: 20312341

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal. 13/07/2025

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and a long horizontal stroke at the end.

(Hendi Yogi Prabowo, S.E., M.For.Accy., Ph.D., CFrA, CAMS)

BERITA ACARA TUGAS AKHIR/SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Kinerja Lingkungan Perusahaan
PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban

Disusun oleh : A ZUKHRUF FATHUR RAHMAN

Nomor Mahasiswa : 20312341

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 05 Agustus 2025

Penguji/Pembimbing Skripsi : Hendi Yogi Prabowo, SE., M.ForAccy., CFra., Ph.D.

Penguji : Mahmudi, Dr., M.Si., CMA.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

Halaman MOTTO

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, setelah (Allah) memperbaikinya.”

(QS. Al-A’raf: 56)

“Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya...”

(QS. Hud: 61)

Rasulullah bersabda: “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.” (HR. Ahmad)

“Sesungguhnya manusia adalah khalifah di bumi; maka berbuat baiklah dengan melestarikan lingkungan, sebagai bentuk tanggung jawab dalam kesejahteraan sosial masyarakat dan spiritual.”

(QS. Al-Baqarah: 30)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayahnya-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta Salam penulis panjatkan kepada junjungan Nabi kita, Rasulullah Muhammad SAW. yang telah membawakan pencerahan kepada manusia dari zaman *jahiliyah* penuh dengan kegelapan menuju zaman terang benderang yang penuh dengan *Nur*-Nya.

Skripsi ini berjudul **“Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Kinerja Lingkungan Perusahaan (studi kasus Perusahaan PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban”**. disusun dan diajukan sebagai syarat kelulusan Sarjana (Strata-1) program studi Akuntansi, fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orang Tua, ibu tercinta Ida Fithroh dan ayah Anang Saputra yang sudah berjuang memenuhi berbagai kebutuhan penulis, mendidik dan memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D., selaku rektor Universitas Islam Indonesia periode 2022-2026.
3. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia periode 2022-2026
4. Bapak Prof. Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM., selaku ketua program studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Hendi Yogi Prabowo SE., M.For.Accy., Ph.D., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah meluangkan waktu, memberi nasehat, motivasi, kritik, saran, serta arahan yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, Pegawai, Staff Jurusan Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah mencurahkan waktu untuk membekali ilmu kepada penulis selama studi di Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Yunani Rizzal selaku GA&COMREL Manajer PT. Solusi Bangun Indonesia.
8. Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relation Coordinator dan pembimbing penelitian di PT. Solusi Bangun Indonesia.

9. Seluruh Bapak/Ibu karyawan PT. Solusi Bangun Indonesia khususnya department General Affrais yang telah membantu penulis selama proses penelitian.
10. Teman-teman angkatan 2020 yang telah memberikan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT. mencatat semua kebaikan bapak dan ibu sebagai amal jariah yang tidak terputus pahalanya, Amin.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan, kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA TUGAS AKHIR/SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Fokus Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika penulisan	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Umum Tentang Perusahaan dan Etika Bisnis	11
2.1.1 Pengertian Perusahaan	11
2.1.2 Unsur-Unsur Perusahaan.....	13
2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	15
2.2.1 Tanggung Jawab Sosial.....	16
2.2.2 Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	20
2.2.3 Prinsip - prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	21
2.2.4 Dasar Hukum <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	24

2.2.5 Komponen Corporate Social Responsibility (CSR)	26
2.2.6 Jenis-Jenis <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	27
2.2.7 Tujuan dan Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	30
2.2.8 Contoh Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Perusahaan	35
2.3 Indikator Keberhasilan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	39
2.4 Teori <i>Stakeholders</i>	41
2.5 Kesejahteraan Masyarakat	43
2.5.1 Indikator Kesejahteraan Masyarakat	44
2.6 Penelitian Terdahulu	46
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN	52
3.1 Pengenalan Bab	52
3.2 Jenis penelitian	52
3.3 Obyek Penelitian	54
3.4 Fokus Penelitian	54
3.5 Sumber dan Jenis Data.....	55
3.6 Sistematika Penelitian.....	56
3.7 Teknik Pengumpulan data.....	58
3.8 Analisis Data	58
3.8.1 <i>Coding</i>	59
3.8.2 <i>Analytical Maps</i>	61
3.8.3 <i>Framework Matrices</i>	61
3.9 Objektivitas dan Keabsahan Data.....	62
Bab IV	67
Hasil dan Pembahasan.....	67
4.1 Pengenalan Bab	67
4.2 Company Profile PT Solusi Bangun Indonesia.....	67
4.2.2 Visi dan Misi perusahaan	72
4.2.3 Nilai Budaya PT Solusi Bangun Indonesia	73
4.2.4 Produk dan layanan.....	74
4.2.5 Laporan Keuangan PT Solusi Bangun Indonesia	76

4.3 Mekanisme <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia.....	83
4.3.1 Acuan kebijakan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia	85
4.3.1.1 Kebijakan Iso 26000	85
4.3.1.2. Kebijakan BUMN	86
4.3.2 Pemetaan <i>Social Mapping</i>	87
4.3.2.1 Identifikasi Masalah Kelompok Rentan.....	88
4.3.2.2. Potensi Wilayah	89
4.3.3 Komunikasi dan informasi	90
4.3.3.1 Forum Konsultasi Masyarakat (FKM)	91
4.3.3.2 Komunikasi Formal dan Informal.....	92
4.3.4 Perencanaan Program	93
4.3.4.1 Rencana Strategi Jangka Panjang	94
4.3.5 Pelaksanaan program.....	95
4.3.5.1 Pilar Ekonomi	95
4.3.5.1.1 PEKKA & PERWIRA.....	95
4.3.5.1.2 Pendampingan Disabilitas	97
4.3.5.2 Pilar Sosial.....	98
4.3.5.2.1 EVE Program.....	98
4.3.5.2.2 Pelatihan Pengembangan Ilmu Pengetahuan	99
4.3.5.3 Pilar Lingkungan.....	100
4.3.5.3.1 Penanaman Pohon dan Penghijauan.....	100
4.3.5.3.2 Program AKSI SESAMA	101
4.3.6 Monitoring dan Evaluasi Program.....	103
4.4 Kekurangan dan Kendala.....	104
4.4.1 Program Program yang Kurang Efektif	105
4.4.2 Keterbatasan Anggaran	107
4.5 Saran dan Perbaikan	107
4.5.1 Menambah Jumlah Karyawan	108
4.5.2 Melakukan Diskusi Secara Terbuka	109

4.5.3 Bekerjasama dengan Pihak Lain.....	110
BAB V	112
KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1 Pengenalan Bab	112
5.2 Kesimpulan	112
5.3 Keterbatasan Penelitian	114
5.4 Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN - LAMPIRAN	121
Lampiran 1	122
Surat Izin Penelitian	122
Lampiran 2	123
Transkrip wawancara 1	123
Lampiran 3	130
Transkrip Wawancara 2.....	130
Lampiran 4	135
Transkrip Wawancara 3.....	135
Lampiran 5	144
Transkrip Wawancara 4.....	144
Lampiran 6	150
Transkrip Wawancara 5.....	150
Lampiran 7	153
Framework Matrix Rumusan masalah 1	153
Lampiran 8	176
Framework Matrix Rumusan masalah 2	176
Lampiran 9	180
Framework Matrix Rumusan masalah 3	180

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Laporan Pendapatan PT SBI	76
Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi PT SBI.....	78
Tabel 4. 3 Laporan Posisi Keuangan dan Konsolidasi PT SBI	79
Tabel 4. 4 Laporan Keuangan dan Konsolidasi PT SBI.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Filosofi Logo Perusahaan.....	68
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	70
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Group PT (SIG).....	71
Gambar 4. 4 Grafik Laporan Penghasilan PT Solusi Bangun Indonesia	76
Gambar 4. 5 Grafik Laporan Laba PT Solusi Bangun Indonesia	77
Gambar 4. 6 Grafik Laporan Posisi Keuangan dan Konsolidasi	79
Gambar 4. 7 Grafik Laporan Keuangan dan Konsolidasi	81
Gambar 4. 8 Mekanisme Pelaksanaan CSR	84
Gambar 4. 9 Kekurangan dan Kendala	105
Gambar 4. 10 Saran Dan Perbaikan	108

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Kinerja Lingkungan Perusahaan PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban" . Latar belakang penelitian ini menyoroti bahwa perusahaan, khususnya di sektor konstruksi bahan bangunan seperti PT Solusi Bangun Indonesia (SBI), tidak hanya harus berfokus pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memiliki komitmen untuk menciptakan nilai sosial dan nilai bersama bagi para pemangku kepentingan Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi mekanisme implementasi program CSR, menganalisis kendala dan kekurangan yang dihadapi perusahaan selama pelaksanaan, serta merumuskan saran perbaikan untuk mengoptimalkan program CSR Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data, yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan narasumber kunci dari divisi GA&Community Relations dan GA&Community manager PT Solusi Bangun Indonesia, yaitu Bapak Kusno Hartoyo, dan Bapak Yunani Rizzal. Selain itu, analisis dokumen, termasuk laporan tahunan CSR, juga digunakan untuk memperkaya data . Data yang terkumpul dianalisis menggunakan perangkat lunak NVivo 12 untuk mengidentifikasi pola dan membangun wawasan teoretis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Solusi Bangun Indonesia mengimplementasikan program CSR berdasarkan pedoman ISO 26000 dan Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/04/2021. Mekanisme implementasi meliputi pemetaan sosial yang komprehensif untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat, komunikasi formal dan informal melalui Forum Konsultasi Masyarakat (FKM), perencanaan program yang terstruktur, serta pelaksanaan program di tiga pilar utama: pemberdayaan ekonomi (PEKKA & PERWIRA untuk perempuan dan disabilitas), lingkungan (penanaman pohon dan AKSI SESAMA untuk pengelolaan sampah), dan sosial (EVE untuk pendidikan vokasi). Monitoring dan evaluasi rutin, termasuk survei kepuasan masyarakat, dilakukan untuk mengukur dampak program. Meskipun demikian, tantangan seperti keterbatasan anggaran, sumber daya manusia yang terbatas, dan perbedaan kepentingan masyarakat masih menjadi kendala. Rekomendasi yang diajukan meliputi penambahan staf CSR , dialog terbuka dengan masyarakat, dan kolaborasi dengan pihak eksternal seperti pemerintah daerah dan universitas untuk meningkatkan efektivitas program dan memperluas dampak sosial .

Kata Kunci: Strategi implementasi, Corporate Social responsibility

ABSTRACT

This study is entitled "Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in Improving Environmental Performance of PT Solusi Bangun Indonesia Company in Tuban". The background of this study highlights that companies, especially in the building materials construction sector such as PT Solusi Bangun Indonesia (SBI), must not only focus on economic growth, but also have a commitment to creating social value and shared value for stakeholders. The main objectives of this study are to identify the mechanism of CSR program implementation, analyze the obstacles and shortcomings faced by the company during implementation, and formulate suggestions for improvement to optimize the CSR program. This study uses a qualitative approach with a case study method. The researcher acts as the main instrument in data collection, which is conducted through in-depth interviews with key informants from the GA & Community Relations division and GA & Community managers of PT Solusi Bangun Indonesia, namely Mr. Kusno Hartoyo, and Mr. Yunani Rizzal. In addition, document analysis, including the CSR annual report, is also used to enrich the data. The collected data is analyzed using NVivo 12 software to identify patterns and build theoretical insights. The results of the study show that PT Solusi Bangun Indonesia implements CSR programs based on ISO 26000 guidelines and the Regulation BUMN No. PER-05/MBU/04/2021. The implementation mechanism includes comprehensive social mapping to identify community needs, formal and informal communication through the Community Consultation Forum (FKM), structured program planning, and program implementation in three main pillars: economic empowerment (PEKKA & PERWIRA for women and disabilities), environment (tree planting and AKSI SESAMA for waste management), and social (EVE for vocational education). Routine monitoring and evaluation, including community satisfaction surveys, are carried out to measure the impact of the program. However, challenges such as budget constraints, limited human resources, and differences in community interests are still obstacles. Recommendations submitted include adding CSR staff, open dialogue with the community, and collaboration with external parties such as local governments and universities to increase program effectiveness and expand social impact.

Keywords: Implementation strategy, Corporate Social responsibility

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa dekade terakhir, perhatian terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin meningkat, baik di kalangan akademisi, praktisi bisnis, maupun pemerintah. Hal ini disebabkan oleh perubahan paradigma dalam dunia bisnis yang tidak lagi hanya berfokus pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan oleh aktivitas perusahaan. Di tengah meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan, perusahaan dituntut untuk lebih bertanggung jawab terhadap berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, karyawan, konsumen, dan lingkungan (Daud et al., 2024).

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi isu penting dalam dunia bisnis terutama terkait dengan dampak yang ditimbulkan seperti masalah lingkungan, menurunnya kualitas kehidupan dan berbagai aspek lainnya. Hal tersebut dapat terjadi karena kurangnya kesadaran dan sikap acuh pada lingkungan sekitar serta tidak mempertimbangkan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Dalam konteks bisnis, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan terhadap stakeholder-nya, seperti peningkatan kualitas hidup, perbaikan ekonomi, perbaikan lingkungan dan sebagainya. *Stakeholder* yang dimaksud adalah para pekerja, pelanggan, keluarga, termasuk masyarakat serta lingkungan (Poerwanto, 2010: 18).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan) sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan yang berada di area perusahaan. Secara teoritis, *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan hukum terhadap pemegang sahamnya tetapi juga terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan. Semua itu tidak lepas dari kenyataan bahwa suatu bisnis tidak dapat eksis, beroperasi, bertahan dan menghasilkan keuntungan tanpa bantuan banyak pihak. *Corporate Social Responsibility (CSR)* mewakili kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak lain (stakeholder) di samping kepentingan perusahaan itu sendiri. *Responsibility Corporate Social (CSR)* mengacu pada seluruh hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan, karyawan, komunitas, investor, pemerintah daerah setempat, pemasoknya serta para pesaingnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi topik yang semakin penting dalam dunia bisnis, terutama dalam konteks perusahaan yang beroperasi di sektor konstruksi bahan bangunan. Di Indonesia, *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak hanya dipandang sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. PT Solusi Bangun Indonesia, sebagai salah satu perusahaan terkemuka di sektor manufacturing pengolahan sumberdaya alam, memiliki tanggung jawab untuk menerapkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang efektif untuk meningkatkan reputasi,

kinerja keuangan, dan hubungan dengan pemangku kepentingan (Ali et al., 2017; Somarathna et al., 2020)

Persaingan perusahaan jaman sekarang bukan hanya untuk produk, tetapi juga untuk memperoleh nilai positif dari konsumen, hal ini dapat dicapai apabila perusahaan dapat menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar untuk keberlangsungan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dimaksud berkaitan dengan tanggung jawab sosial, kesejahteraan sosial, pengelolaan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, industri dan dunia usaha mempunyai peranan penting dalam mendorong perekonomian masyarakat yang sehat dan sejahtera dengan memperhatikan faktor lingkungan.

Melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan tidak hanya mengedepankan tujuan untuk mencapai keuntungan setinggi-tingginya (secara finansial), namun juga mencakup aspek sosial dan lingkungan. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang dikenal sejak tahun 1970-an merupakan serangkaian kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan pemangku kepentingan, nilai-nilai, kepatuhan terhadap peraturan hukum, penghormatan terhadap komunitas, lingkungan, dan komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan (Santoso, 2016).

Peraturan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia telah diatur dalam UU nomor 40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas (PT) diungkapkan sebagai berikut “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA) wajib

melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Sesuai dengan undang-undang tersebut, perusahaan manufaktur merupakan salah satu perusahaan yang melakukan kegiatan dan operasionalnya menggunakan Sumber Daya Alam (SDA) yang berdampak secara langsung terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Maka pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat diperlukan, terutama terkait dengan dampak negatif yang terjadi selama proses pemanfaatandan pengolahan sumber daya alam yang ada. Pelaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan memberikan dampak positif bagi stakeholders, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan sekitar, sehingga dapat dijadikan bukti bahwa perusahaan peduli dan bertanggung jawab terhadap semua pihak terkait yang dituangkan dalam bentuk laporan perusahaan. Hal ini sesuai dengan UU nomor 40 tahun 2007 pasal 66 ayat 2c yang menyebutkan bahwa “Perseroan Terbatas (PT) wajib melaporkan pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam laporan tahunan”.

Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) cenderung memiliki kinerja yang lebih baik, baik dari segi finansial maupun non-finansial (Khaskheli et al., 2020; Wentzel et al., 2022). Dalam dunia industri yang sering kali mendapat kritikan karena dampak negatifnya terhadap lingkungan dan masyarakat, penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat membantu perusahaan untuk memperbaiki citra dan membangun kepercayaan dengan komunitas lokal (Su, 2023;Alotaibi et al., 2017) Hal ini sangat relevan dengan PT Solusi Bangun Indonesia, yang beroperasi di sektor yang memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan dan masyarakat.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pemangku kepentingan dan menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan. Mundakir menekankan bahwa kepuasan pemangku kepentingan merupakan kunci untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Mundakir, 2018). Oleh karena itu, perusahaan perlu terus berinovasi dan beradaptasi dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat.

Berkaitan dengan penjelasan di atas, penulis mengambil penelitian di PT Solusi Bangun Indonesia (PT. SBI), yang merupakan perusahaan manufacturing yang mengolah sumber daya alam untuk dijadikan produk semen dibawah naungan PT Semen Indonesi Group (PT. SIG) di kabupaten Tuban propinsi Jawa Timur. Penelitian ini menitik beratkan pada sektor sosial, ekonomi dan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini bisa diterapkan dan dapat berdampak bagi masyarakat dan lingkungan yang ada di sekitar perusahaan. Dalam konteks inilah penulis tertarik mengambil judul penelitian:

“Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Meningkatkan Kinerja perusahaan Perusahaan PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban ?

Dalam rumusan masalah ini peneliti mengidentifikasi mekanisme pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik mengacu pada visi misi perusahaan dengan menerapkan kebijakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan ISO 26000 serta mengidentifikasi masalah dan potensi wilayah, perencanaan dan pelaksanaan program secara terstruktur, memonitoring dan mengevaluasi program, sehingga dengan adanya imlementasi tersebut perusahaan mampu menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik dan terstruktur

2. Apa saja kendala dan kekurangan yang dihadapi PT Solusi Bangun Indonesia dalam pelaksanaan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Tuban?

Dalam rumusan masalah ini peneliti mengidentifikasi kekurangan dan kendala yang dihadapi PT Solusi Bangun Indonesia dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu, tidak bisa menambah program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR), hal tersebut disebabkan karena keterbatasan *budget* (anggaran biaya) dari perusahaan. Pelaksanaan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang kurang efektif, hal ini disebabkan oleh jumlah tenaga kerja yang terbatas dan banyak kepentingan yang berbeda beda dari masyarakat

3. Apa yang dapat di tingkatkan terkait dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban?

Dalam rumusan masalah ini peneliti sudah mampu memberikan saran perbaikan terhadap kendala yang terjadi pada saat pengimplementasian strategi. Saran yang diberikan oleh peneliti berupa penambahan jumlah tenaga kerja, melakukan diskusi secara terbuka dengan masyarakat dan bekerjasama dengan pihak lain untuk membantu pendanaan program

1.3 Fokus Penelitian

Dalam Memperoleh hasil yang dapat memberikan solusi untuk menjawab pertanyaan masalah yang telah diajukan dan sejalan dengan tujuan penelitian, penulis telah menetapkan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Tempat Penelitian: PT Solusi Bangun Indonesia Jl. Raya Glondonggede - Kerek Km.3 Desa Merkawang, Kecamatan Tambakboyo Tuban 62353
2. Waktu Penelitian: 1 – 30 Juli 2024
3. Aspek Penelitian: Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Meningkatkan Kinerja lingkungan perusahaan Perusahaan PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban
4. Objek Penelitian: Objek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui mekanisme pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban.
2. Mengetahui kendala dan kekurangan yang dihadapi PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Mengetahui hal-hal yang dapat di tingkatkan terkait dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan nilai lebih bagi berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan rujukan untuk perbaikan masalah dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), agar dalam pelaksanaannya bisa lebih baik dan bermanfaat bagi masyarakat

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan dan wawasan mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan kinerja lingkungan perusahaan

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Data-data hasil penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya yang mengambil tema mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.6 Sistematika penulisan

BAB 1 Pendahuluan

Bagian awal dari skripsi ini memberikan gambaran umum tentang penulisan yang akan dilakukan. Dalam bagian ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, fokus penulisan, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Pustaka

Bab ini memaparkan teori-teori yang relevan dengan penulisan serta studi empiris yang telah dilakukan sebelumnya terkait dengan topik yang sedang diteliti. Teori-teori tersebut digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan penulisan

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan rencana kegiatan terkait pelaksanaan penulisan. Di dalamnya dibahas mengenai jenis penulisan, fokus penulisan, sistematika penulisan, sumber dan jenis data, objek penulisan, teknik pengumpulan data, metode untuk menguji keabsahan data, serta teknik analisis data yang akan digunakan..

BAB IV Data dan Pembahasan

Bab ini berisi analisis mengenai tata kelola implementasi, mekanisme pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Solusi Bangun Indonesia di Tuban. Peneliti juga memaparkan kendala dan tantangan yang dihadapi beserta perbaikan yang dilakukan dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini adalah bagian penutup skripsi yang mencakup kesimpulan dari hasil penulisan, keterbatasan yang ditemui selama penulisan, serta saran untuk penelitian di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Perusahaan dan Etika Bisnis

Perusahaan adalah tempat memproduksi barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat luas. Terdapat jenis-jenis perusahaan di Indonesia. Dilansir dari buku Hukum Perusaaan oleh Handri Raharjo, mulanya istilah perusahaan disebut sebagai pedagang. Namun, seiring dihapusnya Pasal 2 sampai Pasal 5 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, istilah pedagang dihapus dan diganti dengan perusahaan. Perusahaan berfungsi untuk menggerakkan perekonomian suatu negara. Pasalnya, perusahaan menyerap tenaga kerja untuk memproduksi suatu barang atau jasa agar bisa dijual ke masyarakat.

2.1.1 Pengertian Perusahaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perusahaan adalah kegiatan yang diselenggarakan dengan peralatan atau dengan cara teratur dengan tujuan mencari keuntungan. Perusahaan juga didefinisikan sebagai organisasi berbadan hukum yang mengadakan transaksi atau usaha.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997, pengertian perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus untuk memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perseorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan di wilayah Indonesia.

Sementara berdasarkan UU Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, pengertian perusahaan adalah badan usaha yang didirikan dan beroperasi di wilayah Negara kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Berdasarkan pengertian perusahaan di atas, sesuatu dapat disebut sebagai perusahaan apabila memenuhi unsur-unsur berikut:

- a. Adanya kegiatan produksi yang bersifat tetap dan berlangsung terus-menerus.
- b. Dijalankan secara terang-terangan.
- c. Diadakan pembukuan untuk transparansi keuangan dan pemungutan pajak.
Bertujuan mencari laba atau keuntungan.
- d. Ada bentuk usaha yang jelas seperti siapa pemilik perusahaan dan berbadan hukum atau tidak.

Perusahaan adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya (UU Nomor 40 tahun 2007 tentang PT).

Dengan demikian, pengertian perusahaan adalah badan hukum yang dibentuk untuk menjalankan bisnis komersial ataupun bisnis. Tujuan perusahaan adalah memanfaatkan sumber daya manusia dan alam untuk memproduksi suatu barang atau jasa yang bermutu tinggi agar bisa menciptakan keuntungan sebanyak-banyaknya.

2.1.2 Unsur-Unsur Perusahaan

Berdasarkan definisi-definisi tentang perusahaan yang telah dikemukakan di atas, Abdulkadir (2002:10-12) menyebutkan bahwa yang menjadi unsur-unsur dalam perusahaan yaitu:

a. Badan usaha

Badan usaha yang menjalankan kegiatan perekonomian itu mempunyai bentuk hukum tertentu, seperti Perusahaan Dagang (PD), Firma (Fa), Persekutuan Komanditer (CV), Perseroan Terbatas (PT), Perusahaan Umum (Perum), Perusahaan Perseroan (Persero) dan Koperasi. Hal ini dapat diketahui melalui akta pendirian perusahaan yang dibuat di muka notaris, kecuali koperasi yang akta pendiriannya dibuat oleh para pendiri dan disahkan oleh pejabat koperasi.

b. Kegiatan dalam bidang perekonomian

Menurut Abdulkadir (2007:47) kegiatan ini meliputi bidang perindustrian, perdagangan, perjasaaan, pembiayaan yang dapat dirinci sebagai berikut:

- 1) Perindustrian meliputi kegiatan, antara lain eksplorasi dan pengeboran minyak, penangkapan ikan, usaha perkayuan, barang kerajinan, makanan dalam kaleng, obat-obatan, kendaraan bermotor, rekaman dan perfilman, serta percetakan dan penerbitan.
- 2) Perdagangan meliputi kegiatan, antara lain jual beli, ekspor impor, bursa efek, restoran, toko swalayan, valuta asing, dan sewa menyewa.
- 3) Perjasaaan meliputi kegiatan, antara lain transportasi, perbankan, perbengkelan, jahit busana, konsultasi, dan kecantikan.

4) Terus-menerus

Kegiatan dalam bidang perekonomian itu dilakukan secara terus menerus, artinya sebagai mata pencaharian, tidak insidental, dan bukan pekerjaan sambilan.

5) Bersifat tetap

Bersifat tetap artinya kegiatan itu tidak berubah atau berganti dalam waktu singkat, tetapi untuk jangka waktu yang lama. Jangka waktu tersebut ditentukan dalam akta pendirian perusahaan atau surat izin usaha, misalnya 5 (lima) tahun, 10 (sepuluh) tahun, atau 20 (dua puluh) tahun.

6) Terang-terangan

Terang-terangan artinya ditujukan kepada dan diketahui oleh umum, bebas berhubungan dengan pihak lain, diakui dan dibenarkan oleh pemerintah berdasarkan undang-undang. Bentuk terang-terangan ini dapat diketahui dari akta pendirian perusahaan, nama dan merek perusahaan, surat izin usaha, surat izin tempat usaha, dan akta pendaftaran perusahaan.

Perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sebagaimana diatur dalam Pasal 74 UU Perseroan Terbatas (UU PT). Kewajiban ini berlaku untuk semua jenis perusahaan, baik Perseroan Terbatas, Perusahaan Umum, maupun perusahaan Perseroan Terbuka.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah konsep di mana perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan di sekitar.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Pasal 2 menyebutkan setiap perseroan subjek hukum wajib melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Masih dalam aturan yang sama, Pasal 7 menyebutkan apabila perseroan berbadan hukum tersebut tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya, maka dikenakan sanksi berdasarkan peraturan perundang-undangan.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dirancang sebagai upaya perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan sosial dan lingkungan melalui berbagai program yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Konsep ini mencakup berbagai bentuk kegiatan, seperti donasi, pelestarian lingkungan, pendidikan, kesehatan, dan pengembangan komunitas. Sumber dana untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berasal dari Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) masing-masing perusahaan.

PP Nomor 47 Tahun 2012 menyebutkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan berdasarkan persetujuan Dewan Komisaris atau

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Besaran anggarannya berdasarkan anggaran dasar Perseroan.

Dalam proses perhitungan rancangan anggarannya, perusahaan harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Peraturan perundangan tidak mengatur secara spesifik berapa persentasenya

2.1.3 Tanggung Jawab Sosial

Palmer (2012) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai “tindakan yang mendorong kegiatan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan apa yang disyaratkan oleh hukum. Untuk memahami definisi ini membutuhkan pengakuan bahwa kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tindakan yang melampaui kepatuhan hukum menjadi hal yang positif berdampak pada masyarakat (komunitas, lingkungan, karyawan, dan lain-lain). Program tanggung jawab sosial perusahaan termasuk tindakan untuk memperbaiki lingkungan, masyarakat, dan kehidupan semua pemangku kepentingan dari sebuah organisasi. Lanis dan Richardson (2012) berpendapat bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan faktor kunci kesuksesan dan kelangsungan hidup perusahaan. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadikan perusahaan memiliki citra yang baik di mata masyarakat sehingga dapat membangun hubungan dan menciptakan reputasi yang baik di pasar saham.

Menurut Aras dan Crother, 2008 dalam (Jackson dan Jackson, 2017: 105-118) mengatakan bahwa ada 3 prinsip utama *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu:

a. *Sustainability*

Prinsip ini berkaitan dengan dampak sebuah tindakan yang diambil pada masa sekarang dapat memiliki beberapa kemungkinan ketersediaan di sumber daya di masa depan. Apakah cukup atau tidak sumber daya tersebut di masa depan. Hal ini menjadi perhatian penting bagi sumber daya yang mempunyai jumlah terbatas.

b. Akuntabilitas

Akuntabilitas berkaitan dengan pengakuan perusahaan dalam melakukan tindakan yang mempengaruhi lingkungan sekitar perusahaan dan karena pengakuan tersebut perusahaan berasumsi untuk bertanggung jawab pada tindakan yang dilakukan. Prinsip ini berdampak pada perhitungan dari tindakan yang akan diambil perusahaan baik internal organisasi maupun eksternal.

c. Transparansi

Transparansi merupakan prinsip dasar mekanisme pelaporan perusahaan, pelaporan yang diungkapkan, diharapkan setiap kegiatan yang dilakukan dipastikan akan dilaporkan secara fakta yang ada dan tidak disembunyikan dalam laporan tersebut.

Banyak perusahaan yang berkomitmen terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), karena perusahaan yang terlibat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjaga kualitas hubungan dengan investor sehingga perusahaan akan berusaha untuk tidak mempraktikkan manajemen laba. Gras-Gil et al. (2016) penekanan terhadap transparansi akan mendorong

manajemen untuk menyajikan laporan yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya terhadap kondisi perusahaan.

Pedoman Tanggung Jawab Sosial ISO 26000-2010. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab organisasi atas dampak pengambilan keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal itu diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis, sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan sosial, sesuai dengan hukum dan standar internasional yang ditetapkan. Kode etik dan integrasi dengan seluruh organisasi (lampungprov.go.id, 2013).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bagian dari komitmen suatu perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan sesuai dengan etika berbisnis. Etika bisnis yang dimaksudkan suatu perusahaan aspek lingkungan di sekitarnya. Komitmen yang dimiliki perusahaan terhadap kewajiban yang dimiliki. Kewajiban perusahaan salah satunya ialah mengutamakan kepentingan stakeholder perusahaan (Budiasni dan Darma, 2020).

Dalam konteks tersebut, prinsip dan nilai yang mendasari cara perusahaan menjalankan usahanya dengan mempertimbangkan aspek sosial, lingkungan, dan kepentingan berbagai pihak terkait (*stakeholder*). Etika bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan semata, tetapi juga tentang bagaimana perusahaan memenuhi kewajibannya terhadap lingkungan sekitar, masyarakat, dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan langsung terhadap operasional perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, dan pemegang saham.

Komitmen perusahaan terhadap kewajiban ini mencakup tanggung jawab untuk:

a. Mengutamakan Kepentingan *Stakeholder*

Perusahaan diharapkan tidak hanya fokus pada kepentingan pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memperhatikan kebutuhan dan hak-hak *stakeholder* lainnya. *Stakeholder* ini bisa berupa karyawan, konsumen, masyarakat sekitar, dan bahkan lingkungan hidup. Kepentingan *stakeholder* ini harus seimbang, dan perusahaan diharapkan untuk menjalankan bisnisnya dengan cara yang tidak merugikan pihak lain.

b. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Sebagai bagian dari kewajiban perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, perusahaan harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari setiap keputusan yang diambil. Ini bisa mencakup pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan, mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan berkontribusi positif terhadap masyarakat setempat melalui program-program *Corporate Social Responsibility (CSR)*

c. Prinsip Transparansi dan Keadilan

Perusahaan yang mengutamakan etika bisnis juga harus menjunjung tinggi transparansi dalam pengambilan keputusan dan keadilan dalam perlakuannya terhadap berbagai pihak. Ini termasuk memperlakukan karyawan dengan adil, memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada konsumen, serta tidak terlibat dalam praktik-praktik bisnis yang merugikan pihak lain (seperti korupsi atau penipuan).

Etika bisnis ini penting untuk membangun citra perusahaan yang baik, meningkatkan kepercayaan *stakeholder*, serta menciptakan keberlanjutan jangka panjang dalam operasi bisnis. Sebagai contoh, perusahaan yang memperhatikan isu-isu sosial dan lingkungan sering kali lebih dihargai oleh konsumen yang peduli dengan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, sehingga dapat membangun loyalitas dan reputasi yang positif di pasar.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau yang dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Pada akhirnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lagi dipandang semata-mata tanggung jawab moral perusahaan, tetapi merupakan bagian dari strategi perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Menurut Baron (2006) ada dua hal saling terkait yang mendasari perusahaan melakukan strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan meningkatkan kualitas lingkungan masyarakat di tempat perusahaan beroperasi yang pada akhirnya akan mendukung keberlanjutan hidup perusahaan

2.1.4 Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Suharto (2007), menjelaskan konseptual tanggung jawab social perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang digagaskan oleh Archie B. Carroll memiliki tiga pilar yang dikenal sebagai *triple bottom lines* sebagai berikut:

- a. Profit. Perusahaan harus tetap didorong oleh pencarian manfaat ekonomi untuk melanjutkan pekerjaan dan tumbuh

- b. People. Perusahaan perlu peduli pada kebahagiaan masyarakat, beberapa perusahaan mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR), misalnya dengan menawarkan beasiswa kepada siswa di perusahaan, anggota mendirikan lembaga pendidikan dan kesehatan, meningkatkan kapasitas ekonomi lokal, bahkan memiliki perusahaan yang merancang berbagai perlindungan program sosial untuk penduduk
- c. Planet. Perusahaan peduli terhadap lingkungan dan keanekaragaman hayati yang berkelanjutan. Beberapa program tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan prinsip ini seringkali berupa penghijauan lingkungan, penyediaan air bersih, perbaikan rumah, dan pengembangan pariwisata (ekowisata).

Konsep piramida *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikembangkan oleh Archie B. Carroll memberikan teori dan alasan mengapa perusahaan membutuhkan pengenalan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi masyarakat sekitar. Menurut Carroll, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah puncak piramida, yang berkaitan erat, bahkan identik dengan tanggung jawab amal.

2.1.5 Prinsip - prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Wibisono (2007) menjelaskan acuan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat merujuk pada prinsip-prinsip dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikemukakan oleh Alyson Warhurst, pakar *Corporate Social Responsibility* (CSR) di University of Bath di Inggris. Pada tahun 1998,

beliau memaparkan 16 prinsip yang harus diperhatikan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

a. Prioritas perusahaan.

Perusahaan harus menganggap tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi dan penentu utama pembangunan berkelanjutan. Sehingga perusahaan dapat merumuskan kebijakan, rencana dan praktik untuk menjalankan kegiatan bisnis secara bertanggung jawab secara sosial

b. Manajemen terpadu.

Manajer sebagai pengendali dan pengambil keputusan harus mampu mengintegrasikan setiap kebijakan dan rencana ke dalam aktivitas bisnisnya sebagai elemen fungsi manajemen.

c. Proses perbaikan.

Semua kebijakan, program, dan kinerja sosial harus terus dinilai berdasarkan temuan terbaru, memahami kebutuhan sosial, dan menerapkan standar sosial tersebut secara global.

d. Pendidikan karyawan.

Karyawan sebagai pemangku kepentingan utama perlu meningkatkan keterampilan dan keahliannya, sehingga perusahaan perlu memotivasi karyawannya melalui program pendidikan dan pelatihan.

e. Pengkajian.

Apa yang dilakukan perusahaan sebelumnya, kegiatan harus terlebih dahulu melakukan penelitian dampak sosial yang akan ditimbulkan. Aktivitas ini

dijalankan tidak hanya saat aktivitas dimulai, tetapi juga sebelum aktivitas dihentikan atau ditutup.

f. Produk dan layanan.

Sebuah perusahaan harus selalu mengembangkan produk dan layanan yang tidak memiliki efek sosial negatif.

g. Informasi

Informasi yang dapat diakses secara umum. Memberikan informasi dan, jika perlu, mendidik konsumen, pengecer, dan masyarakat umum tentang penggunaan, penyimpanan, dan pembuangan suatu produk/layanan.

h. Fasilitas dan operasi.

Pengembangan, desain dan pengoperasian fasilitas dan pelaksanaan kegiatan, dengan mempertimbangkan pengetahuan tentang dampak sosial dari kegiatan perusahaan.

i. Penelitian.

Melakukan atau mendukung dampak sosial dari penggunaan bahan baku, produk, proses, emisi dan limbah yang dihasilkan sehubungan dengan kegiatan bisnis kami. Penyelidikan itu sendiri dilakukan untuk mengurangi atau menghilangkan dampak buruk dari kegiatan tersebut.

j. Prinsip pencegahan.

Memodifikasi pembuatan, pemasaran, dan/atau penggunaan barang dan jasa agar sesuai dengan temuan terbaru. Kegiatan ini dilakukan sebagai inisiatif untuk mencegah dampak buruk bagi masyarakat.

k. Berikan donasi.

Donasi ini ditujukan untuk mengembangkan usaha patungan, kebijakan publik, bisnis, pemerintah, antar sektor dan lembaga pendidikan yang membantu meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial.

l. Keterbukaan (*disclosure*).

Menumbuhkan budaya keterbukaan dan dialog di lingkungan perusahaan dan berkomunikasi dengan publik. Selain itu, perusahaan harus mampu memprediksi dan merespon potensi risiko yang mungkin timbul, serta dampak negatif dari operasi, produk, pemborosan, dan layanan.

Hasil dan laporan. Menilai hasil kinerja sosial, secara berkala melakukan audit sosial dan meninjau hasil sesuai dengan standar perusahaan dan peraturan perundangundangan, dan mengkomunikasikan informasi ini kepada dewan direksi, pemegang saham, karyawan, dan publik.

2.1.6 Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007

Tanggung jawab lingkungan dan sosial merupakan materi baru yang diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas. Adanya undang-undang ini sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan kondisi masyarakat sekitar tempat usaha perusahaan. Undang – Undang ini bertujuan untuk menjalin hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Berikut pasal-pasal berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007:

- 1) Pasal 1 angka 3 UUPT menjabarkan tentang definisi tanggung jawab sosial lingkungan, yang berbunyi:

“Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

- 2) Pasal 774 UUPT yang berbunyi: (1) Perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dikatakan berkaitan dengan dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 merupakan tanggung jawab perusahaan. kewajiban, karena pengeluaran Perusahaan dianggarkan dan diperhitungkan, serta dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan Hal ini ditentukan oleh perintah.

- b. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012)

Dalam pasal 4 PP 47/2012, dikatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sesuai dengan anggaran dasar perseroan. Rencana kerja tahunan perseroan tersebut memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial lingkungan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipertanggung jawabkan kepada RUPS (pasal 6 PP 47/2012).

2.1.7 Komponen Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Wibisono (2007), tanggung jawab sosial perusahaan/ *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki tujuh komponen utama, antara lain sebagai berikut:

a. Perlindungan lingkungan

Perlindungan lingkungan dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk kontrol sosial yang berfokus pada pembangunan berkelanjutan.

b. Perlindungan dan Keamanan Karyawan

Kesejahteraan karyawan merupakan hal yang mutlak dan telah menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk menghormati karyawan.

c. Interaksi dan partisipasi antara perusahaan dan masyarakat

Peran masyarakat dalam menentukan kebijakan perusahaan sangat penting, sehingga masyarakat sekitar harus menjaga koordinasi untuk mencapai sinergi.

d. Pemimpin dan pemilik saham

Pemilik saham merupakan pihak yang paling berkepentingan dalam merealisasikan keuntungan perusahaan.

e. Penanganan produk dan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting, jadi jika pelanggan puas, mereka akan mengulangi pesanan dan mendapatkan lebih banyak keuntungan.

f. Pemasok

Pemasok adalah pihak yang mengendalikan jaringan distribusi. Hubungan pemasok yang baik menguntungkan bisnis

g. Komunikasi dan pelaporan

Berkomunikasi dan terbuka terhadap laporan yang tercermin dalam sistem informasi yang mendukung pengambilan keputusan. Pemangku kepentingan wajib mengungkapkan informasi penting dan relevan.

2.1.8 Jenis-Jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Suharto (2012) *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki 4 jenis yaitu sebagai berikut:

a. Tanggung jawab sosial perusahaan di bidang pendidikan

Perusahaan tidak bisa mengabaikan pendidikan sebagai salah satu pilar pembangunan nasional ketika memperkenalkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Oleh karena itu, tidak heran jika pendidikan merupakan bidang yang tidak boleh diabaikan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan di setiap perusahaan.

b. Tanggung jawab sosial perusahaan di bidang kesehatan

Meningkatkan kesehatan masyarakat merupakan salah satu tujuan perusahaan. Oleh karena itu, program tanggung jawab sosial perusahaan tidak boleh berangkat dari program industri kesehatan, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan dan apa yang seharusnya ada di wilayah tersebut.

c. Tanggung jawab sosial perusahaan di bidang ekonomi

Meningkatkan taraf hidup masyarakat di sektor ekonomi merupakan tujuan penting bagi setiap pemegang polis tanggung jawab sosial perusahaan. Pendapatan ekonomi dapat ditingkatkan melalui pengembangan lembaga keuangan mikro dan dukungan modal untuk usaha kecil dan menengah.

d. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di bidang Lingkungan

Lingkungan yang baik menjadi harapan semua pihak. Akhir-akhir ini dunia dilanda pemanasan global yang mengancam kehidupan manusia. Dalam hal ini, aktivitas industri perusahaan dituding sebagai penyebab utama pemanasan global. Banyaknya permintaan dari masyarakat, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan organisasi internasional memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan masalah lingkungan, yang memperkuat argumen bahwa tanggung jawab lingkungan sangat penting dalam proses bisnis perusahaan.

Jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan jurnal Fungsi dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat, di antaranya:

a. *Community Relations*

Merupakan jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berfokus pada perbaikan kesepahaman antara perusahaan dan masyarakat. Kegiatannya dalam bentuk relasi, komunikasi dan informasi yang dibutuhkan masyarakat terkait aktivitas bisnis perusahaan.

Contoh pelaksanaan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat seperti *charity* atau pemberian barang secara langsung.

b. *Community Services*

Sedangkan jenis *Community Services* adalah jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berfokus pada pelayanan kemasyarakatan dari perusahaan. Tujuan kegiatannya untuk mencukupi kebutuhan di masyarakat, yang meliputi kegiatan pendidikan, kesehatan dan keagamaan. Perusahaan menawarkan solusi atas persoalan yang terjadi di tengah masyarakat melalui program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan.

c. *Community Empowering*

Merupakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berfokus pada peningkatan kualitas dan taraf hidup masyarakat agar menjadi lebih baik. Perusahaan memberikan akses yang lebih luas sebagai penunjang masyarakat untuk hidup secara mandiri dalam meningkatkan taraf hidupnya.

2.1.9 Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tujuan utama *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat, serta memastikan bahwa perusahaan memberikan dampak positif terhadap lingkungan. Selain itu, ada berbagai tujuan lain mengapa aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) penting untuk perusahaan, di antaranya:

a. Meningkatkan Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan keseluruhan dari estimasi perusahaan yang dipegang oleh konstitusinya. Reputasi perusahaan memberikan gambaran hasil dari baik buruknya perusahaan serta hasil keefektifan atau tindakan emosional, melihat sisi kuat lemahnya perusahaan terhadap pandangan dari perspektif karyawan, investor, konsumen, serta masyarakat publik (Fombrun *et al.*, 2015). Pengolahan informasi yang baik yang dilakukan oleh perusahaan berdampak terhadap reputasi perusahaan yang tergambar secara jelas dan keseluruhan sehingga dapat memberikan kesan tersendiri dari golongan tertentu terhadap perusahaan Alvesson (1990). Ide atau gagasan perusahaan yang dapat diterima oleh publik dapat menjadikan acuan bagaimana perusahaan itu dikenal dan bagaimana perusahaan itu dipandang oleh masyarakat publik terkait dengan kondisi perusahaan, sehingga memberikan citra yang positif terhadap perusahaan tersebut (Wicaksono, 2020). Teori studi organisasi, seperti teori kelembagaan dan teori pemangku kepentingan memandang reputasi sebagai fokus

Bila melihat dari segi perusahaan, sebenarnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa menjadi strategi untuk meningkatkan *brand image* positif bagi perusahaan di mata masyarakat. Saat hal tersebut terjadi, maka masyarakat tak segan menggunakan produknya. Dengan menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan dapat meningkatkan citra positif di mata konsumen, mitra bisnis, dan pemerintah. Beberapa kelompok atau masyarakat memiliki pandangan etis tentang reputasi, mereka melihatnya sebagai ekspresi ideologi dan nilai perusahaan. Menurut pandangan ini, penting bahwa strategi reputasi mencerminkan apa yang diharapkan konstituen dari perusahaan, dan bahwa pemangku kepentingan ini dilibatkan dalam proses pembangunan strategi Gilbert (2005) Dalam hal ini, strategi perusahaan harus menjadi pernyataan prinsip etika tentang manusia yang bergaul untuk mengejar ambisi yang layak. Pendekatan ini sangat menarik ketika menyelidiki hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan.

b. Meningkatkan Nilai Perusahaan

Menurut Bidhari *et al.* (2013) nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, Nilai perusahaan dapat memberikan kekayaan untuk pemegang saham secara maksimal jika harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi kekayaan pemegang saham. Jika nilai saham

perusahaan tinggi dapat di simpulkan bahwa nilai perusahaan tersebut baik, Karena mereka melihat harga saham dan mengatakan bahwa nilai perusahaan itu bagus. Tujuan utama suatu perusahaan untuk meningkatkan nilainya dapat dicapai dengan meningkatkan tingkat kemakmuran pemilik atau pemegang sahamnya. Memaksimalkan harga saham dapat dilihat dengan melihat kinerja suatu perusahaan dalam jangka panjang. Jika manajer ingin memaksimalkan harga saham, mereka perlu mengetahui bagaimana harga itu ditentukan. Karena harga saham perusahaan akan menjadi acuan informasi bagi investor untuk memutuskan apakah akan membeli saham perusahaan tersebut apakah akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, karena aset investor adalah sejumlah Saham yang dimilikinya dikalikan dengan harga sahamnya, investor tidak boleh lalai dalam mengidentifikasi atau memilih perusahaan apa yang akan di beli.

Kinerja sosial yang kuat mengarah pada hasil keuangan yang lebih kuat. Dengan meningkatkan reputasi perusahaan, perusahaan dapat mengurangi risiko komersial dan mendapatkan lebih banyak dukungan dari regulator. Ini akan membawa lebih banyak investasi untuk memenuhi harapan berbagai pemangku kepentingan dan meningkatkan nilai perusahaan. Jo dan Harjoto (2011) juga menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat secara efektif meningkatkan nilai pasar perusahaan.

Karaye *et al.* (2014) menyatakan bahwa melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dapat mengidentifikasi, bertindak, dan mengambil keuntungan untuk meningkatkan hubungan dengan *stakeholder*.

Menurut Parket dan Eilbirt (1975) manfaat yang diperoleh dari pemenuhan *Corporate Social Responsibility (CSR)* melebihi biaya, meningkatkan nilai perusahaan. Dengan melindungi kesejahteraan karyawan melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dapat diwujudkan untuk meningkatkan produktivitas, meningkatkan citra perusahaan, membangun kepercayaan publik, serta meningkatkan citra merek dan daya saing.

c. Berperan dalam Pembangunan Berkelanjutan

Corporate Social Responsibility (CSR) membantu perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan berkelanjutan dengan mengurangi dampak negatif operasional terhadap lingkungan dan masyarakat. Program ini dirancang sebagai solusi untuk menyelesaikan persoalan di sekitar lingkungan perusahaan

d. Meningkatkan Loyalitas Konsumen

Konsumen cenderung lebih mendukung perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

e. Meningkatkan Kesejahteraan Sosial

Melalui berbagai inisiatif sosial, perusahaan dapat membantu mengatasi masalah sosial seperti kemiskinan, pendidikan, dan kesehatan. Bahkan, banyak *Corporate Social Responsibility (CSR)* dirancang untuk mendukung program dan kegiatan pemerintah yang berkaitan untuk kemajuan bangsa dan negara. Secara tak langsung, *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga membantu perusahaan membangun hubungan

yang lebih baik dengan pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, investor, dan masyarakat sekitar.

f. Mengurangi Risiko dan Memenuhi Regulasi

Beberapa negara mewajibkan perusahaan untuk menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari tanggung jawab mereka.

Dengan mematuhi regulasi ini, perusahaan dapat menghindari risiko hukum

Pada hakekatnya tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan agar dunia usaha dapat berkontribusi bagi kemajuan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat. Karena perusahaan secara moral dianggap bertanggung jawab terhadap lingkungan, maka bisnis melalui berbagai entitas, baik legal maupun tidak, diharuskan bekerja sama dengan pemerintah untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat. Misi nasional ini tidak lagi dianggap sebagai tanggung jawab negara untuk melaksanakannya (Khoiruddin, 2015). Ilona (2016), menjelaskan ada 3 manfaat yang muncul akibat melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara rutin dan berkesinambungan yaitu sebagai berikut:

a. Menciptakan Pemberdayaan Masyarakat

Yang dimaksud dengan pemberdayaan adalah kapasitas, daya, dan kekuatan. Pemberdayaan berarti memberi komunitas sumber daya, peluang, pengetahuan, dan keahlian untuk meningkatkan kapasitasnya dalam menentukan masa depannya sendiri. Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah untuk membebaskan kaum lemah dari belenggu kemiskinan, yang merampas kesempatan ekonomi mereka. Salah satu kekuatan masyarakat

adalah kemampuan dan kebebasan untuk membuat pilihan terbaik yang menentukan atau meningkatkan kehidupan mereka.

b. Menciptakan Kesejahteraan Masyarakat

Rencana tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah investasi jangka panjang yang membantu meminimalkan risiko sosial dan merupakan sarana untuk meningkatkan citra publik. Salah satu implementasi dari rencana *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kegiatan pengembangan masyarakat dalam hal pengembangan sumber daya manusia, peningkatan kualitas hidup, penyembuhan dan pencegahan masalah sosial yang dianggap sebagai pencipta kesejahteraan masyarakat..

c. Menciptakan Kemandirian Masyarakat

Kemandirian masyarakat merupakan aspek terpenting dalam komunikasi pembangunan. Kemandirian adalah kemampuan menghadapi masalah, bertanggung jawab terhadap diri sendiri, dan tidak menyakiti orang lain.

2.1.10 Contoh Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan

Beberapa bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang umum terjadi di antaranya program rehabilitas alam, pengolahan limbah berwawasan lingkungan, penggunaan energi terbarukan, penerapan budaya kerja ramah SDM dan *volunteering* (sukarelawan).

Perusahaan dapat melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam berbagai bentuk, tergantung pada bidang bisnis dan prioritas perusahaan.

Beberapa contoh bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang umum adalah:

- a. Program pelestarian lingkungan seperti pengurangan emisi karbon, daur ulang, efisiensi energi, dan konservasi sumber daya alam.
- b. Program pemberdayaan masyarakat yang umumnya meliputi pelatihan keterampilan, bantuan pendidikan, dan pemberian akses ke fasilitas kesehatan bagi masyarakat sekitar.
- c. Program kesehatan dan keselamatan karyawan serta masyarakat melalui kampanye kesehatan, donor darah, vaksinasi, dan dukungan kesehatan mental.
- d. Donasi ke yayasan amal, bantuan bencana, dan inisiatif sosial lainnya untuk mendukung komunitas yang membutuhkan.

Dengan menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan tidak hanya membantu menciptakan dampak positif bagi komunitas, tetapi juga memperoleh berbagai keuntungan seperti peningkatan reputasi, loyalitas konsumen, dan hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan langkah penting bagi perusahaan yang ingin beroperasi secara berkelanjutan dan ber-etika di dunia bisnis modern.

2.2 Indikator Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Untuk melihat dan mengukur keberhasilan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada suatu perusahaan ada beberapa indikator yang dapat kita jadikan acuan. Menurut Dody Prayogo ada 5 (Lima) indikator, sebagai berikut:

- a. Secara umum, keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilihat dari capaian nilai etika yang di kandunginya yaitu turut menegakkan *social justice, sustainability, dan equity*.
- b. Secara sosial keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi sosial korporasi di hadapan *stakeholder* sosialnya.
- c. Secara bisnis, keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dinilai dari meningkatnya nilai saham akibat peningkatan *corporate social image*.
- d. Secara teknis, keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilihat dari capaian program hasil evaluasi teknis lapangan.

Indikator di atas dapat dilihat secara umum, dalam realitanya kita dapat melihat indikator tersebut lebih banyak lagi dan disesuaikan dengan bentuk bisnis yang dijalankan oleh korporasi tersebut. Seperti bisnis pertambangan, tekstil,

telekomunikasi, pertambangan, entertainment, dan lain sebagainya (Irham Fahmi, (2015:85),

Menurut Untung (2007:7), berdasarkan kategori perusahaan menurut implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat digolongkan menjadi empat macam perusahaan sebagai berikut:

- a. Kelompok hijau : Perusahaan yang sudah menempatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada strategi inti dan jantung bisnisnya, *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial.
- b. Kelompok biru: Perusahaan yang menilai praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan memberi dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi, bukan biaya.
- c. Kelompok merah: Perusahaan yang mulai melaksanakan praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR), tetapi memandangnya hanya sebagai komponen biaya yang akan mengurangi keuntungannya. Aspek lingkungan dan sosial mulai dipertimbangkan, tetapi dalam keterpaksaan yang biasanya dilakukan setelah mendapatkan tekanan dari pihak lain, seperti masyarakat atau lembaga swadaya masyarakat.
- d. Kelompok hitam: mereka yang tak melakukan praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) sama sekali. Mereka adalah pengusaha yang menjalankan bisnis semata-mata untuk kepentingan sendiri. Kelompok ini sama sekali tidak peduli pada aspek lingkungan, sosial sekelilingnya daam

menjalankan usaha, bahkan tidak memperhatikan kesejahteraan karyawannya.

2.3 Teori *Stakeholders*

Teori *Stakeholders* pertama kali digagas oleh R.Edward Freeman, yang menyatakan bahwa *Stakeholders* adalah teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengelola organisasi.

Teori ini mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para stakeholders. Sebuah perusahaan tentunya diharapkan dapat memberikan manfaat dan keuntungan bagi setiap pemangku kepentingan perusahaan. Eksistensi perusahaan tidak akan pernah ada jika keberadaannya tidak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, agar dapat bertahan dan mengembangkan bisnis yang punya daya saing dengan perusahaan lain, maka pengelolaan bisnis seharusnya memperhatikan aspirasi dan kepentingan *stakeholders* (pemangku kepentingan). Adapun pemahaman tentang pendekatan pemangku kepentingan ini secara garis besar dapat kita kategorikan ke dalam dua permasalahan yaitu, (1) Siapa yang memiliki hak untuk disebut sebagai pemangku kepentingan? (2) Kepada siapa perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya? (3) Siapa yang disebut sebagai pemangku kepentingan? adanya hak untuk dikategorikan sebagai pemangku kepentingan perusahaan dan tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan, Freeman dan Reed (Mele dalam Crane dkk., 2008: 64) membedakan dua pemangku kepentingan, yakni pemangku kepentingan dalam arti luas dan pemangku kepentingan dalam arti sempit.

Pengertian pertama, pemangku kepentingan dalam arti sempit adalah suatu kelompok yang memiliki peran penting untuk mempertahankan dan menyukseskan perusahaan. Pemangku kepentingan dalam pengertian pertama ini adalah pemegang saham, investor, karyawan, pelanggan, dan pemasok.

Pengertian kedua tentang pemangku kepentingan dalam arti luas adalah suatu kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan. Pemangku kepentingan dalam arti kedua ini adalah pemegang saham, investor, karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat lokal, akademisi, aktivis sosial dan lingkungan, pemerintah, organisasi non-pemerintah, pemangku kebijakan dan sebagainya.

Stakeholders perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Termasuk di dalamnya adalah karyawan, pelanggan, konsumen, pemasok, masyarakat, dan lingkungan sekitar, serta pemerintah selaku regulator. Menurut Wheeler dan Sillanpaa dalam (Wijaya dan Pratama 2008:49), menggolongkan *stakeholders* dalam dua kategori yaitu:

- a. *Stakeholders* primer meliputi pemegang saham, investor, karyawan, pelanggan, komunitas lokal, pemasok dan rekanan bisnis. *Stakeholders* primer memiliki kepentingan langsung dalam sebuah perusahaan dan sangat mempengaruhi sukses atau tidaknya perusahaan tersebut.
- b. *Stakeholders* sekunder meliputi pemerintah, institusi sipil, LSM, pers, pesaing usaha, asosiasi pengusaha dan masyarakat pada umumnya. *Stakeholders* sekunder juga dapat menjadi sangat berpengaruh, terutama dalam hal yang menyangkut reputasi perusahaan dan dukungan masyarakat terhadap

perusahaan dan dukungan masyarakat terhadap perusahaan, walaupun sebenarnya mereka tidak memiliki kepentingan langsung dalam kegiatan inti perusahaan.

2.4 Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan sosial adalah kondisi untuk memenuhi kebutuhan dasar, yang tercermin dalam rumah yang layak, makanan dan pakaian yang layak, biaya pendidikan dan kesehatan yang murah dan berkualitas, atau lingkungan di mana setiap orang dapat memaksimalkan kegunaannya dengan tingkat anggaran tertentu dan kondisi di mana kebutuhan fisik dan spiritual sosial terpenuhi (Dura, 2016).

Dalam UU No. 11 tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial dijelaskan bahwa kesejahteraan sosial adalah keadaan terpenuhinya kebutuhan material, mental dan sosial warga negara untuk memungkinkan mereka hidup dengan layak, mengembangkan diri dan menjalankan fungsi sosialnya. Disisi lain, penyelenggaraan kesejahteraan sosial diarahkan dan terintegrasi oleh pemerintah daerah dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial untuk memenuhi kebutuhan dasar seluruh warga negara, termasuk rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan Perlindungan Sosial (UU No. 11 Tahun 2009).

Badrudin (2012), menjelaskan konsep kesejahteraan menjadi kesejahteraan pribadi dan kesejahteraan sosial. Kebahagiaan pribadi adalah cara yang secara objektif menghubungkan kebahagiaan dengan pilihan pribadi. Pilihan individu sebagai tes objektif adalah membandingkan kesejahteraan individu dalam situasi yang berbeda. Kesejahteraan sosial adalah cara menghubungkan kesejahteraan

dengan menjumlahkan kepuasan semua individu dalam masyarakat. Dari sudut pandang ekonomi Islam, kesejahteraan memiliki seperangkat nilai dan tujuan yang mencakup semua nilai kehidupan, baik dari sudut pandang sosial, ekonomi dan politik, dalam Islam itu sendiri - kesejahteraan material dan spiritual, dikutip dari Mujam. Mustalakhtul al-Ulum al-Ijtimaya bahwa sejahtera adalah ketika kebutuhan dasar individu atau kelompok, baik dari segi kebutuhan gizi maupun kesehatan, dapat terpenuhi, dan kebalikan dari sejahtera adalah bencana atau keadilan yang dapat timbul dalam kehidupan. kehidupan manusia. (Badawi, 1982).

2.4.1 Indikator Kesejahteraan Masyarakat

Aspek kesejahteraan masyarakat sangat luas dan kompleks, dan luasnya kesejahteraan masyarakat hanya dapat dilihat pada aspek-aspek tertentu. Menurut statistik Badan Pusat Statistik (BPS) 2014, kesejahteraan masyarakat dapat dilihat melalui beberapa indikator, yaitu:

a. Kependudukan

Hal tersebut merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam proses pembangunan masyarakat, dimana dalam mengelola sumber daya alam dan potensi diri akan mampu memenuhi kebutuhan hidup diri sendiri dan anggota keluarga secara berkelanjutan. Masyarakat khawatir jika kebutuhan hidup tidak terpenuhi akan menimbulkan berbagai masalah dan mengganggu kesejahteraan masyarakat.

b. Kesehatan dan gizi

Tingkat kesehatan merupakan indikator penting untuk menggambarkan kualitas pembangunan manusia di suatu daerah. Semakin sehat situasi sosial, semakin baik perkembangan dan dinamika ekonomi suatu negara/daerah, terutama dalam hal peningkatan produktivitas.

c. Pendidikan

Adalah hak asasi setiap warga negara Indonesia. Oleh karena itu, warga negara Indonesia berhak memperoleh pendidikan yang bermutu sesuai dengan minat dan bakatnya. Tanpa memandang status sosial, ekonomi, ras, agama atau jenis kelamin, setiap warga negara berhak atas pendidikan. Hal ini diatur dalam UUD 1945, dan penyelenggaraan pendidikan semacam ini tidak terlepas dari kontribusi yang dilakukan oleh pemerintah dan berbagai lembaga masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

d. Ketenagakerjaan

Itu bagian dari kebahagiaan masyarakat yang bisa dilihat dari angka partisipasi pasar tenaga kerja dan angka pengangguran yang dipublikasikan.

e. Taraf dan pola konsumsi

Pola konsumsi rumah tangga merupakan salah satu indikator kesejahteraan. Selama ini masyarakat memiliki pemahaman yang baik tentang proporsi pengeluaran konsumsi pangan pada seluruh pengeluaran rumah tangga, dan dapat memberikan gambaran kesejahteraan keluarga pada hari itu. Rumah tangga dengan proporsi pengeluaran konsumsi pangan yang lebih besar adalah rumah tangga. Rumah tangga dengan proporsi pengeluaran konsumsi

makanan yang lebih besar menunjukkan bahwa rumah tangga tersebut memiliki pendapatan rumah tangga, dan pengeluaran konsumsi makanan menyumbang proporsi yang lebih kecil dari total pengeluaran rumah tangga. Dengan kata lain, jika persentase pengeluaran makanan jauh lebih kecil daripada persentase pengeluaran bukan makanan, maka rumah/keluarga tersebut cenderung lebih sejahtera.

f. Perumahan dan lingkungan

Perumahan dan kelengkapannya adalah keperluan asas dan penentu petunjuk kebajikan masyarakat. Rumah mempengaruhi perkembangan personaliti personaliti dan merupakan elemen penting dalam produktiviti dan kreativiti. Kebajikan masyarakat dicapai dengan memenuhi keperluan lembaga pengarah dan menghubungkannya dengan kualiti hidup yang baik dan bermaruah.

g. Sosial dan lain-lain

Peningkatan kesejahteraan masyarakat juga terlihat pada akses pelayanan publik terhadap kredit usaha, akan memudahkan masyarakat dalam mengembangkan kegiatan usahanya yang akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh (Daud et al., 2024) Tujuannya untuk mengetahui pelaksanaan program tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikenal dengan nama Tanggung Jawab Sosial dan

Lingkungan (TJSL) di PT PLTD Suppa Persero, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif hasil penelitian dan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau TJSL memenuhi tiga pilar pertama yaitu sosial, dimana PT PLTD Suppa banyak memberikan dukungan masyarakat dan menyelenggarakan proyek tersebut, pilar kedua, pilar lingkungan hidup PT PLTD, selama ini mendukung masyarakat lokal untuk menjalankan usaha di bidang lingkungan hidup, termasuk pertanian untuk menunjang perekonomian, Balai Kegiatan Persalinan menjadikan Kota Wirintasi sebagai salah satu kota binaan PT PLTD dan juga menjadi tujuan wisata pantai bagi wisatawan lokal maupun domestik pilar yang ke tiga adalah hukum dan tata Kelola membuktikan komitmen PT PLN melalui PT PLTD senantiasa menerapkan prinsip-prinsip tata kelola Perusahaan yang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh (Usman & Ekonomi dan Bisnis, n.d.) tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat sekitar. Metode penelitian yang di gunakan adalah sumber data deskriptif kualitatif yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang memberikan banya dampak positif bagi kehidupan masyarakat. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Pratomo Putra Teknik juga memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menaikkan kualitas hidup dan citra perusahaan di mata masyarakat sekitar, karena perusahaan dapat

memberikan pelayanan berupa bantuan pelayanan baik di lingkungan perusahaan itu sendiri, karena masyarakat adalah unsur terpenting dari program tanggung jawab sosial perusahaan, karena pelaksanaan tanggung jawab sosial dapat menciptakan keseimbangan sosial, ekonomi dan keadaan lingkungannya sehingga implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) membantu perusahaan beradaptasi dengan lingkungannya dengan dapat meningkatkan citra perusahaan sehingga Masyarakat sekitar akan mengenal baik perusahaan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Uy & Hendrawati, 2020) bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* dan manfaat bagi perusahaan pada Toya Devasya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik analisis data Model Miles and Huberman, yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toya Devasya menerapkan *Corporate Social Responsibility* berlandaskan Tri Hita Karana. Dimana Tri Hita Karana mengandung makna yang sudah sangat kompleks karena setiap unsurnya mencerminkan hal yang perlu dilaksanakan oleh setiap perusahaan. Perusahaan memandang penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) penting dilakukan karena menjadi solusi dari dampak kegiatan bisnis yang ditimbulkan Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan sudah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar. Dari penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini menunjukan adanya manfaat

yang dapat diterima oleh perusahaan seperti dukungan dari masyarakat dan kenyamanan saat bekerja yang dirasakan oleh karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ningrum et al., 2019) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di perusahaan. Objek Penelitian yang diteliti yaitu Faktor – faktor yang mempengaruhi penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Jenis penelitian ini adalah analisis deskriptif. Penelitian ini menggunakan literature review dengan cara mengkaji kembali beberapa jurnal yang telah dipublikasikan oleh para peneliti dan akademisi sebelumnya. Desain penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif Metode pengumpulan data adalah dengan studi dokumen yang bersumber dari situs penyedia jurnal online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diimplementasikan di perusahaan misalnya usia perusahaan, jenis industri, ukuran perusahaan, permintaan karyawan, kebijakan pemerintah, budaya organisasi, dan permintaan pelanggan. Faktor tersebut berpengaruh sesuai dengan situasi dan kondisi di lingkungan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Arifiyama & Widiarti, 2023) penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui tahapan implementasi program *Corporate Social Responsibility* PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Cilacap, (2) mengetahui bentuk-bentuk implementasi program *Corporate Social Responsibility* PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Cilacap, (3) mengetahui faktor pendukung dan penghambat implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Cilacap, (4) mengetahui dampak implementasi program *Corporate*

Social Responsibility (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Solusi Indonesia Cilacap dilakukan oleh Community Relations melalui tahapan manajemen PR yang terdiri dari pengumpulan fakta, perencanaan dan penyusunan program, melakukan tindakan dan komunikasi, serta monitoring dan evaluasi program. Respons dan tanggapan positif dari masyarakat terhadap PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Cilacap menunjukkan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan citra positif perusahaan di benak publiknya. Namun, penelitian juga menemukan beberapa faktor penghambat, seperti pandangan masyarakat yang menganggap *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bantuan hibah yang tidak perlu dikembalikan dan refocusing dana yang menyebabkan anggaran lebih terbatas, sehingga pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak maksimal seperti sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan saat ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena objek penulisan yang berbeda. Penelitian saat ini berfokus pada keterikatan implementasi program program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap tujuan, manfaat dan dampak implementasinya sehingga menghasilkan penjelasan yang lebih mendetail. PT Solusi Bangun Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri bahan bangunan, khususnya semen, beton siap pakai, agregat, dan pengelolaan limbah yang merupakan anak induk dari PT Semen Indonesia, penelitian ini membahas tentang implementasi program program *Corporate Social Responsibility* (CSR), kekurangan dan kendala serta perbaikan dan saran. Penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif metode studi kasus dengan sumber data dari

hasil wawancara langsung dengan pihak yang terlibat dengan PT Solusi Bangun Indonesia. Data tersebut dikelola menggunakan NVivo 12 untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif bagi penulis dan pembaca.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pengenalan Bab

Pada bab ini penulis akan membahas metode penelitian apa yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian mengenai implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan kinerja lingkungan di PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban. Pembahasan bab ini menjadi dasar proses untuk menjawab rumusan masalah yang telah di buat. Bab ini membahas tentang alasan mengapa penulis memilih metode penelinitian kualitatif, kemudian tentang objek penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data

3.2 Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dalam pendekatan kualitatif penulis bertindak sebagai instrumen utama dalam proses penelitian. Menurut (Niam et al.,2024) pendekatan kualitatif merupakan suatu proses penelitian dan pemahaman yang berfokus pada metodologi yang mengeksplorasi fenomena sosial dan permasalahan manusia.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. dengan pertimbangan yang pertama masalah penelitian ini masih belum jelas atau belum ada data yang cocok tentang masalah yang akan diteliti. Oleh karena itu peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melakukan eksplorasi terhadap objek penelitian, kedua peneliti ingin memperoleh pemahaman yang mendalam atas substansi dari suatu peristiwa, dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan

peneliti untuk mendapatkan gambaran/penjelasan, tetapi juga membantu menetapkan posisinya untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif yang dilakukan pada situasi sosial (social situation) dengan melibatkan tempat, pelaku, dan aktivitas (place, actor, activities) yang berinteraksi secara sinergis dari objek penelitian, sehingga akan ditemukan data yang murni dari apa yang terjadi di lapangan.

Selain itu jenis penelitian kualitatif yang diambil adalah studi kasus, yang bertujuan untuk menemukan makna, menyelidiki proses serta memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam serta utuh dari individu, kelompok atau situasi tertentu. Data studi kasus diperoleh dengan wawancara, observasi dan mempelajari dokumen yang terkait dengan topik yang diteliti (Sugiarto, 2017)

Atas dasar definisi dan alasan yang telah disebutkan, peneliti memilih metode kualitatif karena dalam penelitian dan analisa data kualitatif menekankan kedalaman atas informasi yang dibutuhkan, peneliti terlibat banyak interaksi secara langsung dengan sumber data sehingga dapat melihat fakta di lapangan. Dengan pemahaman hal tersebut secara mendalam diharapkan peneliti dapat mengembangkan dan memberi masukan kepada Perusahaan dalam penerapan mekanisme pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan.

3.3 Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini dilaksanakan di PT Solusi Bangun Indonesia yang berada di Tuban dengan alamat di Jalan raya Kerek, Merkawang, Kecamatan Tambakboyo, Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan mulai tanggal 1-30 Juli 2024. Pemilihan objek ini didasarkan pada kesesuaiannya dengan topik yang telah ditentukan serta rumusan masalah yang telah diajukan, yang berkaitan dengan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan kinerja lingkungan perusahaan PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban

3.4 Fokus Penelitian

Fokus penelitian digunakan untuk membuat batasan penelitian yang dilaksanakan agar sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun fokus penelitian ini adalah:

1. Penelitian di lakukan untuk mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia dari 1 Januari 2023 - 31 Agustus 2024.
2. Analisis strategi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia dalam meningkatkan kinerja lingkungan perusahaan
3. Kendala dan tantangan yang di hadapi perusahaan dalam menjalankan strategi implementasi yang di terapkan oleh perusahaan

4. Perbaikan dan saran yang di berikan oleh peneliti dapat diimplementasikan oleh PT Solusi Bangun Indonesia untuk memaksimalkan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah di jalankan

3.5 Sumber dan Jenis Data

Sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Denzin mendefinisikan wawancara sebagai percakapan tatap muka, di mana salah satu pihak mengumpulkan informasi dari lawan bicaranya (Denzim et al., 2023). Teknik wawancara ini dilakukan secara formal dan intensif untuk memperoleh informasi yang jujur dan mendalam. Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk memahami Implementasi strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia agar dapat terus berkembang dan berkelanjutan serta dapat menyelesaikan tantangan dan kendala yang dihadapi.

Pelaksanaan wawancara dilakukan secara mendalam melalui percakapan antara peneliti dan narasumber terkait objek penelitian, dengan menggunakan panduan wawancara (*interview guide*) atau wawancara terbuka (*open interview*), yang memberikan kesempatan kepada narasumber untuk mengungkapkan pandangan dan pendapat mereka tentang fenomena yang diteliti. Data diperoleh dari narasumber perusahaan sebagai berikut:

Tabel 1
Narasumber Wawancara

Narasumber	Jenis Kelamin	Jabatan	Pendidikan	Kelompok Usia
Bapak Yunani Rizzal	Laki - Laki	GA&Community Relations Manajer	S1	40 – 50 tahun
Bapak Kusno Hartoyo	Laki - Laki	Community Relations Coordinator	S1	40 – 50 tahun

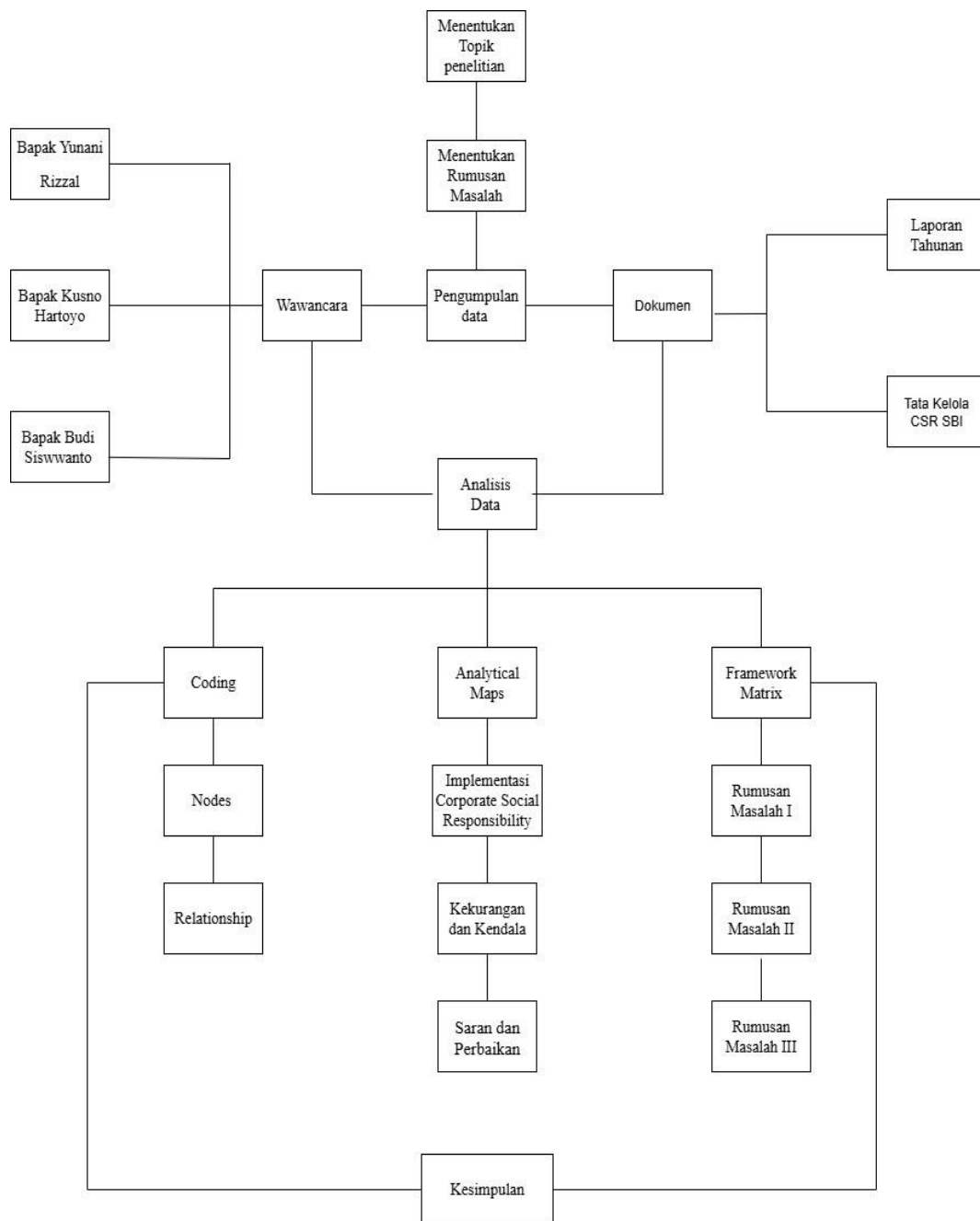
2. Dokumen

Dokumen berfungsi sebagai pelengkap atau pendukung data primer, yang mencakup berbagai bentuk seperti formulir, artikel, dan surat perintah kerja (Rifa'i, 2023). Dalam konteks penelitian ini, dokumen-dokumen tersebut meliputi data-data yang relevan dan berkaitan dengan implementasi dan strategi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Solusi Bangun Indonesia. Data-data tersebut dapat melengkapi dan mendukung informasi yang diperoleh dari sumber utama dalam implementasi strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari PT Solusi Bangun Indonesia.

3.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian adalah langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh kesimpulan penelitian. Sistematika penelitian kualitatif sangat

penting karena mencakup tahapan-tahapan penelitian dari awal hingga akhir, yang memungkinkan peneliti untuk memperoleh kesimpulan. Berikut adalah langkah-langkah yang diambil oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian



Gambar 1. Sistematika penelitian

3.7 Teknik Pengumpulan data

Peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu wawancara dengan narasumber dan analisis dokumen yang berkaitan dengan rumusan masalah. Wawancara adalah interaksi verbal antara dua orang yang saling berhadapan, di mana salah satu pihak, dalam hal ini peneliti, meminta informasi atau pendapat dari orang yang diteliti mengenai pendapat dan keyakinannya (Ardiansyah et al., 2023). Teknik-teknik pengumpulan data yang diterapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi data mengenai strategi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia peneliti melakukan wawancara langsung dengan para narasumber yang berasal dari pabrik PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban
2. Untuk mendukung hasil wawancara sebagai sumber data primer, peneliti juga menggunakan dokumen pendukung berupa laporan tahunan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tahun 2024 dan dokumen-dokumen pendukung lainnya

3.8 Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan analisis data kualitatif. Setelah data-data diperoleh, peneliti melakukan analisis untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Peneliti menggunakan perangkat lunak NVivo 12 untuk mempermudah pengolahan data, seperti dokumen dan transkrip wawancara. NVivo adalah perangkat lunak analisis kualitatif dari Lumivero yang mudah digunakan (*user-*

friendly), yang memungkinkan peneliti untuk mengimpor, mengatur, mengeksplorasi, menghubungkan, dan berkolaborasi dengan data mereka untuk mengungkapkan wawasan yang lebih mendalam dengan cepat (QSR, 2024). NVivo membantu peneliti dalam mengidentifikasi hubungan dari setiap data dari berbagai sumber, mengurangi subjektivitas hasil wawancara, dan meminimalkan ketidaksesuaian data penelitian, tetapi hasil analisis dan kesimpulan akhir tetap merupakan tanggung jawab peneliti sebagai instrumen manusia.

Di dalam NVivo ada beberapa media (*tools*) yang di gunakan untuk mengolah data sebagai berikut:

3.8.1 Coding

Coding adalah langkah penting dalam sebagian besar proyek kualitatif, di mana semua materi terkait tema atau kasus tertentu dikelompokkan ke dalam node untuk analisis lebih lanjut (QSR, 2024). *Coding* digunakan dalam analisis data kualitatif dengan mentranskripsi data ke dalam bentuk teks, teknik ini membantu peneliti memahami jawaban atas pertanyaan penelitian dari kumpulan data hasil wawancara. Selain itu, *coding* juga digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara data yang diperoleh dan hasil analisis. Dalam konteks kualitatif code dapat dianggap sebagai konstruksi yang dibuat oleh peneliti untuk merepresentasikan atribut dan makna dari setiap data yang digunakan untuk mengidentifikasi pola, mengkategorikan informasi, membangun teori, dan melakukan analisis lainnya (Bagaskara & Rohmadi, 2024). Dengan kata lain, tujuan utama dari *coding* adalah untuk mendukung proses analisis data, pengelompokan data dilakukan dengan

pendekatan induktif, yaitu dengan membaca data-data secara menyeluruh dan kemudian menetapkan klasifikasi data.

Dalam tahap *coding* menggunakan NVivo, penulis memanfaatkan data wawancara dengan narasumber PT Solusi Bangun Indonesia untuk membuat representasi data yang disebut *nodes*. *Nodes* ini menyimpan seluruh informasi dari hasil wawancara dan digunakan sebagai referensi, sehingga peneliti dapat memahami konsep dan hubungan di setiap *nodes*. *Nodes* sangat penting dalam bekerja dengan NVivo, *nodes* memungkinkan pengumpulan materi terkait di satu tempat, sehingga memudahkan peneliti dalam mencari pola dan ide yang muncul (QSR, 2024). Setiap *nodes* yang dibuat oleh penulis disesuaikan dengan rumusan masalah penelitian, sehingga dapat mengidentifikasi jawaban terhadap masalah yang dirumuskan, selain itu penulis mengembangkan *relationship* antara *nodes* yang saling terkait, seperti *nodes* yang terkait dengan rumusan masalah 2 dan 3 yang mencakup hubungan antara kekurangan dan kendala, serta saran perbaikan dalam penerapan strategi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia. *Relationship* adalah jenis simpul khusus yang mendefinisikan hubungan antara dua item dalam proyek (QSR, 2024).

Penulis juga membuat *cases* untuk memudahkan analisis data. *Cases* berfungsi sebagai 'unit observasi' dalam penelitian, yang dapat mencakup orang, tempat, peristiwa, organisasi, atau entitas lain yang ingin dianalisis dan dibandingkan. Topik ini membantu penulis dalam memahami dan mengelola kasus tersebut (QSR, 2024).

3.8.2 *Analytical Maps*

Maps adalah alat yang berbentuk visualisasi yang memiliki peran penting dalam penelitian kualitatif dalam melakukan eksploitasi ide-ide atau untuk menyajikan koneksi dalam data (QSR, 2018). Hasil yang diperoleh dari tahapan coding tersebut berbentuk *analytical maps* yang memberikan gambaran rumusan masalah yang sudah disusun. *Analytical maps* sangat berguna untuk memberikan kemudahan pemahaman dalam tahapan pembahasan, di dalam *Analytical maps*, akan muncul nodes serta *relationship*.

Peneliti juga membuat tiga *analytical maps* yang berkaitan dengan berbagai aspek terutama yang terdapat pada rumusan masalah, yaitu:

1. Implementasi strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan,
2. Kekurangan dan kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi implementasi tersebut dengan mengaitkan kekurangan perusahaan dengan kendala yang dihadapi
3. Saran dan perbaikan dalam implementasi strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sudah berjalan,

3.8.3 *Framework Matrices*

Frameworks matrix adalah kerangka kerja yang berguna untuk merangkum materi dari sumber yang digunakan, serta memberikan informasi tentang cara berinteraksi dengan sumber-sumber tersebut (QSR, 2024). *Framework matrix* merupakan salah satu hasil dari proses *coding*, dalam hal ini peneliti menerapkan

framework matrix pada hasil wawancara. *Framework matrix* juga mencakup tabel yang menampilkan hasil dari proses coding untuk semua sumber internal yang digunakan sebagai referensi, dan dikelompokkan berdasarkan hasil wawancara atau dokumen.

3.9 Objektivitas dan Keabsahan Data

Subjektivitas peneliti merupakan faktor dominan dalam penelitian kualitatif, karena dalam pendekatan ini peneliti berperan sebagai instrumen utama. Selain itu, teknik pengumpulan data utama dalam penelitian kualitatif, seperti wawancara dan observasi, memiliki kelemahan ketika dilakukan secara terbuka dan tanpa kontrol. Untuk mengatasi masalah ini, perlu dilakukan pemeriksaan terhadap keabsahan data (Susanto et al., 2023) . Menurut Lincoln dan Guba (1985) dalam Leavy (2014:679), ada empat aspek yang digunakan untuk menilai kualitas penelitian kualitatif, yaitu:

1. Kepercayaan

Dalam penelitian kualitatif, derajat kredibilitas menggantikan konsep validitas internal dan bertujuan untuk memastikan kepercayaan terhadap temuan dengan melakukan penelitian secara mendalam serta menunjukkan tingkat kepercayaan hasil penemuan melalui pembuktian oleh peneliti, sehingga menghasilkan data yang akurat. Dalam penelitian ini, peneliti juga menerapkan triangulasi sebagai metode untuk menguji keabsahan data. Triangulasi adalah teknik yang menggunakan sumber atau metode

tambahan di luar data utama untuk memeriksa atau membandingkan data tersebut (Moleong, 2017)

Di dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan narasumber dari PT Solusi Bangun Indonesia di Tuban yaitu dengan departement GA&Community relations, sehingga dapat menghasilkan data yang terpercaya dan akurat.

2. Keteralihan

Dalam penelitian kualitatif, validitas eksternal, atau kemampuan untuk menerapkan hasil penelitian ke konteks lain di luar studi tersebut, tidak digunakan. Yang diterapkan adalah, konsep keteralihan diterapkan. Konsep keteralihan mengacu pada bagaimana temuan penelitian dapat diterapkan atau dianggap relevan dalam konteks yang mirip dengan konteks studi tersebut. Untuk mencapai keteralihan, peneliti berfokus pada pengumpulan data empiris yang relevan dan serupa dengan konteks yang diteliti. Peneliti juga menyediakan data deskriptif yang cukup dan rinci untuk memastikan bahwa temuan penelitian dapat dipahami dan diterapkan dalam konteks yang memiliki kesamaan dengan situasi yang diteliti, sehingga meningkatkan keandalan dan relevansi hasil penelitian dalam konteks yang lebih luas (Moleong, 2017).

3. Kebergantungan

Dalam uji kebergantungan pada penelitian kualitatif, pengujian melibatkan berbagai faktor yang relevan. Uji kebergantungan dilakukan dengan cara audit yang dilakukan oleh dosen pembimbing, yang memeriksa proses

penelitian peneliti. Untuk memastikan kepastian, dilakukan uji objektivitas terhadap hasil penelitian. Sesuatu dikatakan objektif jika dapat dipercaya, faktual, dan kebenarannya dapat dipastikan. Dalam penelitian kualitatif, pengalaman individu bersifat subjektif, namun dianggap objektif jika disepakati oleh beberapa orang atau banyak pihak (Moleong, 2017). Uji kebergantungan dan kepastian dapat dilakukan melalui audit terhadap proses penelitian. Dalam pengujian ini, dosen pembimbing bertindak sebagai auditor independen. Dosen pembimbing akan melakukan audit terhadap seluruh kegiatan yang dilakukan penulis selama proses penelitian.

4. Uji Kepastian

Uji kepastian adalah pengujian yang melibatkan sikap kritis terhadap diri sendiri dalam penelitian untuk mengevaluasi bagaimana prasangka pribadi dapat mempengaruhi hasil penelitian. Karena peneliti memiliki bias subjektif, sangat penting untuk melibatkan rekan dalam penelitian guna memastikan objektivitas penelitian.

Peneliti juga menerapkan uji keabsahan tambahan untuk memperkuat data, yaitu dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik untuk menguji keabsahan data dengan menggunakan informasi dari luar data utama dan juga sebagai bentuk pembanding terhadap data tersebut (Moleong, 2017). Teknik ini sangat berguna untuk memastikan kevalidan informasi, karena data dikumpulkan tidak hanya dari satu kelompok tetapi juga dari berbagai sumber, sehingga memperkuat informasi yang diperoleh.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yang di jelaskan sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber adalah jenis triangulasi yang pertama kali dibahas untuk menguji data dengan melibatkan beberapa informan. Teknik ini melibatkan pengecekan data yang diperoleh selama penelitian melalui berbagai sumber atau informan, yang dapat meningkatkan kredibilitas data (Mekarisce, 2020). Untuk mengetahui bagaimana strategi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa sumber yang ada di dalam subjek penelitian kemudian penulis

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah cara untuk menguji kredibilitas data dengan cara melakukan pengecekan data dari sumber yang sama tetapi menggunakan teknik yang berbeda. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber dan dengan pertanyaan yang serupa. Untuk menguji keabsahan data Peneliti juga memanfaatkan software NVivo untuk menguji keabsahan data. NVivo sangat membantu peneliti dalam mencari dan menghubungkan sumber data serta hasil coding dengan nodes. *Framework matrix* mempermudah peneliti dalam menunjukkan validitas, karena semua yang ditulis sudah tercantum di dalamnya. Hasil dari *Framework matrix* berupa tabel, di mana baris tabel mewakili *cases* node dan kolom tabel mewakili tema dari node.

Penulis menyusun *framework matrix* yang mencakup sumber data wawancara dan narasumbernya. Dalam tabel, baris berisi nama narasumber, sementara kolom mencakup note hasil coding. Tabel lampiran *framework matrix* yang disusun penulis terdiri dari wawancara dan dokumen

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengenalan Bab

Bab ini berisi tata kelola implementasi dan mekanisme pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan PT. Solusi Bangun Indonesia. Setelah mengetahui bagaimana pengelolaan dan implementasinya, penulis dapat menunjukkan kendala dan kekurangan apa yang dihadapi serta memberikan usulan perbaikan dan saran yang harus dilakukan PT. Solusi Bangun Indonesia dalam mensukseskan pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut.

4.2 Company Profile PT Solusi Bangun Indonesia

PT Solusi Bangun Indonesia Tbk (SBI) adalah perusahaan publik di Indonesia dengan mayoritas sahamnya (83,52%) dimiliki dan dikelola oleh PT Semen Indonesia (Persero) Tbk atau SIG.

PT SBI menjalankan usaha yang terintegrasi terdiri dari semen, beton siap pakai, agregat dan layanan pengelolaan limbah. PT SBI mengoperasikan empat pabrik semen di Narogong (Jawa Barat), Cilacap (Jawa Tengah), Tuban (Jawa Timur), dan Lhoknga (Aceh), dengan total kapasitas 14,8 juta ton semen per tahun dan mempekerjakan lebih dari 2.000 karyawan.

Pada awal berdiri PT Solusi Bangun Indonesia bernama PT Semen Cibinong, yang berdiri pada 15 Juni 1971 dan mulai beroperasi pada tahun 1975. Pada tahun 1993 PT Semen Cibinong di akuisisi oleh semen Nusantara, di tahun

2001, PT Semen Nusantara di akuisisi oleh PT Holcim Indonesia Ltd, yang kemudian berubah nama menjadi PT Holcim Indonesia Tbk di tahun 2006. Tahun 2016 PT Holcim Indonesia di akuisisi oleh PT Lafarge Cement Indonesia, pada tahun 2019 PT Lafarge Cement Indonesia di akuisisi oleh PT Semen Indonesia Industri Bangunan dan menjadi bagian dari PT Semen Indonesia (Persero) Tbk atau SIG, yang kemudian berubah nama menjadi PT Solusi Bangun Indonesia Tbk

Logo dan Filosofi Logo Perusahaan



Gambar 4. 1 Filosofi Logo Perusahaan

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

Alamat kantor pusat perusahaan

Address Jl. TB Simatupang No. 22 – 26, Talavera Suite - Talavera Office Park, Jakarta, DKI Jakarta 12430 Social Media    	Telephone Tel +62 21 29861000 Fax +62 21 29863333 Email info@solusibangunindonesia.com
---	--

Lokasi PT Solusi Bangun Indonesia



Alamat Kantor Cabang Pabrik Narogong

Jalan Nangka Jalan Raya Klapanunggal No.7, Kembang Kuning, Kec. Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16710

Alamat Kantor Cabang Pabrik Lhoknga

Jl. Banda Aceh-Meulaboh No.KM. 16.5, Mon Ikeun, Kec. Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar, Aceh 23363

Alamat Kantor Cabang Pabrik Cilacap

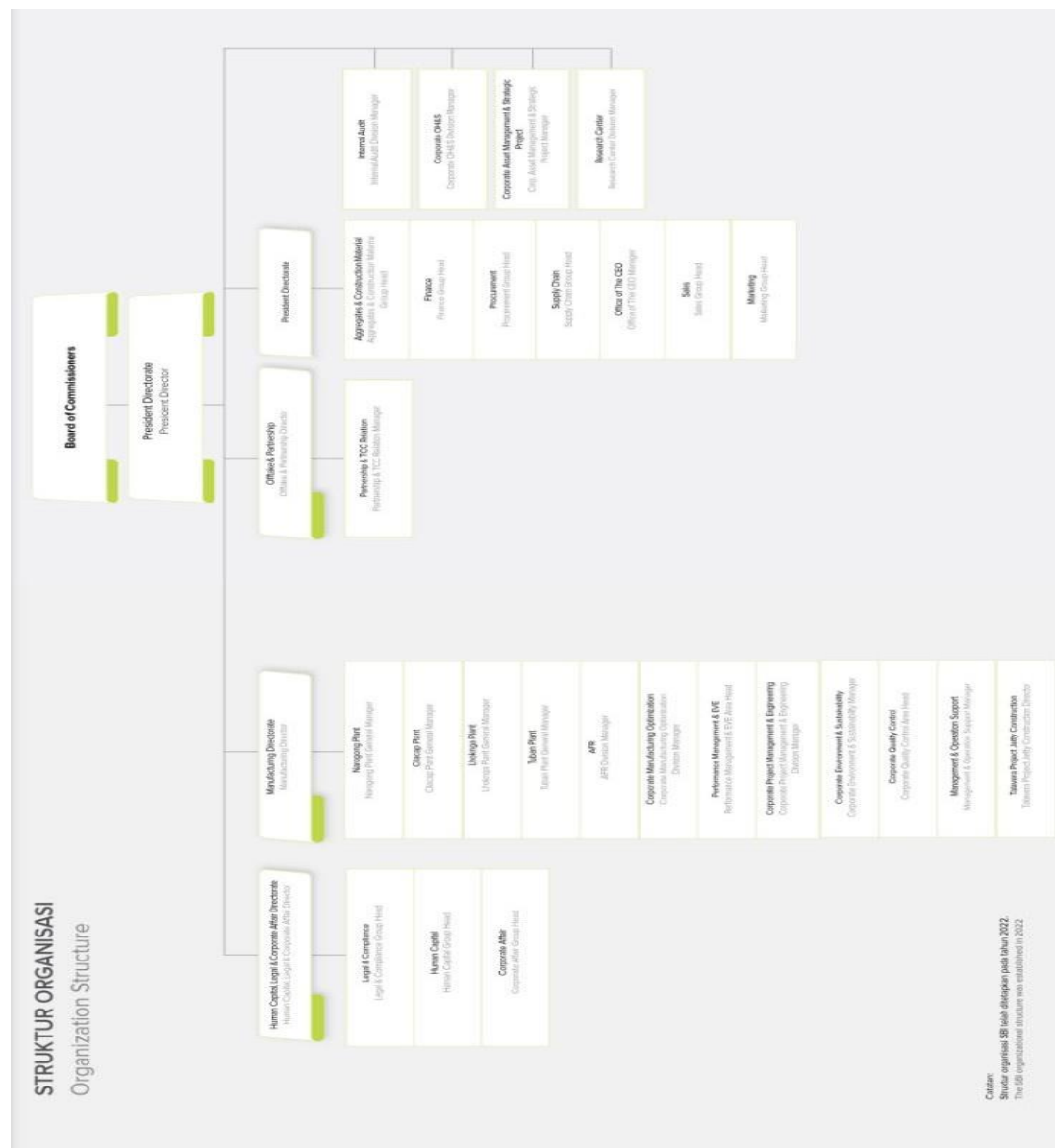
Jl. Insinyur Haji Juanda, Padaramai, Karangtalun, Kec. Cilacap Utara, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53234

Alamat Kantor Cabang Pabrik Tuban

Jl. Raya Glondonggede - Kerek KM.3 Desa Merkawang, Kecamatan Tambakboyo Tuban 62353

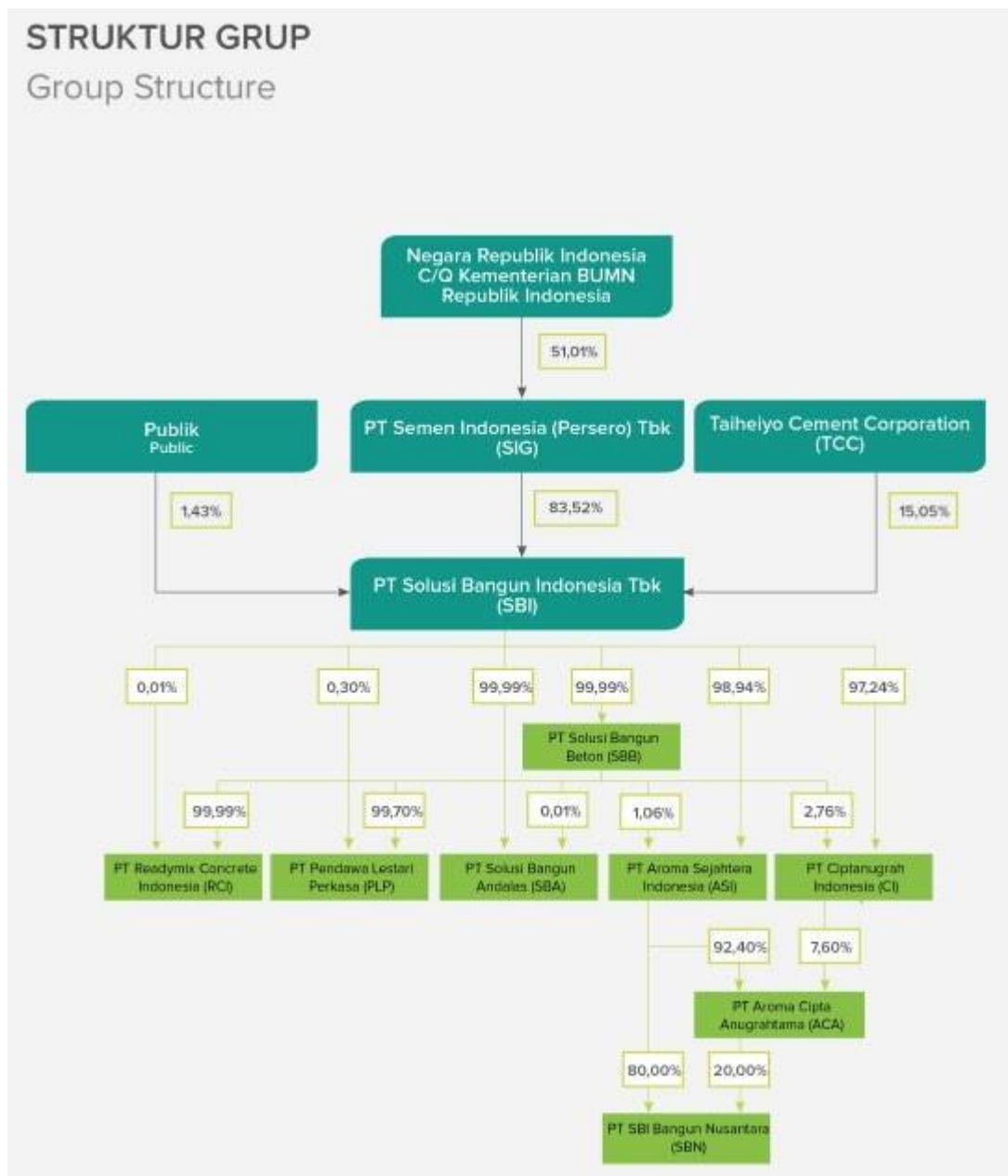
4.2.1 Struktubr Organisasi PT. Solusi Bangun Indonesia

Dalam sebuah perusahaan, struktur organisasi sangat diperlukan agar setiap karyawan dapat bekerja sesuai dengan bidang dan keahlian mereka masing-masing, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan efektif.



Gambar 4. 2 Struktur OrganisasiPerusahaan

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>



Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Group PT (SIG)

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

PT Solusi Bangun Indonesia dipimpin oleh Presiden Direktur. Presiden direktur membawahi direktur Manufaktur, dan direktur Human Capital and Corporate Affairs. Direktur Manufaktur membawahi Plant Manager Narogong (NAR), Cilacap (CIL), Tuban (TUB), dan Lhoknga (LHO). Dibawah plant manager

terdapat AFR Manager, Corporate Environment & Sustainability, Corporate Project Management & Engineering, dan Corporate Manufacturing Optimization, Corporate Quality Control Area, dan Performance Management & EVE. Direktur Human Capital and Corporate Affairs membawahi Legal, Compliance and Corporate Secretary, Human Resources, dan Corporate Communications. SBI juga memiliki beberapa department, diantaranya department finance, department Aggregates & construction material, department sales, department marketing, department logistics & supply chain, department procurement, department office of the CEO, department strategic project, department corporate OH&S, department internal audit.

4.2.2 Visi dan Misi perusahaan

Dalam menjalankan bisnis, perusahaan perlu memiliki target dan tujuan baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus bergerak dengan arah yang jelas, yang ditentukan oleh visi dan misi yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah visi dan misi yang dirancang untuk mencapai tujuan tersebut

Visi PT Solusi Bangun Indonesia

Visi dari PT Solusi Bangun Indonesia adalah menjadi perusahaan penyedia solusi bahan bangunan terbesar di regional

Misi PT Solusi Bangun Indonesia

1. Berorientasi pada kepuasan pelanggan dalam setiap inisiatif bisnis.
2. Menerapkan standard yang terbaik untuk menjamin kualitas

3. Fokus menciptakan perlindungan lingkungan dan tanggung jawab social yang berkelanjutan
4. Memberikan nilai tambah terbaik untuk seluruh pemangku kepentingan
5. Menjadikan sumber daya manusia sebagai pusat pengembangan perusahaan

Semangat kami

Sebagai bagian dari SIG, SBI terus bertransformasi untuk beradaptasi pada perubahan dan membangun kondisi kehidupan yang berkelanjutan bagi generasi mendatang. *Go Beyond Next* mewakili keberanian kami untuk bertindak selangkah lebih maju dan selalu melampaui jangkauan.

4.2.3 Nilai Budaya PT Solusi Bangun Indonesia

Dalam mengembangkan usahanya PT Solusi Bangun Indonesia menerapkan beberapa nilai-nilai yang harus di taati dan dilakukan oleh setiap pribadi yang ada di dalam perusahaan, Nilai-nilai tersebut di definisikan dengan istilah “AKHLAK”. yang mempunyai makna sebagai berikut:

1. Amanah

PT Solusi Bangun Indonesia memegang teguh kepercayaan yang telah di berikan

2. Kompeten

PT Solusi Bangun Indonesia terus belajar dan mengembangkan kapabilitas

3. Harmonis

PT Solusi Bangun Indonesia saling peduli dan menghargai perbedaan

4. Loyal

PT Solusi Bangun Indonesia berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara

5. Adaptif

PT Solusi Bangun Indonesia terus melakukan inovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan

6. Kolaboratif

PT Solusi Bangun Indonesia membangun Kerjasama yang sinergi

4.2.4 Produk dan layanan

Produk produk yang dihasilkan PT Solusi Bangun Indonesia adalah produk semen kantong yang meliputi :

a. Dynamix serbaguna

Semen inovatif yang serbaguna yang bisa di gunakan untuk berbagai konstruksi yang bisa memberikan hasil yang halus,kuat dan tahan lama

b. Dynamix extra power

Semen dengan kekuatan yang extra dari dalam dan lebih cepat kering sehingga dapat mempercepat waktu Pembangunan semen ini di gunakan untuk membuat cor beton yang siap pakai

c. Dynamix masonry

Semen spesialis finising dengan harga yang ekonomis yang dapat di formulasikan khusus untuk dinding.

Produk selanjutnya yang dihasilkan PT Solusi Bangun Indonesia adalah produk semen curah, Semen Curah merupakan jenis semen khusus yang diproduksi dengan menyesuaikan keperluan pembangunan konstruksi yang meliputi :

a. EzPro

Merupakan produk ramah lingkungan yang mudah dikerjakan dan memiliki daya lekat yang sangat tinggi dengan demikian dapat mempermudah proses pengerjaan konstruksi dengan hasil ahir beton yang kuat serta permukaan yang lebih halus

b. MaxStrength

Semen Portland yang ramah lingkungan dengan panas hidrasi rendah serta pengembangan yang kuat dan tahan lama, memiliki ketahanan sulfat yang tinggi dan penetrasi klorida yang sangat rendah sesuai dengan kebutuhan Pembangunan proyek yang sangat besar

c. PwrPro

Produk semen dengan tekanan awal yang kuat yang ramah lingkungan waktu pengikatan yang optimal semen ini dapat digunakan untuk berbagai bangunan Gedung maupun infrastruktur

d. DuPro+

Merupakan material konstruksi ramah lingkungan dengan panel hidrasi rendah dan ketahanan yang optimal sebagai alternatif produk semen Portland type khusus yang mudah dikerjakan dan tahan lama

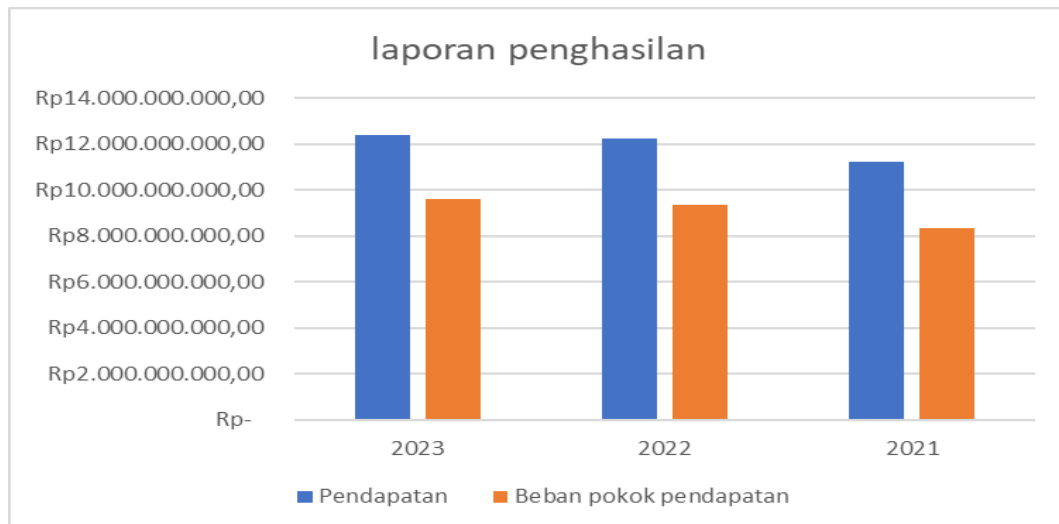
e. UltraPro

Memadukan kemudahan pengerjaan dan hasil ahir dengan kekuatan maksimal

f. SprintPro

Menawarkan kecepatan terbaik dengan panas hidrasi yang tetap terjaga

4.2.5 Laporan Keuangan PT Solusi Bangun Indonesia



Gambar 4. 4 Grafik Laporan Penghasilan PT Solusi Bangun Indonesia

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

Tabel 4. 1

Laporan Pendapatan PT Solusi Bangun Indonesia

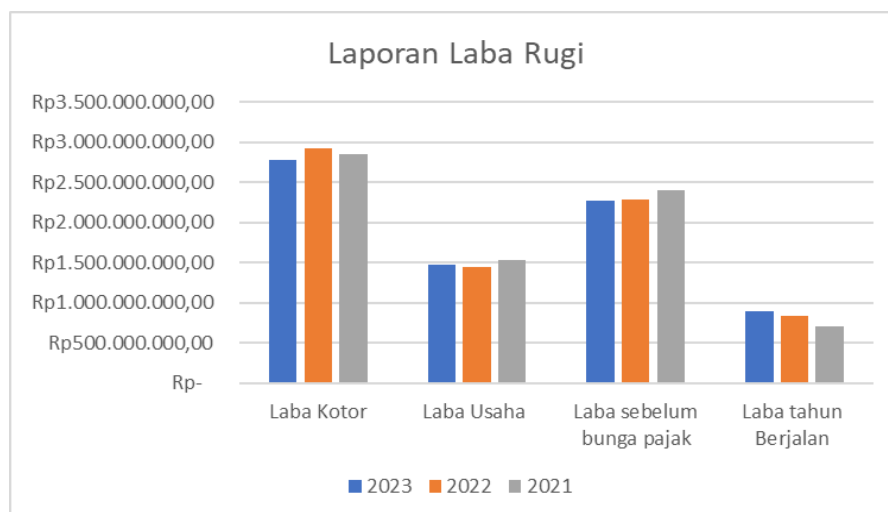
	2023	2022	2021
Pendapatan	Rp 12.371.333.000	Rp 12.262.048.000	Rp 11.218.181.000
Beban pokok pendapatan	Rp 9.597.271.000	Rp 9.330.140.000	Rp 8.365.429.000

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

Laporan penghasilan yang ditampilkan menunjukkan perkembangan pendapatan dan beban pokok pendapatan dalam tiga tahun, yaitu 2021, 2022, dan

2023. Dari grafik tersebut, terlihat bahwa pendapatan mengalami tren yang positif, dengan nilai tertinggi tercatat pada tahun 2023 sebesar Rp 12,37 milyar, Pendapatan ini menunjukkan pertumbuhan yang stabil dari tahun ke tahun, di mana tahun 2023 mengalami peningkatan signifikan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Dari perbandingan antara beban pokok pendapatan dan pendapatan, dapat dilihat bahwa meskipun pendapatan meningkat, proporsi beban pokok pendapatan masih cukup tinggi, terutama pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus lebih efisien dalam pengelolaan biaya untuk meningkatkan profitabilitas di masa mendatang. Pada tahun 2023, meskipun pendapatan tercatat tertinggi, efek dari beban pokok pendapatan yang relatif stabil juga perlu diperhatikan untuk memastikan bahwa pertumbuhan yang dicapai tidak hanya bersifat sementara, tetapi berkelanjutan dengan manajemen biaya yang baik.



Gambar 4. 5 Grafik Laporan Laba PT Solusi Bangun Indonesia

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

Tabel 4. 2

Laporan Laba Rugi PT Solusi Bangun Indonesia

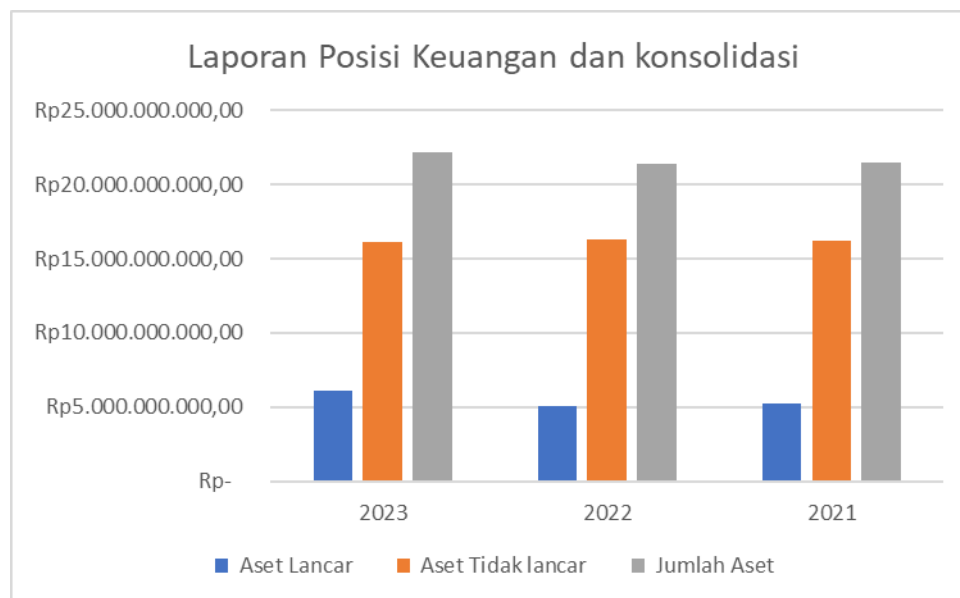
	2023	2022	2021
Laba Kotor	Rp 2.774.062.000	Rp 2.931.908.000	Rp 2.852.752.000
Laba Usaha	Rp 1.471.159.000	Rp 1.445.681.000	Rp 1.539.694.000
‘Laba sebelum bunga pajak	Rp 2.273.328.000	Rp 2.284.838.000	Rp 2.401.868.000
Laba tahun Berjalan	Rp 894.645.000	Rp 839.276.000	Rp 713.344.000

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

Selanjutnya adalah laporan laba rugi, Berdasarkan grafik laporan laba rugi di atas, terlihat bahwa kinerja keuangan perusahaan mengalami fluktuasi selama periode 2021-2023. Laba kotor menunjukkan performa yang paling tertinggi di antara semua kategori laba, dengan nilai sekitar Rp 2,7 milyar pada tahun 2023 dan mengalami fluktuasi selama tiga tahun terakhir. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan mampu mempertahankan margin kotor yang baik melalui pengelolaan biaya produksi yang efektif dan strategi dengan penetapan harga yang tepat.

Namun, terdapat penurunan signifikan pada laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dari sekitar Rp 2,4 milyar pada tahun 2021 menjadi Rp 2,2 milyar pada tahun 2022-2023. Penurunan ini kemungkinan disebabkan oleh peningkatan beban operasional seperti biaya administrasi, pemasaran, atau investasi dalam pengembangan bisnis. Menariknya, laba usaha mengalami sedikit fluktuasi dengan penurunan pada 2022 namun kembali pulih pada 2023, sementara laba tahun berjalan menunjukkan tren menurun dari Rp 900 juta pada 2021 menjadi sekitar Rp 800 juta pada 2023, Penurunan ini bisa disebabkan oleh meningkatnya beban pajak,

bunga, atau biaya lain setelah EBIT (*Earnings Before Interest and Taxes*), yang berpotensi menjadi perhatian utama dalam evaluasi kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan.



Gambar 4. 6 Grafik Laporan Posisi Keuangan dan Konsolidasi

PT Solusi Bangun Indonesia

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

Tabel 4. 3

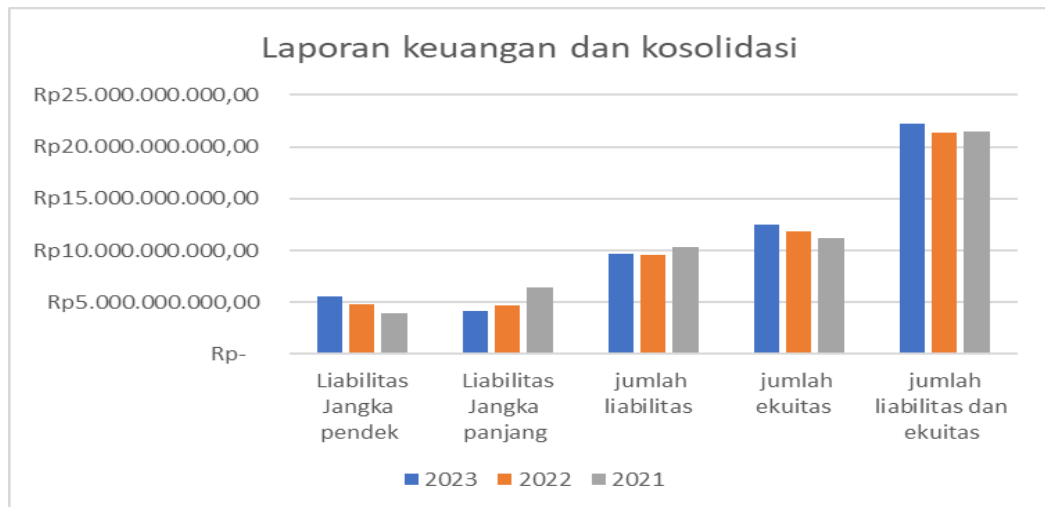
Laporan Posisi Keuangan dan Konsolidasi PT Solusi Bangun Indonesia

	2023	2022	2021
Aset Lancar	Rp 6.091.058.000	Rp 5.059.160.000	Rp 5.238.269.000
Aset Tidak lancar	Rp 16.155.681.000	Rp 16.319.350.000	Rp 16.252.754.000
Jumlah Aset	Rp 22.206.739.000	Rp 21.378.510.000	Rp 21.491.023.000

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

Berdasarkan laporan posisi keuangan dan konsolidasi di atas, terlihat bahwa struktur aset perusahaan didominasi oleh aset tidak lancar yang mencapai sekitar Rp 16 milyar secara konsisten selama periode 2021-2023. Komposisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki investasi besar dalam aset tetap seperti properti, pabrik, peralatan, atau investasi jangka panjang lainnya. Total aset perusahaan relatif stabil di kisaran Rp 21-22 milyar, mengindikasikan ukuran bisnis yang sudah mapan dan konsolidasi yang baik dalam pengelolaan sumber daya.

Aset lancar perusahaan mengalami fluktuasi yang cukup menarik, dimana pada tahun 2023 terjadi peningkatan menjadi sekitar 6 milyar dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sekitar 5 milyar. Peningkatan aset lancar ini bisa mengindikasikan perbaikan dalam likuiditas perusahaan, peningkatan kas dan setara kas, atau akumulasi piutang dan persediaan yang lebih besar. Stabilitas total aset yang terjaga selama tiga tahun terakhir menunjukkan bahwa perusahaan mampu mempertahankan skala operasinya dengan baik, meskipun terdapat realokasi antara aset lancar dan tidak lancar sesuai dengan kebutuhan strategis bisnis.



Gambar 4. 7 Grafik Laporan Keuangan dan Konsolidasi

PT Solusi Bangun Indonesia

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

Tabel 4. 4

Laporan Keuangan dan Konsolidasi PT Solusi Bangun Indonesia

	2023	2022	2021
Liabilitas Jangka Pendek	Rp 5.518.883.000	Rp 4.849.160.000	Rp 3.899.406.000
Liabilitas Jangka Panjang	Rp 4.183.242.000	Rp 4.669.312.000	Rp 6.392.545.000
Jumlah Liabilitas	Rp 9.702.125.000	Rp 9.518.472.000	Rp 10.291.951.000
Jumlah Ekuitas	Rp 12.504.614.000	Rp 11.860.039.000	Rp 11.199.072.000
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas	Rp 22.206.739.000	Rp 21.378.510.000	Rp 21.491.023.000

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

Berdasarkan laporan keuangan dan konsolidasi di atas yaitu liabilitas dan ekuitas, struktur permodalan perusahaan menunjukkan pola yang cukup stabil selama periode 2021-2023. Liabilitas jangka pendek mengalami sedikit peningkatan dari sekitar Rp 3,8 milyar pada tahun 2021 menjadi Rp 5,5 milyar pada tahun 2023, yang mengindikasikan adanya peningkatan kewajiban operasional seperti utang dagang, biaya yang masih harus dibayar, atau utang bank jangka pendek. Sementara itu, liabilitas jangka panjang relatif stabil di kisaran Rp 4,5 - 5 milyar, menunjukkan konsistensi dalam struktur pembiayaan jangka panjang perusahaan.

Total liabilitas perusahaan mengalami penurunan bertahap dari Rp 10,2 triliun pada tahun 2021 menjadi sekitar Rp 9,7 milyar pada tahun 2022-2023. Menariknya, jumlah ekuitas menunjukkan tren yang fluktuatif, namun kembali meningkat pada tahun 2023 menjadi sekitar Rp 12,5 milyar. Peningkatan ekuitas ini bisa disebabkan oleh akumulasi laba ditahan, penambahan modal, atau revaluasi aset yang memberikan dampak positif terhadap posisi ekuitas perusahaan.

Total liabilitas dan ekuitas menunjukkan konsistensi yang baik di kisaran Rp 21-22 milyar selama tiga tahun terakhir, yang sejalan dengan total aset yang telah dianalisis sebelumnya. Rasio antara liabilitas dan ekuitas menunjukkan bahwa perusahaan memiliki struktur permodalan yang relatif seimbang, dengan tingkat leverage yang terkendali. Stabilitas ini mengindikasikan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber pendanaan dengan baik, baik dari sisi utang maupun modal sendiri, sehingga memberikan fondasi keuangan yang solid untuk operasional dan pengembangan bisnis ke depan.

4.2.6 Alokasi Anggaran CSR



Gambar 4.8 Grafik Alokasi Anggaran

Sumber : <https://solusibangunindonesia.com>

Diagram di atas menampilkan perbandingan alokasi anggaran Corporate Social Responsibility (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia pada tahun 2022 dan 2023 berdasarkan tiga pilar utama: Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan. Sumbu horizontal menunjukkan jenis pilar, sementara sumbu vertikal menunjukkan jumlah anggaran dalam satuan miliar rupiah.

Pada Pilar Sosial, alokasi anggaran pada tahun 2022 sedikit lebih tinggi dibandingkan tahun 2023, meskipun selisihnya tidak signifikan. Hal yang sama juga terjadi pada Pilar Ekonomi, di mana terjadi penurunan yang sedikit lebih terlihat dari sekitar 5,48 milyar rupiah di 2022 menjadi 4,94 milyar rupiah di 2023. Penurunan ini bisa menunjukkan adanya efisiensi atau perubahan prioritas dalam program-program CSR yang berbasis ekonomi di perusahaan tersebut.

Sementara itu, Pilar Lingkungan memiliki anggaran yang paling kecil dibandingkan dua pilar lainnya di kedua tahun. Namun, meskipun angkanya lebih rendah, alokasinya tetap cukup stabil, hanya mengalami sedikit penurunan. Ini menunjukkan bahwa aspek lingkungan tetap diperhatikan oleh perusahaan meskipun bukan menjadi pilar dengan prioritas anggaran tertinggi. Secara keseluruhan, diagram ini memberikan gambaran bahwa perusahaan melakukan alokasi anggaran CSR secara proporsional, dengan perubahan yang relatif kecil dari tahun ke tahun, yang mungkin disesuaikan dengan kondisi ekonomi atau strategi perusahaan.

Pilar Ekonomi mengalami penurunan anggaran yang lebih signifikan dibandingkan pilar lainnya. Penurunan ini mungkin mencerminkan efisiensi biaya atau penyesuaian strategi program CSR ekonomi. Laporan tahunan SBI menekankan penerapan prinsip ekonomi sirkular dan inovasi sebagai landasan untuk mempertahankan kinerja saat menghadapi tantangan pasar yang kompetitif. Penyesuaian anggaran dapat jadi bagian dari strategi efisiensi dan efektivitas program.

4.3 Mekanisme *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun

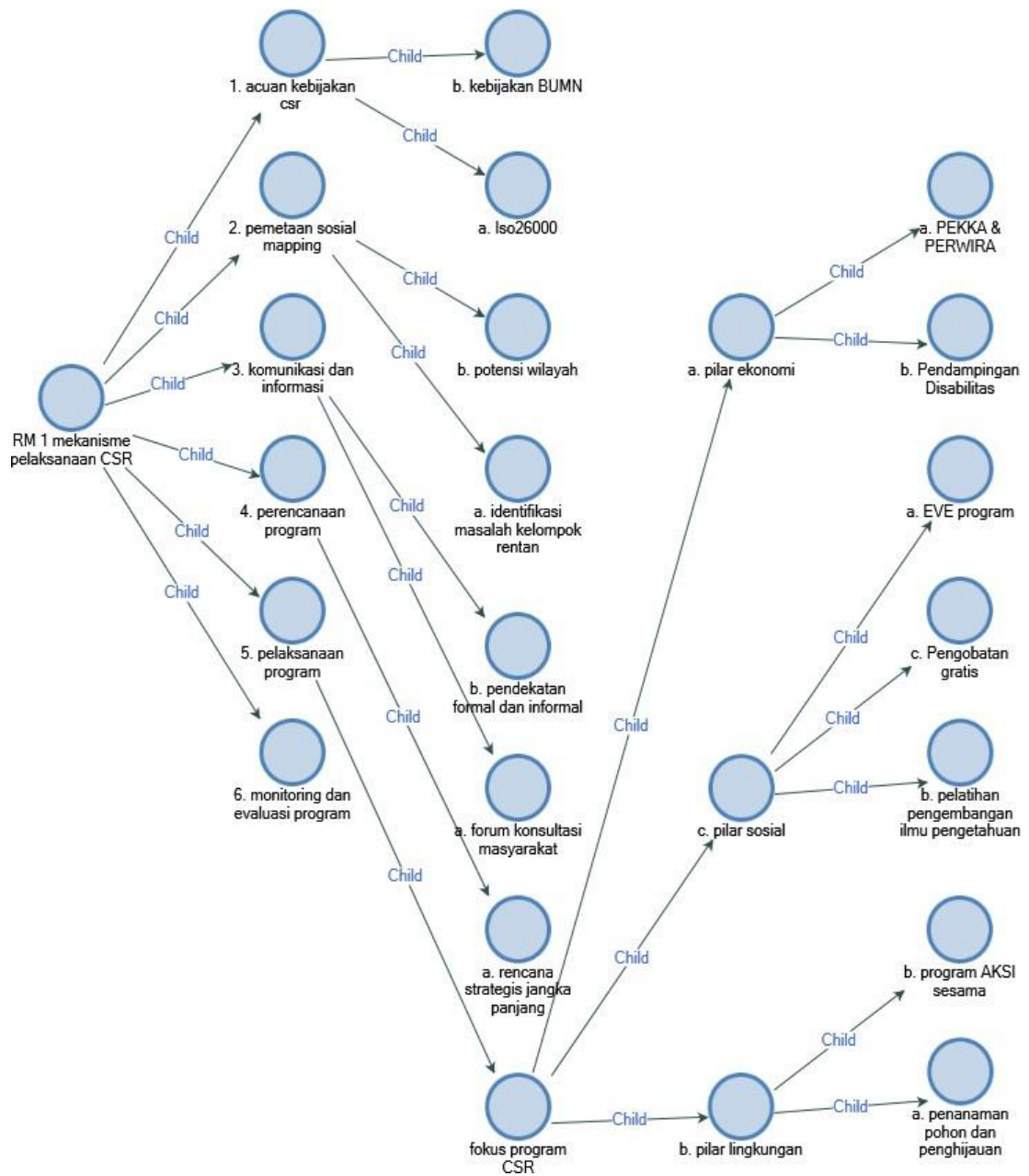
Indonesia

Berdasarkan wawancara Bapak Yunani Rizal dan Bapak Kusno Hartoyo, ada enam tahapan mekanisme pelaksanaan dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Solusi Bangun Indonesia Tbk (SBI) sebagai berikut :

1. Acuan Kebijakan Perusahaan
2. Penetapan *Social Mapping*
3. Komunikasi dan Informasi
4. Perencanaan Program
5. Pelaksanaan Program
6. Monitoring dan Evaluasi Program

Hal ini berarti sudah searah dengan upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi perusahaan, menciptakan mata pencaharian dan meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar dan juga mengelola sumber daya lingkungan dengan penuh tanggung jawab.

Enam tahapan mekanisme pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia dapat dilihat pada analisis berikut ini



Gambar 4. 8 Mekanisme Pelaksanaan CSR

Sumber : Data analisis Nvivo

4.3.1 Acuan kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi

Bangun Indonesia

Dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia memiliki panduan yang jelas sebagai bentuk tanggung jawab sosial untuk membantu perusahaan melakukan kegiatan sosialnya panduan ini bertujuan untuk memastikan program program yang dijalankan memberikan arah yang strategis yang jelas tentang program program social yang akan di jalankan dan memastikan program program tersebut dapat berdampak nyata bagi masyarakat sekitar lingkungan perusahaan, panduan yang di jalankan PT Solusi Bangun Indonesia sebagai berikut:

4.3.1.1 Kebijakan Iso 26000

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024), terungkap bahwa perusahaan telah mengimplementasikan standard internasional ISO 26000 sebagai panduan dalam pelaksanaan aktivitas bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan. Pilihan untuk mengadopsi ISO 26000 menunjukkan komitmen perusahaan dalam menjalankan praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terstandarisasi dan sesuai dengan standar internasional. Hal ini mencerminkan keseriusan PT SBI dalam memastikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) mereka memiliki dampak positif yang terukur dan berkelanjutan.

Dalam implementasinya, PT SBI menggunakan ISO 26000 sebagai kerangka kerja komprehensif yang memandu seluruh tahapan program *Corporate*

Social Responsibility (CSR), mulai dari perencanaan, pelaksanaan, monitoring, hingga evaluasi (Kusno Hartoyo, 2024). Pendekatan sistematis ini memungkinkan perusahaan untuk memastikan setiap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan telah melalui proses yang terstruktur dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan mengikuti panduan ISO 26000, PT SBI dapat memastikan bahwa setiap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan memiliki tujuan yang jelas dan dapat diukur keberhasilannya.

PT SBI menerapkan berbagai prinsip penting yang terkandung dalam ISO 26000, termasuk akuntabilitas, transparansi, penghormatan pada kepentingan *stakeholder*, kepedulian terhadap lingkungan hidup dan tata kelola perusahaan yang baik (Kusno Hartoyo, 2024). Prinsip-prinsip ini menjadi fondasi dalam setiap pengambilan keputusan terkait program *Corporate Social Responsibility* (CSR), memastikan bahwa setiap inisiatif yang dijalankan tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan tetapi juga bagi seluruh pemangku kepentingan.

4.3.1.2 Kebijakan BUMN

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024), PT SBI telah merancang program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang selaras dengan strategi yang telah ditetapkan dalam peta (*roadmap*) perusahaan. Peta jalan ini disusun dengan mengacu pada Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/04/2021, yang memberikan kerangka regulasi dan panduan bagi perusahaan BUMN dalam menjalankan program tanggung jawab sosialnya. Kepatuhan terhadap regulasi ini

menunjukkan komitmen PT SBI dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tidak hanya memenuhi aspek hukum tetapi juga memberikan dampak nyata bagi masyarakat.

4.3.2 Pemetaan *Social Mapping*

Pemetaan *social mapping* merupakan langkah awal dalam pengembangan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), PT Solusi Bangun Indonesia menerapkan pendekatan yang inklusif melalui proses pemetaan sosial yang komprehensif. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan potensi masyarakat secara akurat, serta memahami dinamika sosial yang ada di wilayah operasional perusahaan, menurut Bapak Yunani Rizzal selaku GA&Community relations manajer (2024). Melalui pemetaan sosial ini, PT SBI dapat merancang program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat (Kusno Hartoyo, 2024). Dalam menentukan *social mapping* ada beberapa permasalahan yang terjadi di masyarakat sekitar, analisis situasi akan memberikan informasi untuk mengetahui dan menentukan permasalahan yang ada di masyarakat. Pada tahapan ini Community Relations PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Tuban melakukan pemetaan sosial atau *social mapping* dengan pemetaan terhadap demografi wilayah, potensi wilayah dan potensi sosial. menurut Bapak Yunani Rizzal (2024) *social mapping* dilakukan secara periodik dengan melibatkan pihak ketiga yaitu bekerjasama dengan akademisi dalam hal ini PT Solusi Bangun Indonesia menunjuk akademisi dari Universitas Gadjah Mada (UGM) untuk melakukan

penelitian serta mengetahui permasalahan sosial yang sedang dihadapi oleh masyarakat, hal tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan sosial serta mengeksplorasi potensi dan kebutuhan yang ada di masyarakat dalam hal ini ada beberapa aspek permasalahan yang di temukan yaitu:

4.3.2.1 Identifikasi Masalah Kelompok Rentan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024), setelah melihat dari hasil studi *social mapping* yang dilakukan oleh pihak PT Solusi Bangun Indonesia di temukan banyak masyarakat sekitar perusahaan ini rata rata usia sudah berumur namun ada juga yang namanya kelompok rentan yang merupakan kelompok yang perlu untuk di kembangkan dari beberapa aspek termasuk orang-orang disabilitas, Perempuan yang hidup sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarganya kelompok kelompok seperti ini yang harus di dorong untuk dikembangkan

Perusahaan menyadari pentingnya memahami kebutuhan masyarakat, khususnya kelompok rentan, melalui metode social mapping. Pendekatan sistematis ini memungkinkan identifikasi mendalam terhadap berbagai kebutuhan spesifik yang dimiliki oleh setiap komunitas, dengan fokus utama pada aspek ekonomi dan pemberdayaan penyandang disabilitas.

Perusahaan mengembangkan strategi pemberdayaan yang disesuaikan dengan kemampuan dan potensi individual, misalnya, untuk individu dengan keterampilan tambal ban, perusahaan memberikan dukungan berupa peralatan dan

stimulan usaha, serta melakukan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan kemandirian dan kemajuan usaha yang sudah di jalankan

4.3.2.2 Potensi Wilayah

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya yang dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat, sesuai dengan karakteristik dan potensi wilayah setempat. Dalam wawancara dengan Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024), menjelaskan bahwa pendekatan berbasis kebutuhan dilakukan melalui pemetaan social (*social mapping*) untuk mengidentifikasi potensi wilayah dari masing-masing desa di sekitar perusahaan. Sebagai contoh, Desa Merkawang dan Desa Gelondonggede memiliki karakteristik yang berbeda, dengan potensi masing-masing sebagai desa pertanian dan desa nelayan. Social mapping membantu perusahaan untuk memahami kebutuhan spesifik kedua desa tersebut, sehingga program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dirancang secara relevan (sesuai kebutuhan masing-masing) dan berdampak nyata.

Menurut Bapak Kusno Hartoyo (2024) dalam keberhasilan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) harus menekankan pentingnya peran *stakeholder* lokal, terutama pemerintah desa, karena memiliki wawasan mendalam mengenai kebutuhan masyarakatnya, and sehingga mereka menjadi mitra strategis perusahaan dalam proses pengambilan keputusan terkait program. Keterlibatan aktif dari pihak desa memastikan bahwa program *Corporate Social Responsibility*

(CSR) tidak hanya relevan, tetapi juga benar-benar bermanfaat dan dapat diterima oleh masyarakat setempat.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini juga menyoroti pentingnya kolaborasi antara perusahaan dan masyarakat. Dengan memahami karakteristik wilayah melalui social mapping dan studi tambahan, program-program yang diluncurkan dapat disesuaikan dengan konteks lokal. Pendekatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat hubungan antara perusahaan dan komunitas di sekitarnya

4.3.3 Komunikasi dan informasi

Komunikasi dan informasi sangat penting dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024) PT Solusi Bangun Indonesia berusaha menciptakan pemahaman yang jelas antara perusahaan, masyarakat, dan pemangku kepentingan. Dengan komunikasi yang efektif, perusahaan dapat menjelaskan visi dan tujuan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada masyarakat lokal serta pemangku kepentingan lainnya. Informasi yang transparan memastikan bahwa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dirancang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga manfaat yang diberikan lebih relevan dan berdampak positif.

Selain itu, komunikasi yang baik membantu membangun kepercayaan dan kredibilitas perusahaan. PT Solusi Bangun Indonesia secara aktif menyampaikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui media masa, laporan

tahunan, atau dialog dengan masyarakat, hal ini menunjukkan komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Informasi yang jelas dan akurat dapat membantu mencegah kesalahpahaman yang akan merugikan hubungan antara perusahaan dan masyarakat, sekaligus dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik.

Komunikasi yang dilakukan oleh PT Solusi Bangun Indonesia diantaranya adalah sebagai berikut:

4.3.3.1 Forum Konsultasi Masyarakat (FKM)

Forum Konsultasi Masyarakat (FKM) merupakan wadah penting yang diciptakan oleh perusahaan untuk menjalin komunikasi dengan pemerintah, masyarakat, dan berbagai pemangku kepentingan yang berkaitan erat dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024) FKM ini adalah forum yang diciptakan untuk berkonsultasi dengan pemerintah dan *stakeholder*. Diharapkan dari FKM ini menampung saran-saran dan masukan untuk pelaksanaan program sehingga dapat menyempurnakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan oleh PT Slusi Bangun Indonesia.

FKM ini melibatkan berbagai pihak, seperti camat, pejabat musyawarah pimpinan kecamatan, pemerintah desa, tokoh masyarakat, tokoh perempuan, hingga penerima manfaat. Tidak hanya itu, FKM juga mengundang pendamping program seperti PIA dan institusi akademik, misalnya universitas yang berperan

dalam memberikan dukungan teknis. Melalui kehadiran mereka, FKM menjadi platform kolaboratif untuk memastikan pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berjalan optimal.

Hal ini penting agar program yang dilaksanakan tidak hanya sekedar formalitas, tetapi benar-benar relevan dengan kebutuhan lokal, berkelanjutan, dan memberikan dampak positif bagi masyarakat luas.

4.3.3.2 Komunikasi Formal dan Informal

Dalam menjalankan program komunikasi menjadi aspek yang penting baik komunikasi secara formal atau komunikasi secara informal menurut Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024) sarana komunikasi formal yang kami selenggarakan untuk berinteraksi dengan pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan terkait. Forum ini dilaksanakan minimal satu kali dalam setahun, meskipun dalam kondisi normal kami biasanya mengadakan pertemuan sebanyak dua kali setahun. Namun, pada masa pandemi Covid-19, frekuensi pertemuan sempat dikurangi menjadi setahun sekali demi menyesuaikan dengan protokol kesehatan dan kebijakan yang berlaku.

Forum komunikasi dirancang sebagai platform konsultasi yang melibatkan berbagai pihak, mulai dari perwakilan pemerintah seperti camat dan perangkat kecamatan, hingga pemerintah desa dan tokoh-tokoh masyarakat. Kehadiran mereka sangat penting untuk memastikan bahwa program dan kebijakan yang kami jalankan selaras dengan kebutuhan dan regulasi yang ditetapkan oleh otoritas setempat. Selain itu, forum ini juga menjadi media untuk menyampaikan aspirasi

dan masukan dari lapangan forum komunikasi juga berfungsi sebagai wadah transparansi dan akuntabilitas, di mana kami menyampaikan laporan progres program serta mendiskusikan tantangan yang dihadapi. Pemerintah dan *stakeholder* yang hadir dapat memberikan masukan, kritik, atau dukungan untuk memastikan bahwa kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat dan lingkungan.

4.3.4 Perencanaan Program

Perencanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia di rancang untuk memandu perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Rencana ini mencakup tujuan, strategi, dan langkah-langkah konkret yang akan diambil untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan. Menurut Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relation Coordinator (2024) menyebutkan bahwa Rencana Kerja Tahunan (RKP) menjadi dokumen kunci dalam perencanaan program, yang mencakup rincian langkah yang akan diambil setiap tahun, termasuk alokasi anggaran untuk tiap program. Penyusunan RKP dilakukan dengan mengacu pada *roadmap* jangka panjang, memastikan setiap langkah yang diambil berkontribusi langsung terhadap visi besar yang ingin dicapai. Dalam proses ini, estimasi anggaran disiapkan untuk mendukung implementasi program secara maksimal, sehingga setiap inisiatif dapat dijalankan dengan sumber daya yang memadai bagi masyarakat.

4.3.4.1 Rencana Strategi Jangka Panjang

Perencanaan strategis program *Corporate Social Responsibility* (CSR) melibatkan penyusunan *roadmap* jangka panjang yang dirancang setiap lima tahun. Roadmap ini menetapkan visi utama dan langkah strategis untuk mencapai tujuan perusahaan dalam periode tersebut. Menurut Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024) rencana kerja tahunan dirumuskan secara rinci dalam Rencana Kerja dan Anggaran Program (RKAP), yang mencakup langkah-langkah yang harus diambil setiap tahun. RKAP digunakan untuk menentukan anggaran tahunan yang diajukan kepada manajemen sebagai dasar persetujuan sebelum program dijalankan.

Selain mempunyai rencana kerja tahunan perusahaan juga memiliki rencana jangka panjang, dalam wawancara yang dilakukan dengan Bapak Kusno menjelaskan bahwa Rencana Strategi Jangka Panjang (Renestra) menjadi dasar bagi perusahaan untuk merancang program-program yang tidak hanya berorientasi pada tujuan jangka pendek, tetapi juga mendukung visi jangka panjang perusahaan (Kusno 2024). Hal ini menunjukkan pentingnya Renestra sebagai alat navigasi dalam menentukan arah perusahaan, memastikan setiap program yang dijalankan memiliki kontribusi terhadap capaian besar yang ingin diraih di masa depan.

Menurut Bapak Kusno Hartoyo (2024) mengatakan bahwa setiap tahun, manajemen menentukan apa yang perlu dilakukan untuk mendukung tujuan yang telah ditetapkan dalam Renestra. Langkah ini tidak hanya membantu perusahaan dalam memecah visi besar menjadi langkah-langkah konkret tetapi juga memberikan kejelasan operasional kepada setiap bagian dalam perusahaan. Dengan

demikian, setiap program kerja tahunan menjadi bagian penting dari strategi jangka panjang perusahaan

4.3.5 Pelaksanaan program

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah proses di mana perusahaan mengimplementasikan kegiatan yang bertujuan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya dalam hal ini PT Solusi Bangun Indonesia memiliki beberapa focus program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang di bagi menjadi 3 pilar sebagai berikut :

1. Pilar ekonomi,
2. Pilar sosial dan
3. Pilar lingkungan

Tiga pilar ini merupakan program program yang sudah dijalankan oleh perusahaan selama tahun 2024

4.3.5.1 Pilar Ekonomi

4.3.5.1.1 PEKKA & PERWIRA

Program Pendidikan Ekonomi Bagi Kelompok Perempuan (PEKA & PERWIRA) adalah inisiatif sosial yang diimplementasikan oleh PT Solusi Bangun Indonesia Tuban untuk memberdayakan kelompok perempuan, terutama perempuan kepala keluarga dan perempuan wirausaha. Menurut Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024), bahwa program ini dirancang untuk membantu kelompok rentan yang sering kali menghadapi

tantangan sosial dan ekonomi yang signifikan. Sasaran utama dari program ini adalah mengatasi kekhawatiran mereka akan masa depan serta mendorong mereka untuk membangun kesadaran kritis dan visi hidup yang lebih baik (Kusno Hartoyo, 2024). Melalui pendekatan ini, program PEKA Perwira bertujuan untuk mengubah pola pikir bahwa tantangan hidup hanya bisa dihadapi dengan mau untuk berkembang dan tidak menerima keadaan

Menurut Bapak Kusno Hartoyo (2024) Salah satu langkah awal dalam program ini adalah menyadarkan para peserta mengenai pentingnya pendidikan, baik untuk diri mereka sendiri maupun anak-anak mereka, Berdasarkan hasil *social mapping* tahun 2008, ditemukan bahwa 70% masyarakat di sekitar program hanya memiliki pendidikan Sekolah Dasar (SD). Hingga saat ini, angka tersebut telah menurun menjadi sekitar 50%, menandakan peningkatan kesadaran akan pentingnya pendidikan. Melalui dialog dan bimbingan, para ibu didorong untuk memiliki aspirasi yang lebih tinggi, seperti memastikan anak-anak mereka menyelesaikan pendidikan hingga tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA), sehingga dapat memiliki peluang kerja yang lebih baik

Setelah menanamkan kesadaran akan pendidikan dan pentingnya perubahan, program PEKA Perwira melanjutkan dengan menggali potensi serta kebutuhan para perempuan untuk berwirausaha. Dengan pendekatan personal seperti kunjungan ke rumah, diskusi santai, dan mendengarkan cerita mereka tentang keluhan tentang apa yang mereka alami, program ini berhasil memotivasi para perempuan untuk menemukan gagasan usaha yang sesuai dengan potensi lokal mereka. Setelah itu, peserta diberikan pelatihan tentang pengelolaan usaha rintisan,

perencanaan bisnis sederhana, hingga peningkatan kualitas produk. Tahapan ini dilakukan secara bertahap untuk memastikan setiap peserta memahami proses usaha dari awal hingga siap untuk memasarkan produk mereka.

4.3.5.1.2 Pendampingan Disabilitas

Program pendampingan disabilitas ini sebenarnya prosesnya sama dengan program PEKKA PERWIRA dalam wawancara dengan Bapak Kusno Hartoyo selaku GA & Community Relation Coordinator (2024) PT Solusi Bangun Indonesia bekerjasama dengan beberapa *steakholder* seperti pemerintah desa untuk mengetahui data- data dan keadaan masyarakat yang ada di desa tersebut, dengan Pusat Kegiatan Masyarakat (PKM) serta tokoh tokoh masyarakat yang ada di sekitar perusahaan. PT Solusi Bangun Indonesia juga bekerjasama dengan forum kelompok disabilitas yang ada di Tuban yang di pimpin oleh mbak Vira Fitria. Mbak Vira Fitria, adalah seorang disabilitas yang telah sukses menempuh pendidikan hingga jenjang S2 dan kini aktif sebagai relawan. Mbak Vira memiliki peran penting dalam membantu pemerintah dan masyarakat Tuban, khususnya dalam meningkatkan kepercayaan diri para penyandang disabilitas. Selama tiga tahun terakhir, telah terjalin kerjasama yang fokus pada pemberdayaan disabilitas, dengan tujuan utama membangun mental dan kepercayaan diri mereka, yang seringkali menjadi tantangan utama.

Pada tahun ini, program yang dijalankan bersama Forum Disabilitas Tuban menyasar sekolah-sekolah yang memiliki siswa disabilitas. Tujuannya adalah untuk melakukan penguatan di tingkat sekolah maupun dengan para siswa, dengan fokus pada peningkatan kepercayaan diri dan pemahaman tentang nilai-nilai hak asasi

manusia. Program ini juga melibatkan asosiasi terkait untuk memastikan bahwa hak-hak disabilitas terpenuhi di lingkungan pendidikan. Selain itu, kerjasama ini juga melibatkan berbagai *stakeholder* untuk menangani kelompok rentan di sekitar perusahaan, menunjukkan komitmen atau inisiatif yang dilakukan tidak hanya bersifat simbolis, tetapi benar-benar dirancang untuk menciptakan perubahan yang berarti dan berkelanjutan bagi kelompok rentan, seperti penyandang disabilitas, melalui pendekatan yang komprehensif dan melibatkan banyak pihak.

4.3.5.2 Pilar Sosial

4.3.5.2.1 EVE Program

Program Pendidikan Vokasi Berbasis Perusahaan (EVE) yang diinisiasi oleh PT Solusi Bangun Indonesia merupakan langkah strategis dalam mendukung peningkatan kualitas sumber daya manusia di wilayah sekitar operasional perusahaan. Program ini dirancang untuk memberikan akses pendidikan yang relevan dan aplikatif, terutama di bidang teknik mesin dan rekayasa industri semen. Melalui kolaborasi dengan Politeknik Negeri Jakarta, PT Solusi Bangun Indonesia menunjukkan komitmennya terhadap pembangunan pendidikan vokasi yang terarah dan sesuai dengan kebutuhan industri.

Fokus utama dari Program EVE adalah membekali peserta dengan keterampilan teknis yang kuat serta pengembangan soft skills yang dibutuhkan di dunia kerja modern. Dengan menjamin transparansi dalam proses rekrutmen, PT Solusi Bangun Indonesia memastikan bahwa peserta yang lolos benar-benar memiliki potensi dan komitmen untuk berkembang. Lulusan dari program ini mendapatkan keistimewaan dalam proses perekrutan tenaga kerja, khususnya untuk

posisi yang memerlukan kualifikasi Diploma III, menjadikan EVE sebagai jembatan yang efektif antara dunia pendidikan dan dunia industri.

Sejak diluncurkan pada tahun 2021, Program EVE telah membuktikan efektivitasnya dengan mencetak 68 lulusan yang telah direkrut secara konsisten oleh PT Solusi Bangun Indonesia hingga tahun 2023. Angka ini menunjukkan keberhasilan program dalam menjawab kebutuhan tenaga kerja yang kompeten dan siap pakai. Program ini tidak hanya memperkuat posisi PT Solusi Bangun Indonesia sebagai perusahaan yang peduli terhadap pendidikan dan pemberdayaan masyarakat, tetapi juga menjadi model kolaborasi antara dunia industri dan institusi pendidikan dalam menciptakan ekosistem vokasi yang berkelanjutan.

4.3.5.2.2 Pelatihan Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan dinamika industri, perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan guna memastikan efisiensi dan produktivitas kerja. Tanpa program pengembangan yang efektif, perusahaan berisiko gagal menyiapkan pemimpin masa depan yang kompeten. Oleh karena itu, PT Solusi Bangun Indonesia berkomitmen untuk memperkuat kompetensi teknis dan kepemimpinan melalui berbagai inisiatif pelatihan, sekaligus mendorong inovasi dan kreativitas di semua lini untuk mendukung tujuan strategis perusahaan. Program ini tidak hanya memastikan karyawan tetap termotivasi, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan dan inovasi perusahaan.

Sepanjang tahun 2023, PT Solusi Bangun Indonesia telah menyelenggarakan 562 pelatihan. Selain pelatihan internal, PT Solusi Bangun

Indonesia juga memfasilitasi karyawan untuk mengembangkan minat dan keahlian baru melalui platform *LinkedIn Learning*. Dengan akses ke narasumber ahli kelas dunia, karyawan dapat mengikuti pelatihan secara fleksibel, kapan saja dan di mana saja. Ini tidak hanya mendukung pengembangan profesional terkait pekerjaan, tetapi juga memungkinkan peningkatan kapasitas individu secara holistik. Dengan demikian, PT Solusi Bangun Indonesia tidak hanya membangun SDM yang unggul untuk kebutuhan saat ini, tetapi juga mempersiapkan talenta siap masa depan.

4.3.5.3 Pilar Lingkungan

Dalam pilar lingkungan PT Solusi Bangun Indonesia berupaya dalam menjaga keanekaragaman hayati dan ekosistem alam di sekitar wilayah operasionalnya, khususnya di area pabrik dan tambang. Perusahaan juga menyadari bahwa mereka merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari alam dan memiliki tanggung jawab untuk melestarikan lingkungan bersama masyarakat setempat. Untuk mewujudkan hal ini, perusahaan menerapkan program pengelolaan keanekaragaman hayati berdasarkan standar *Biodiversity Management System* (BMS). Tujuannya adalah memastikan keberlanjutan ekosistem dan habitat makhluk hidup di sekitarnya, sekaligus meminimalkan dampak negatif dari aktivitas operasional.

4.3.5.3.1 Penanaman Pohon dan Penghijauan

Dalam pilar lingkungan ini Perusahaan memiliki komitmen yang kuat terhadap kelestarian lingkungan dengan mengimplementasikan program penanaman pohon di sekitar area pabrik menurut Bapak Kusno Hartoyo selaku

Community relations Coordinator (2024) mengatakan bahwa, program ini dilakukan sebagai bagian dari pilar lingkungan yang menjadi fokus utama perusahaan dalam menjaga keseimbangan ekosistem. Dalam menjalankan inisiatif ini, perusahaan bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup serta melibatkan partisipasi aktif dari anak-anak sekolah mulai dari tingkat SD hingga SMA. Melalui kegiatan ini, diharapkan generasi muda dapat lebih sadar akan pentingnya penghijauan dan turut serta dalam upaya menjaga lingkungan.

Bapak Kusno Hartoyo (2024) juga menegaskan bahwa Hingga saat ini, sudah terdapat sekitar 300 hingga 400 pohon yang telah ditanam di sekitar pabrik. Jumlah ini terus bertambah seiring berjalannya waktu, menunjukkan komitmen perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang lebih hijau dan asri. Dengan adanya program ini, area sekitar pabrik menjadi lebih sejuk, mengurangi dampak polusi, serta berkontribusi terhadap peningkatan kualitas udara. Selain itu, penghijauan ini juga memberikan manfaat jangka panjang dalam upaya mitigasi perubahan iklim dan peningkatan keanekaragaman hayati di sekitar pabrik, keberlanjutan program ini akan terus dijaga dengan menanam lebih banyak pohon di masa mendatang. Perusahaan juga akan terus berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk memastikan bahwa upaya penghijauan ini berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar.

4.3.5.3.2 Program AKSI SESAMA

Program AKSI Sedekah Sampah Bersama (AKSI SESAMA) merupakan inisiatif kepedulian lingkungan yang diadakan dalam rangka memperingati ulang

tahun PT Solusi Bangun Indonesia, dalam wawancara dengan Bapak Kusno Hartoyo selaku community relations Coordinator (2024) mengatakan bahwa Program ini tidak hanya bertujuan untuk merayakan momen penting perusahaan, tetapi juga mendorong partisipasi aktif seluruh karyawan dalam upaya pelestarian lingkungan. Melalui kegiatan ini, karyawan diajak untuk membersihkan rumah masing-masing serta memilah sampah, khususnya sampah anorganik yang masih memiliki nilai ekonomi.

Setelah proses pemilahan dilakukan, sampah yang telah dipisahkan kemudian dibawa oleh para karyawan ke bank sampah yang telah ditentukan. Ini menjadi langkah nyata dalam mendukung pengelolaan sampah berbasis masyarakat serta mendorong ekonomi sirkular. Sebagai bentuk apresiasi, setiap karyawan yang terlibat dalam program ini menerima souvenir sebagai kenang-kenangan atas kontribusi mereka dalam mendukung lingkungan bersih dan sehat.

Menariknya, hasil penjualan sampah yang disetorkan ke bank sampah tidak digunakan untuk keuntungan pribadi, melainkan disumbangkan kembali ke bank sampah setempat. Hal ini menunjukkan bahwa AKSI SESAMA tidak hanya memiliki nilai lingkungan, tetapi juga nilai sosial yang tinggi. Program ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, sekaligus menanamkan nilai kepedulian terhadap lingkungan hidup di kalangan internal perusahaan.

4.3.6 Monitoring dan Evaluasi Program

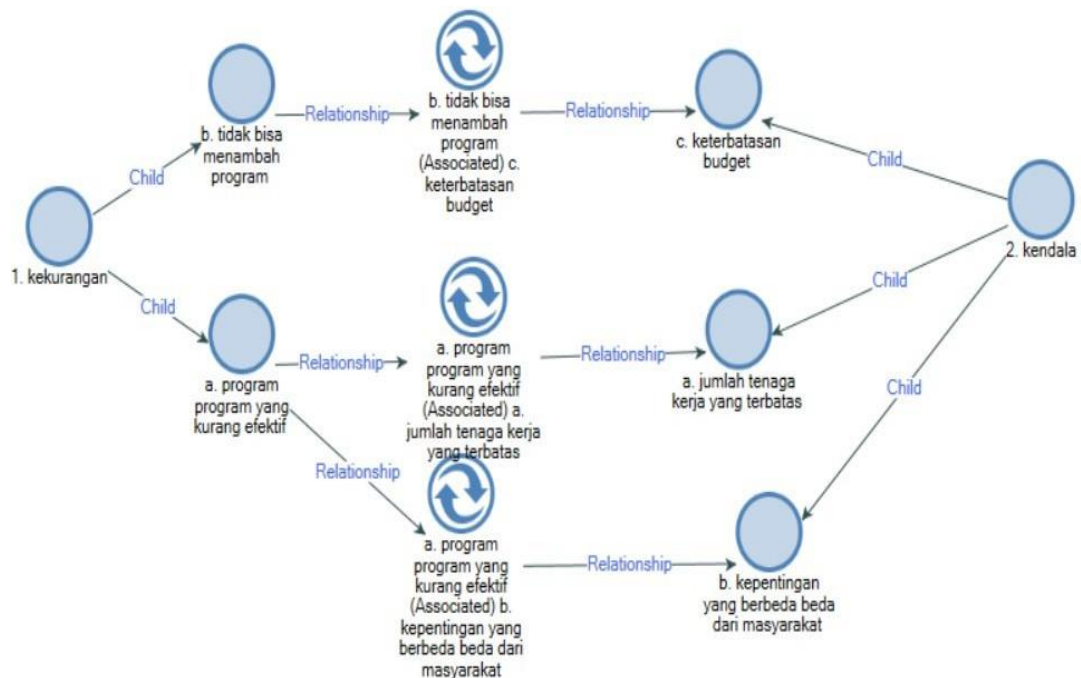
Monitoring dan evaluasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan secara rutin baik secara internal maupun eksternal, Bapak Kusno Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024) menjelaskan bahwa perusahaan telah menerapkan sistem monitoring dan evaluasi yang menyeluruh dan terstruktur, dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk memastikan efektivitas dan akuntabilitas kegiatan yang dijalankan. Secara internal, tim melakukan pengecekan setiap bulan dengan mengelilingi area sekitar kegiatan. Di tingkat korporat, evaluasi dilakukan dua kali dalam setahun, yaitu pada pertengahan tahun (mid-year) dan akhir tahun (end-year). Selain itu, pihak ketiga juga dilibatkan melalui survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) yang mengukur sejauh mana program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) diterima dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Setiap tahun, setidaknya satu program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dievaluasi dengan IKM untuk mengetahui tingkat kepuasan, tanggapan, dan masukan dari penerima manfaat.

Evaluasi program dilakukan secara kolaboratif antara tim pelaksana, pemerintah desa, dan dinas terkait. Evaluasi ini menjadi bagian penting dari proses pelaksanaan program, dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan agar program berjalan lebih efektif dan tepat sasaran. Kegiatan evaluasi tidak hanya berfokus pada penilaian hasil, tetapi juga mencakup koordinasi untuk menentukan pembagian tugas yang jelas, termasuk siapa yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan di lapangan. Dalam implementasinya, tim pelaksana berperan menyiapkan kelompok sasaran serta mendampingi proses pengembangan usaha, sementara pemerintah desa dan dinas terkait bertanggung jawab dalam pemberian

pelatihan dan peningkatan kapasitas, seperti pengurusan izin PIRT (Produk Industri Rumah Tangga). Izin PIRT menjadi elemen penting dalam legalitas usaha kecil dan menengah, serta didukung pula oleh sertifikasi halal. Pelaksanaan ini dilakukan melalui kerja sama lintas dinas seperti Dinas Sosial, Dinas Perdagangan, Koperasi, UMKM, dan Dinas Perindustrian dan Transmigrasi

4.4 Kekurangan dan Kendala

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa PT Solusi Bangun Indonesia telah mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan berbagai program dengan sangat baik, akan tetapi terdapat beberapa kendala yang masih dihadapi oleh perusahaan ini. Melalui wawancara dengan narasumber yang berada di dalam PT Solusi Bangun Indonesia, peneliti berhasil mengidentifikasi beberapa kekurangan dan kendala yang dihadapi. Hasil wawancara tersebut kemudian dibuatkan peta analisis dengan menggunakan software NVivo. Peta analisis ini menggambarkan secara visual berbagai temuan terkait kendala-kendala yang dihadapi PT Solusi Bangun Indonesia beserta analisisnya. Melalui peta analisis ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai permasalahan yang dihadapi perusahaan dan potensi solusi yang dapat direkomendasikan:



Gambar 4. 9 Kekurangan dan Kendala

Sumber : Data Analisis Nvivo

Dari data analisis Nvivo tersebut terdapat kekurangan dan kendala sebagai berikut :

4.4.1 Program Program yang Kurang Efektif

Salah satu tantangan utama dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia adalah program-program yang kurang efektif, di karenakan jumlah tenaga kerja yang terbaatas dan kepentingan yang berbeda beda dari masyarakat berdasarkan wawancara dengan Bapak Kusno

Hartoyo selaku Community Relations Coordinator (2024) Secara internal, tantangan utama yang dihadapi berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia, terutama dalam hal pembagian waktu dan konsentrasi. Setiap penanggung jawab program (PIC) harus menangani beberapa program sekaligus bahkan hingga lima atau enam program yang dapat berdampak pada efektivitas pelaksanaan masing-masing program. Hal ini menciptakan tekanan tersendiri dalam menyusun prioritas, memantau perkembangan program, serta menyesuaikan antara rencana awal dan realisasi di lapangan. Narasumber menyoroti bahwa beban kerja yang kompleks tersebut sering kali mengganggu kelancaran koordinasi dan pelaksanaan program.

Program-program yang kurang efektif juga di karenakan adanya kepentingan yang berbeda beda yang timbul dari masyarakat, kepentingan ini seringkali muncul yang dapat berdampak kepada program program yang sudah berjalan menurut bapak Kusno Hartoyo (2024) bahwa dalam komunitas, terdapat berbagai pihak dengan peran dan kebutuhan berbeda, seperti penerima manfaat, tokoh masyarakat, dan aparat desa. Masing-masing kelompok ini membawa kepentingan yang tidak selalu sejalan satu sama lain, dan dalam beberapa kasus, bahkan muncul kepentingan pribadi yang dapat mengganggu jalannya program yang berorientasi pada kepentingan bersama. Bapak Yunani Rizzal (2024) menyoroti kompleksitas dinamika sosial yang terjadi dalam pelaksanaan program di tingkat desa, terutama saat melibatkan banyak pihak dengan kepentingan dan keinginan yang beragam. Narasumber menjelaskan bahwa meskipun suatu kegiatan diadakan untuk masyarakat yang sama, setiap individu atau kelompok dapat memiliki pandangan dan keinginan yang berbeda. Hal ini menjadi semakin rumit

ketika kegiatan menyasar beberapa desa sekaligus, di mana setiap kepala desa membawa agenda dan prioritas masing-masing. Keberagaman ini secara nyata menjadi kendala dalam pelaksanaan program yang efektif dan menyeluruh.

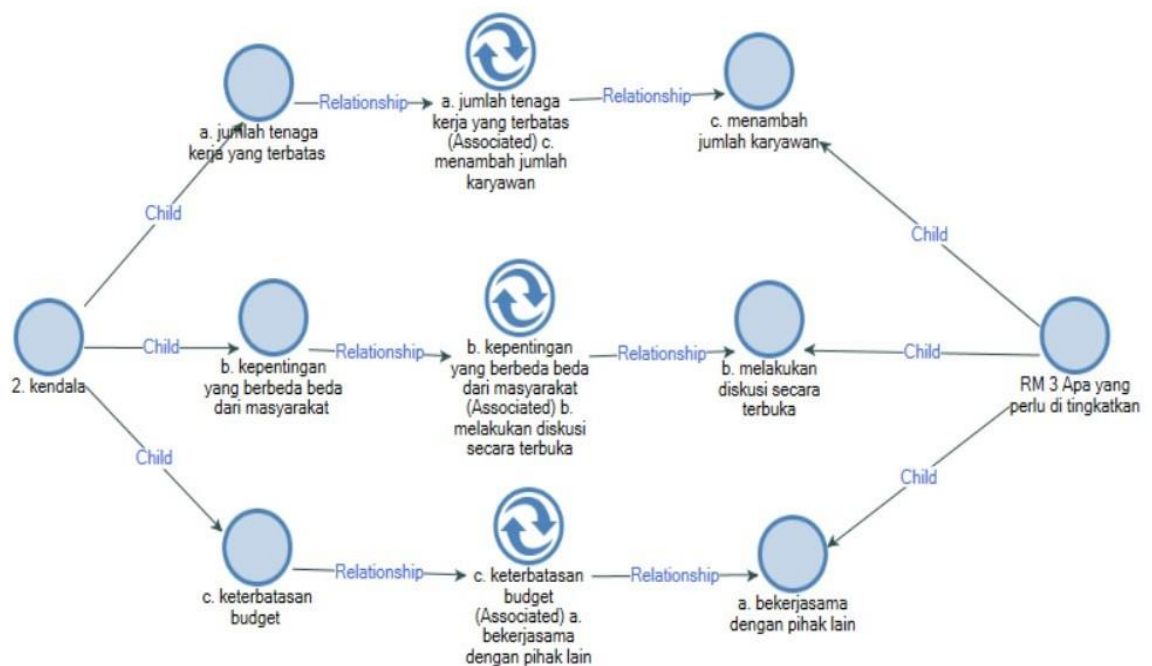
4.4.2 Keterbatasan Anggaran

Kekurangan dana menjadi salah satu tantangan utama dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan seringkali dihadapkan pada harapan masyarakat yang menginginkan banyak program berjalan, namun perusahaan juga memiliki keterbatasan dalam anggaran biaya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yunani Rizzal selaku GA&Community Relations Manajer (2024) menjelaskan bahwa Kekurangan dana ini karena harapan orang yang menginginkan banyak program yang dijalankan, tetapi dari perusahaan punya keterbatasan dalam anggaran biaya, sehingga perusahaan menjalankan program-program yang menjadi prioritas dulu yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat. Program tersebut seperti kesehatan yang berhubungan dengan program pengobatan gratis, masyarakat miskin dan kelompok rentan yang terdiri dari wanita, kaum difabel dan orang tua. Hal ini dilakukan agar alokasi dana dapat dimanfaatkan secara optimal untuk memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat.

4.5 Saran dan Perbaikan

Beberapa kendala yang menjadi hambatan bagi PT Solusi Bangun Indonesia dalam proses implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), tentu hal tersebut membutuhkan solusi agar PT Solusi Bangun Indonesia dapat

mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara maksimal sehingga kinerja perusahaan dapat berjalan dengan baik. Perbaikan yang dapat dilakukan oleh PT Solusi Bangun Indonesia tergambar dalam peta analisis NVivo sebagai berikut:



Gambar 4. 10 Saran Dan Perbaikan

Sumber : Data Analisis Nvivo

4.5.1 Menambah Jumlah Karyawan

Berdasarkan hasil peta analisis menggunakan NVivo 12, beberapa kendala dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Solusi Bangun Indonesia sudah bisa teridentifikasi. Salah satu kendala utama yang ada yaitu kekurangan sumber daya manusia (SDM) seperti yang sudah di jelaskan sebelumnya bahwa setiap penanggungjawab program setidaknya memegang 4-6

program hal ini mengakibatkan program program yang sudah berjalan ini kurang efektif oleh karena itu penambahan jumlah karyawan ini mungkin bisa menjadi solusi agar setiap penanggungjawab program tidak menangani 5-6 program sekaligus yang dapat mengurangi efektivitas pelaksanaan program. Dengan merekrut lebih banyak staf yang kompeten, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap program mendapatkan perhatian dan pengelolaan yang optimal, sehingga tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat tercapai secara maksimal.

Penambahan tenaga kerja juga akan membantu meningkatkan kualitas pelaksanaan program, karena setiap staf dapat fokus pada tanggung jawab yang lebih spesifik. Hal ini akan mengurangi risiko kelelahan (*burnout*) dan kesalahan akibat beban kerja yang berlebihan. Selain itu, dengan memiliki tim yang memadai, perusahaan dapat lebih fleksibel dalam mengevaluasi dan mengembangkan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) agar lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

4.5.2 Melakukan Diskusi Secara Terbuka

Saran dan perbaikan yang kedua dalam menghadapi kendala untuk mengatasi perbedaan kepentingan di masyarakat adalah dengan mengadakan diskusi secara terbuka yang melibatkan seluruh lapisan masyarakat, tidak hanya perwakilan seperti kepala desa atau lembaga desa, pendekatan ini penting untuk memastikan bahwa semua suara didengar, termasuk masyarakat biasa yang mungkin kurang memahami program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Dengan melibatkan partisipasi aktif dari seluruh warga, perusahaan

dapat meminimalisir munculnya kepentingan-kepentingan sepihak yang berpotensi menghambat pelaksanaan program. Selain diskusi terbuka, perusahaan juga dapat melakukan pendekatan langsung kepada masyarakat, seperti mengunjungi rumah-rumah warga atau mengadakan sosialisasi intensif. Langkah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang utuh tentang program *Corporate Social Responsibility* (CSR), mulai dari perencanaan, tujuan, hingga tahap evaluasi. Dengan komunikasi yang transparan dan personal, masyarakat yang awalnya kurang paham atau skeptis dapat lebih terbuka dan mendukung program tersebut. Pendekatan seperti ini juga tidak hanya meningkatkan transparansi, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Ketika masyarakat merasa dilibatkan sejak awal dan memahami manfaat program bagi mereka, tingkat partisipasi dan dukungan pun akan meningkat. Selain itu, masukan langsung dari warga dapat membantu perusahaan menyesuaikan program agar lebih tepat sasaran dan berkelanjutan

4.5.3 Bekerjasama dengan Pihak Lain

Saran dan perbaikan yang ketiga dalam menghadapi kendala untuk mengatasi masalah keterbatasan dana adalah dengan membangun kolaborasi strategis bersama pemerintah daerah. Pemerintah yang memiliki sumber daya dan program pembangunan yang sejalan dengan tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan, sehingga kerja sama ini dapat memperluas dampak sosial sekaligus meringankan beban finansial perusahaan. Dengan sinergi yang baik, program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya lebih berkelanjutan

tetapi juga memiliki cakupan yang lebih luas dalam melayani masyarakat. Selain pemerintah, perguruan tinggi juga dapat menjadi mitra potensial dalam mendukung program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Universitas seringkali memiliki sumber daya akademis, penelitian, dan relawan mahasiswa yang dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan program sosial. Kolaborasi ini tidak hanya membantu dari segi pendanaan, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa inovasi dan pendekatan berbasis keilmuan, sehingga program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat lebih efektif dan terukur hasilnya. Selain kolaborasi eksternal, perusahaan juga dapat mengoptimalkan pendanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui inovasi penggalangan dana, seperti kampanye donasi internal atau kerja sama dengan *platform crowdfunding*. Dengan melibatkan karyawan, pelanggan, dan masyarakat umum, perusahaan tidak hanya memperoleh tambahan dana tetapi juga meningkatkan keterlibatan *stakeholder* dalam program sosial. Dengan demikian, keterbatasan anggaran bukanlah halangan untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Pengenalan Bab

Bab ini menyajikan kesimpulan akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, yang didasarkan pada analisis wawancara dan tinjauan dokumen. Kesimpulan ini berfungsi sebagai jawaban atas rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Selain itu, bab ini juga mengidentifikasi berbagai keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti selama proses penelitian. Sebagai penutup, terdapat rekomendasi untuk penelitian lanjutan di masa depan.

5.2 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan serta analisis menggunakan NVivo 12 yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. PT Solusi Bangun Indonesia telah menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan cukup baik melalui tiga fokus utama, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam pelaksanaa *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan telah mengikuti pedoman yang jelas, termasuk standar internasional ISO 26000 dan peraturan BUMN. Beberapa program seperti PEKKA PERWIRA, pendampingan bagi penyandang disabilitas, program vokasi EVE, penanaman pohon, dan AKSI SESAMA terbukti memberikan manfaat nyata, terutama bagi kelompok masyarakat yang rentan dan lingkungan sekitar perusahaan. Pelaksanaan *Corporate*

Social Responsibility (CSR) ini dilakukan melalui tahapan yang sistematis, dimulai dari pemetaan kebutuhan masyarakat, perencanaan jangka panjang, pelaksanaan kegiatan sesuai tiga pilar utama (social, ekonomi dan lingkungan), sampai dengan evaluasi dan pemantauan secara rutin oleh perusahaan.

2. PT Solusi Bangun Indonesia mengalami kendala dalam mengimplementasikan program-programnya, diantaranya tidak bisa menambah program yang disebabkan oleh keterbatasan anggaran dari perusahaan sehingga perusahaan harus memprioritaskan program-program yang sudah berjalan kepada masyarakat, kemudian program-program yang kurang efektif yang disebabkan oleh kurangnya jumlah tenaga kerja dan adanya kepentingan yang berbeda beda dari masyarakat sehingga dapat berdampak pada efektivitas pelaksanaan program-program yang sudah berjalan
3. Untuk mengatasi kendala yang dialami PT Solusi Bangun Indonesia terkait keterbatasan anggaran perusahaan bisa melakukan kerjasama dengan pihak lain seperti dengan pemerintah daerah, universitas atau bahkan membuka donasi seperti bekerjasama dengan *platform crowdfunding*, sehingga dapat memperluas dampak sosial sekaligus meringankan beban finansial perusahaan. Untuk mengatasi jumlah tenaga kerja yang terbatas dan kepentingan yang berbeda beda dari masyarakat perusahaan bisa melakukan penambahan tenaga kerja dan melakukan komunikasi terbuka dengan masyarakat sehingga dapat membantu perusahaan dalam

mengevaluasi dan menyesuaikan program agar lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa meskipun sudah berusaha sebaik mungkin, penelitian ini masih belum sempurna, adapun keterbatasan yang di alami adalah adanya dokumen SOP kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan yang di rahasiakan karena ada beberapa hal yang tidak boleh di publikasi secara umum

5.4 Saran

Dalam penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki saran untuk berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Instansi, agar implementasi strategi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih optimal maka sebaiknya melakukan penambahan jumlah tenaga kerja, kemudian bekerja sama dengan pemerintah daerah, universitas atau bisa membuka donasi dengan platform croudfraunding dan melakukan komunikasi terbuka dengan masyarakat
2. Bagi peneliti yang berencana melakukan penelitian di masa depan, disarankan untuk menggali lebih dalam mengenai strategi implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di perusahaan lainnya. Pendekatan ini memungkinkan perbandingan implementasi CSR yang diterapkan oleh berbagai perusahaan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih detail dan komprehensif tentang CSR di berbagai perusahaa

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto. 2007. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : The Jakarta Consulting Group.
- Abdulkadir, Muhammad. 2002. *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Amaeshi, Kenneth dan Adi, Bongo. 2006. *Reconstructing The Corporate Social Responsibility Construck*. In. *Ultish*. [http: www. Nottingham. ac. uk](http://www.nottingham.ac.uk). Diunduh pada tanggal 5 Juni 2010.
- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. "*Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)*". Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Arifiyama, A., & Widiarti, P. W. (2023). Implementasi program Corporate Social Responsibility dalam meningkatkan citra PT Solusi Bangun Indonesia Tbk Cilacap. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(3).
<https://doi.org/10.21831/lektur.v5i3.19179>
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bagaskara, D. Y., & Rohmadi, R. (2024). Analisis pemetaan media tentang pembiayaan rahn di Indonesia dengan NVivo : Studi literatur review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(1), 1–14.

- Daud, D., Yusuf, M., Sambo, E. M., Lalo, A., Abduh, M., Asgar, F., Program, S., Akuntansi, S., & Bongaya, I. (2024). *IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PT PLTD SUPPA (PERSERO)* (Vol. 13, Issue 1).
- Elkington J. 1998. *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*, Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
- Irham Fahmi, Etika Bisnis : Teori, Kasus, dan Solusi, (Bandung: Alfabeta,2015), Cet. 3, h. 85)
- Gray. et. al. 1995. “*Corporate Social and Environmental Reporting: A Review Of The Literature and A Longitudinal Study Of U.K Disclosure*”. Accounting, Auditing and Accountability Journal. Vol. 8. No. 2. PP. 46-77.
- Hariwijaya. 2007. *Metodologi dan Teknik Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Yogyakarta: Elmatara Publishing.
- Khudzaifah Dimiyati dan Kelik wardino. 2004. *Metodologi Penelitian Hukum, Buku Pegangan Kuliah*, Surakarta: FH UMS.
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility; Doing the* Laporan Anggoro Manager Operasional PT Sidomuncul pada tanggal 27 januari 2011.
- Majalah Bisnis dan CSR. 2007. *Regulasi Setengah Hati*, Edisi Oktober 2007.\
- Milles, M. B., & Huberman, A. M. (2007). Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber tentang metode-metode baru. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

- Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Rosdakarya
- Nurdin, Syafruddin dan Usman, Basyiruddin. 2002. *Guru professional dan implementasi kurikulum*. Jakarta: Ciputat Pers.
- Most Goodyou're your Company and Your Cause*. New Jersey; John Wiley & Sons, Inc.
- Ningrum, H., Avida Purnama, A., Oktaviana, A., Calista, G., Farida Adi Perwira, I., Nasim, A., Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, F., & Kunci, K. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Perusahaan. In *Journal of Business Management Education* | (Vol. 4, Issue 3).
- Nuryana, Mu'man 2005. *Corporate Social Responsibility dan kontribusi bagi Pembangunan Berkelanjutan*, makalah disampaikan pada Diklat Pekerjaan Sosial Industri, Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Kesejahteraan Sosial (BBPPKS) Bandung. Lembang 5 Desember.
- Parson, Wayne. 2006. *Public Policy: Pengantar Teori dan Praktik Analisis Kebijakan*. Jakarta: Kencana.
- Pearce II, John A. dan Robinson, Jr Richard B. 2008. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Petkoski D, Twose N. (Ed). 2003. *Public Policy for Corporate Social*
- Redman, Elizabeth. (2005). Three Models of Corporate Social Responsibility: Implications for Public. Roosevelt Review.

Responsibility. Jointly sponsored by The World Bank Institute, the Private Sector Development Vice Presidency of the World Bank, and the International Finance Corporation.

Rhenald, Khasali. (1994). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Rohman, Abdul. (2009). Public Relations (PR) dan Corporate Social Responsibility (CSR): Memperkuat fungsi dan posisi dalam manajemen strategis. *Jurnal Komunikasi*, 3, 135-150.

Ruslan, Rosady. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Saidi, Zaim dan Hamid Abidin (2004), *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta: Piramedia.

Santoso, S. (2016). Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Konvensional Dan Fiqh Sosial. *Ahkam: Jurnal Hukum Islam*, 4(1), 81–104. <https://doi.org/10.21274/ahkam.2016.4.1.81-104>

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Jogjakarta: Graha ilmu.

Schermerhorn, John R. 1993. *Management for Productivity*. New York: John Wiley & Sons.

Sembiring, Sentosa. 2006. *Hukum perusahaan tentang perseroan terbatas*. Bandung: Nugraha Aulia.

Sugiarto. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Suaka Media.

- Sugiyono. (2016) .Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2007. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi (2007a), *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Refika Aditama
- Susanto, A.B. (2007). A Strategic Management Approach, CSR. Jakarta: The jakarta Consulting Group.
- Sutojo, Siswanto. (2004). Membangun Citra Perusahaan. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Tanudjaja, B. B. (2006). Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia. Nirmana, 8, 92-98.
- The World Bank Institute, *The Corporate Governance and corporate Social Responsibility program*, Learning Materials. 2001.
- Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang Nomor 40, Tahun 2007, tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan.
- Untung, Budi Hendrik. 2007. *Corporate Social Responsibility*. Jogjakarta: Sinar Grafika.
- Usman, H., & Ekonomi dan Bisnis, F. (n.d.). *IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MENINGKATKAN CITRA*

*PERUSAHAAN DI MATA MASYARAKAT PADA PT PRATOMO PUTRA
TEKNIK PALOPO.*

Uy, W. S., & Hendrawati, E. (2020). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN* (Vol. 02, Issue 02).

<https://journal.uwks.ac.id/index.php/liability>

Wahab, Abdul Solichin. 2004. *Analisis Kebijakan Dari Formulasi Ke
Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wahib, A., Haitimi, A., Lestari, R. A., Wijaya, U., Surabaya, K., Authors, C., &
Authors, C. (2024). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
PEMBANGUNAN DESA:*

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah konsep dan aplikasi CSR*. Gresik: Fascho
Publishing.

Widjaja, Gunawan. 2008. *Resiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*.
Jakarta: Penebarswadjaya.

www.hukumonline.com www.csrindonesia.com

LAMPIRAN - LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT IZIN PENELITIAN



Surat Penerimaan Program Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Program Studi S1- Fakultas Bisnis Dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia D.I Yogyakarta

Dengan hormat,

Kami informasikan bahwa surat permohonan kegiatan magang atau Penelitian No : (998/DEK/10/Div.URT/V/2024) di PT Solusi Bangun Indonesia Tbk : Pabrik Tuban dan afiliasinya telah disetujui dengan ketentuan sebagai berikut:

Nama : A Zukhruf Fathur Rahman
NIM : 20312341
Penempatan : Departement GA & Comrel
Alamat : PT Solusi Bangun Indonesia Tbk - Pabrik Tuban
Periode Waktu : 1 Juni 2024 – 30 Juni 2024
Mentor : Kusno Hartoyo

Agenda Kegiatan:

- Pengarahan pelaksanaan kerja praktik oleh dosen pembimbing
- Pelaksanaan kerja praktek di lapangan (perusahaan)
- Pembuatan laporan kegiatan kerja praktek beserta bimbingan laporan
- Penyerahan laporan kerja praktek di perusahaan

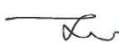
Mohon dapat melengkapi dan membawa kelengkapan dokumen dibawah ini pada saat pelaksanaan magang:

- Surat keterangan sehat dari dokter
- Salinan Kartu BPJS Kesehatan
- Salinan Kartu identitas diri (KTP/SIM)

Perusahaan menyediakan makan siang dan Kendaraan bus antar jemput selama periode magang. (Selama Magang Jas Almamater mohon selalu dipakai)

Selama kegiatan magang, peserta harus tunduk dan patuh terhadap aturan yang berlaku di perusahaan khususnya terkait dengan kesehatan dan keselamatan kerja (occupational Health and Safety)

Tuban, 1 Juni 2024

M. Yunani Rizzal
GA & Comrel Manager

PT Solusi Bangun Indonesia Tbk
Pabrik Tuban, Jl. Raya Glondonggede - Kerek KM.3, Desa Merkawang, Kec. Tambakboyo, Tuban - 62353
Telp. +62 (356) 2893000 - Fax. +62 (356) 2893114 - 0800 10 88888 - www.solusibangunindonesia.com



LAMPIRAN 2

TRANSKRIP WAWANCARA 1

Nama Narasumber : Bapak kusno Hartoyo

Jabatan Narasumber : CSR General Assistant

Hari/Tanggal : Rabu, 18 Juli 2024

Waktu :14.00 – 14.45 WIB

Tempat : PT Solusi Bangun Indonesia Tuban Keterangan :

P = Peneliti N = Narasumber

P : pertanyaan yang pertama bagaimana sih pak prosedur,penetapan dan tata kelolah program CSR di PT Solusi Bangun Indonesia Ini pak ?

N : Oke, itu yang selanjutnya, ini kebijakan kebijakan CSR. Nah, ini yang, apa, jadi dari, mulai dari visi dan misinya perusahaan, kita turunkan ke kebijakan CSR, ya kan, tentu mengacu kebijakan pemerintah, pemerintah BUMN, karena kita sudah masuk perusahaan BUMN. Terus terintegrasi dengan kebijakan dari Grup semen indonesia Group (SIG). Terus ISO26000 nah dari kebijakan CSR kita lakukan pemetaan sosial jadi pemetaan sosial ini untuk melihat potensi dan permasalahan permasalahan yang ada di masyarakat serta masalah terutama kelompok rentang kelompok rentang itu kelompok yang butuh untuk kita apa ya kita kembangkan kelompok rentang itu ada juga ada masalah termasuk disabilitas disabilitas itu kelompok rentang terus perempuan-perempuan,perempuan-perempuan yang hidup sendiri terus menghidupi keluarga Nah, dari pemetaan sosial itu nanti keluarnya ada rekomendasi program. Jadi kita punya studi, studi pemetaan sosial yang dilakukan oleh perusahaan selama empat tahun sekali. Dari studi itu, hasil studinya ada rekomendasi program dasar yang harus kita lakukan. Dengan dasar dari potensi wilayah serta permasalahan dan isu-isu yang ada di masyarakat Misalnya isu kemiskinan, potensinya apa sih yang bisa dikembangkan? Misalnya misalkan dekat

pabrik ini di desa merkawang, daerah dekat pabrik ini butuh apa sih misalnya butuh kos-kos Terus mereka, orang yang kos kosan ini pasti butuh makan Kita arahkan mereka untuk bikin warung, ya kan? Terus bikin jajanan-jajanan. Sekarang kan ramai itu, depan itu. Sekarang kan sore, lewat belakang pabrik, lewat jalan yang sebelah timur kan ramai mas. banyak Orang jajanan-jajanan.

P : Iya banyak orang,Pak.

N : Iya, dulu sepi. Dulu sepi mas, saya kan tinggal di sini dulu. Dulu kan tidak seramai yang sekarang mas,dulu kan gak ada orang jualan sama sekali karena desa di sekitar pabrik ini orang orangnya rata rata semua petani mas ,sekarang yang bekerja-bekerja itu. berangkat bekerja lewat situ ya jajan buat makan di pabrik,Selain pemetaan sosial, kita juga melakukan pendekatan komunikasi dan informasi. Selain pemetaan sosial, kita juga melakukan pendekatan secara formal dan informal. Pendekatan formal, ya kita meeting secara resmi, kita ada forum FKM, forum konsultasi masyarakat. Kita lakukan diskusi dengan desa, dengan tokoh-tokoh masyarakat, dengan perempuan. masukkan masing-masing program CSR yang sudah kita lakukan tahun sebelumnya dan apa yang kurang atau masukan dari mereka untuk penyempurnaan program itu kita lakukan setahun dua kali Per 6 bulan, 7 bulan. Iya, per 6 bulan. Tapi waktunya relatif, kita biasanya diskusi dengan desa. Pendekatan informal, ya pasti kita misalnya ke kelompok, ke komuniti, ketemu stakeholder siapa. Pasti ngobrol lah, mereka ada masukan, kita tampung. itu yang kita lakukan selama ini nah setelah dari program ada masukan dari FKM dalam cara informal ini kita mulai perencanaan program program yang pas untuk masyarakat apa Nah, perencanaan program kita ada rencana jangka panjang atau road mapping itu 5 tahun sekali. Terus, rencana kerja itu setiap tahun. Rencana kerja anggaran program. Jadi, selain jangka panjang, yang mau kita capai apa, step by stepnya setiap tahun apa yang kita lakukan. Nah, itu kita buat RKP-nya untuk nanti menentukan budgetnya berapa tiap tahun. Nah, itu yang kita ajukan pada manajemen.Nah setelah dapat persetujuan dari manajemen tentang anggaran untuk rencana kerja tiap tahun, kita baru melaksanakan program secara terstruktur sesuai dengan kebijakan CSR. itu terus kita lakukan monitoring dan evaluasi nah

monitoring dan evaluasi kita lakukan secara rutin setiap ada yang melapor kalau secara internal bilang 1 bulan sekali kita keliling sekitar lalu terus kalau secara corporate 6 bulan sekali jadi ada mid year ada end year kalau yang secara yang dilakukan oleh pihak ketiga kita ada IKM kita ada studi untuk melihat evaluasi program jadi IKM itu inti kepuasan masyarakat dari program yang kita jalankan masing-masing program teman-teman setiap tahun ada satu program yang di IKM untuk melihat program ini secara penerima masyarakat seperti apa, mereka puas tidak responnya seperti apa, masukan-masukan mereka apa. Itu mas yang kita lakukan. Nah ini yang harus ada di buku sakunya teman-teman ini yang ada di CSR Jadi setelah sistem CSR yang kita jalankan, jadi dari siklus prosesnya mulai dari perencanaan, perencanaan dan penentuan program, Kita mulai dari sosial mapping yang tadi kita sampaikan, terus analisis produk, terus ada roadmap, dan ada FKM. lalu dilakukan penganggaran yang di RKP tahunan setelah sudah mendapatkan persetujuan dari manajemen kita mulai pelaksanaan DOO ini apa yang akan kita lakukan DOO ini pelaksanaan program mulai dari tender sampai dengan eksekusi program, laporan, sampai invoice dan pembayaran, sampai di sana. Nah itu DO, itu DO nya di kita semua, di teman-teman semua, mulai dari perencanaan program sampai dokumentasi, sampai vendor melakukan penagihan. Setelah itu kita ada pengawasan dan laporan di laporan bulanan, laporan di lapangan, terus laporan implementasi, informasi, major anger, ada audit secara internal maupun eksternal. ini dari corporate yang audit eksternal nah selanjutnya kita ada penentuan program ya tadi rencana aksi dan review anggaran serta masukan-masukan dari masyarakat nah yang bawahnya itu contohnya plantnya kan ada RKFKM, RKAP DOOnya CSPR, CSPR itu ini setiap program kita buat perencanaan sampai kegiatan detailnya terus kita minta approval ke manajemen setiap program nah itu di setujui baru ada PO pelaksanaan program nah itu akhir program membuat laporan akhir setiap program nah ada BAST berita acara surat terima program ada mid and year program Nah ini yang tadi saya sampaikan. Jadi selain AR, kita ada IKM studi yang IKM itu, ada studi SLI juga. IKM itu indeks porsan masyarakat setiap program. Kalau yang SLI untuk penerimaan persepsi masyarakat terhadap keberadaan SBI Jadi studi umum persepsi masyarakat terhadap perusahaan.

Gimana sih perusahaan ini menjalankan kegiatan CSRnya bukan hanya CSR mas kegiatan operasional semua apakah mengganggu atau atau enggak ada komunikasi sama masyarakat atau gimana gitu kan, Alhamdulillah kita di SBI ini sudah Approvel sekarang artinya penerimaannya bagus lebih bagus, yang selanjutnya studi SROI, SROI ini untuk melihat kebermanfaatan dari program social return on investment jadi berapa investasi yang kita keluarkan misalnya 100 juta berapa manfaat yang bisa di rasakan oleh masyarakat nah itu kita uangkan baik dari sisi misalnya penghasilan misalnya penghasilan kelompok terus manfaat dari secara pendidikan misalnya dari pelatihan dia merasa dengan pelatihan itu ilmunya seperti apa apa yang ingin didapatkan. Memang SROI ini subjektif, karena tidak hanya kemanfaatan secara ekonomi, tapi misalnya dia senang. Senang, Pak, saya. Nah, senangnya sampean ini, kira-kira nak dirupakan barang seperti apa, itu untuk melihat nilainya. Tapi ini pihak ketiga ya mas ya. Tidak boleh perusahaan. Jadi ada pihak ketiga sendiri yang melakukan dan dia tersertifikasi oleh pemerintah. Jadi tidak boleh kita melakukan sendiri. SLI juga tidak boleh. Jadi ada pihak independen yang melakukan nah itu mas untuk prosedur, penetapan dan tata kelolah program PT Solusi Bangun Indonesia

P : baik pak untuk pertanyaan selanjutnya apa saja sih macam macam program CSR yang sudah di jalankan selama ini pak ?

N : Iya, jadi kita punya SBI. Dulu ada SBI cerdas, SBI Sehat, dan SBI lestari. Kita kelompokkan ya, SBI Cerdas itu Pendidikan. Terus kesehatan, ya kan. Terus mandiri berarti terkait dengan pengembangan masyarakat, ya kan. Terus SBI peduli ini pembangunan, terus support-support untuk sembako, itu masuk SBI peduli. SBI Lestari ini terkait dengan program lingkungan. Nah, sekarang kita berubah menjadi mengacu pada target indikator TPP Bappenas. sesuai dengan regulasi, ada pilar pembangunan sosial, pilar pembangunan ekonomi, pilar pembangunan lingkungan, pilar pembangunan hukum dan tata kelola. Jadi ada empat. Ada empat. Dulunya kita lima sekarang jadi empat pilar Ini disesuaikan dengan indikator SDGs juga, pilar pembangunan sosial itu apa saja. Nah, ternyata pilar pembangunan sosial itu, pendidikan, kesehatan, itu peduli itu termasuk pilar pembangunan sosial. Pilar

pembangunan ekonomi itu SBI Mandiri aja. Pilar pembangunan lingkungan itu SBI Lestari. Nah yang hukum dan tata kelola ini sendiri. Nanti ada nanti trakhir kita tak pilah pilah programnya. Nah ini salah satu contoh ya dengan SBI Mandiri, kita ada penguatan ekonomi masyarakat, jadi pertama pemetaan potensi tadi kan, potensi lokal, setelah itu kita pelaksanaan, ada kebutuhan kelompok kan terus pengembangan kapasitas bagi kelompok nah kita beberapa yang dilakukan ini meningkatkan kualitas produk misalnya kemasan produk yang tersertifikasi perizinan PRT kan itu masuk di pengembangan kapasitas kelompok nah setelah mereka bisa memproduksi bisa berjualan kita sudah persiapkan strategi penguatan pasar untuk kemandirian jadi kita siapkan mereka untuk mempunyai jaringan pemasaran secara online maupun offline terus kita bantu juga untuk bisa mengakses permodalan serta mengikuti pameran-pameran di tingkat nasional maupun di tingkat provinsi misalnya ada expo di Tuban kita ikutkan mereka untuk memperkenalkan produk Setelah itu mereka kita evaluasi, dirasa mereka cukup siap untuk kita lepas secara mandiri, ya ini baru kita lepas. Akses strateginya, akses jaringannya sudah luas, tinggal kita monitor perbelangsungan usahanya seperti apa. Setelah mereka benar-benar sudah bisa lepas, baru kita turnover program. itu salah satu contohnya yang SBI mandiri SBI mandiri aja ya mas ya karena kalau SBI peduli ini kan sekali ngasih udah selesai ini tadi elemen

P : Bagaimana cara mengukur efektifitas program CSR di PT Solusi Bangun Indonesia ini pak

N : selanjutnya untuk mengukur program kita SROI pengukuran SROI, pengukuran IKM dan pengukuran SLI Ini untuk mengukur efektivitas program. Jadi SROI itu nilai dampak harus lebih besar dari investasi. Kalau nilai dampaknya lebih kecil dari investasi berarti ada program yang perlu dievaluasi secara menyeluruh,

Terus, ini struktur organisasi, ini secara corporate. Ada 4 pabrik tadi, yang di Tuban, ada Pak Manager, terus ada tim saya dan tim. Nah ini yang kemarin saya sampaikan ke teman-teman yang mencari di website Sustainability Book Report. Sudah dapat ya? Sustaining Book Report kita sudah ada setiap tahun. Di sana sudah ada semua. Yang bawah itu publikasi. Kita punya beberapa buku CSR. ini hanya pengenalan

kita kepada samean di internal kita kita sudah mengembangkan digital sistem digital itu untuk pelaksanaan program CSR secara terintegrasi jadi namanya CIMS CSR integrated management system ini di pegang oleh korporate kita yang melakukan input input data setiap progress yang kita lakukan jadi manajemen evaluasinya gak perlu harus bertanya kemana-mana tinggal lihat dari CIMS ini berapa sih penerapan budget dari SBI Tuban bulan ini berapa ada semua jadi sebenarnya mid year review manajemen itu hanya mengkonfirmasi aja sebenarnya kalau hasilnya manajemen bisa setiap saat malam kan nah yang bawah itu contoh aja contoh remstra atau roadmap tadi selama 5 tahun

P : apa yang menjadi focus utama program CSR PT SOLUSI Bangun Indonesia tuban ini pak ?

N : Nah yang selanjutnya ini mas fokus program CSR yang di SBI Tuban itu ada empat pilar tadi itu sosial, ekonomi, lingkungan, hukum dan data kelola. Itu program-program yang kita jalankan tahun ini mas. Yang bawah itu salah satu contoh program peka perwira yang kita lakukan di SBI Tuban. Jadi program ini, program pendidikan ekonomi bagi kelompok perempuan. Kelompok perempuan, kepala keluarga dan juga perempuan wirausaha. Kelompok perempuan ini kan termasuk kelompok rentan. Jadi kita Kita coba memperdayakan mereka yang biasanya mereka itu kan banyak rasa kekhawatiran tinggi. Makanya kita coba, mereka kita ajak untuk membangun kesadaran kritis dan membangun visi dalam kehidupan. Ada orang tua yang berfikir gini pada saat kita temui “Anakku paling besok mben yo ngene podo kyok aku meneh”.nah seperti itu Karena itu yang kita sadarkan mereka.bahwa Hidup itu terus berjalan. Apakah ibu hanya anaknya pengen seperti itu? Tidak punya keinginan yang lain. Tantangan gitu kan semakin keren. Persaingan semakin ketat. Kalau kita hanya seperti ini, ya kita akan kalah bersaing ya. Nah itu yang kita sabarkan mereka ya. Untuk supaya mereka mau memperbaiki diri. Sebagai informasi aja, social mapping kita yang pertama tahun 2008, itu pendidikan SD, yang berpendidikan SD itu 70%. Sekarang sekitar 50-an persen. artinya bahwa pendidikan ini kan sangat penting

pelan-pelan mereka sudah mau menyekelahkan anaknya. Sudah punya keinginan anakku harus mengikuti sampai Pendidikan sampai SMA biar bisa bekerja di pabrik. Ini kan salah satu keinginan mereka sudah ingin berkembang. Setelah mereka punya keinginan itu, Kita gali mereka kebutuhan dan semangat mereka untuk berwirausaha supaya menambah penghasilan. Baru lakukan pemetaan potensi dan usaha yang bisa. Ya, sebenarnya diskusi diskusi sederhana aja bagi kita, ya bagi dia gitu ya, tapi penting buat kita. Ketika kita ajak ngobrol di meja, mereka gak ngomong kan. Ini nanti kita datang ke rumah, kita ajak ngobrol dia tentang kehidupan, mereka malah tak buka semua. Nah, akhirnya itu maksudnya gitu aja. Jadi, Kita menggali mereka supaya mereka punya gagasan sendiri. Ketika dia punya gagasan sendiri, itu akan lebih bersemangat dalam kehidupan. Daripada kita paksakan.mereka jadi tidak punya empati dia tidak punya semangat kalau mereka yang ngomong sendiri kan gimana caranya buat berhasil setelah mereka punya semangat kita mulai adakan pelatihan pelatihan, pelatihan usaha rintisan, bagaimana menjalankan usaha rintisan, perencanaan usaha secara kecil seperti apa, setelah itu dari kualitasnya, kita kasih masukan, ya kan. Nah, baru setelah produknya kita rasa bisa dipasarkan, nah itu baru mulai kita lakukan pemasaran. Terus kita pengembangan kerja secara kelompok. Jadi gini, kita berharap ada diskusi di internal kelompok mereka. Jadi saling memberi masukan saja sebenarnya. Kita ajak kumpul bareng membawa produk masing masing suruh merasakan produk usahanya A,merasakan produk usahanya B,c,itu cari masukan kira kira apa yang kurang dari setiap produk yang sudah di buat Itu lebih mengena daripada kita yang ngomong. Daripada kita yang ngomong. Tapi sebenarnya sama kan? Itu salah satu yang kita lakukan. Kita merasakan apa yang dia rasakan.kita berusaha dekat mereka. Itu yang membuat mereka menerima kita dengan baik. Setelah mereka bisa produknya sudah bisa menjual, ya penguatan jaringan dan kelompok yang terus-menerus kita lakukan. Harapannya sehingga mereka berdaya secara ekonomi untuk kehidupan mereka. Itu sih yang selalu contohnya ya programnya. Kita kasih contoh satu aja jangan banyak banyak lalu ada pilar lingkungan mas ada penanaman pohon disekitar pabrik mas jadi kita bekerjasama dengan dinas lingkungan hidup anak anak SD sampai SMA untuk untuk kita ajak

menanam pohon di sekitar pabrik untuk saat ini mas pohon yang sudah kita tanam di sekitar pabrik ini kalau tidak salah sudah 300-400 pohon mas dan itu akan bertambah seiring dengan berjalanya waktu mas

LAMPIRAN 3

TRANSKRIP WAWANCARA 2

Nama Narasumber : Bapak Rizal

Jabatan Narasumber : GA&COMREL Manajer

Hari/Tanggal : Rabu, 21 Juli 2024

Waktu : 13.30 – 13.00 – 13.45 WIB

Tempat : PT Solusi Bangun Indonesia Tuban

Keterangan : P = Peneliti N = Narasumber

P : Dimulai ya, Pak. Untuk pertanyaan yang pertama, apa yang menjadi fokus utama dari program CSR PT SBI Tuban ini, Pak?

N : CSR itu kan TGSL, ya, tanggungjawab sosial lingkungan. Pastinya sosial. Sosial, ya, mas, paling gede ya. Sosial, terus berarti ada aspek lingkungan, terus aspek hukum, tapi memang CSR, ya. Namanya, si katanya saja jelas corporate social responsibility. Pasti sosial. cuman sosial pun sosial yang sifatnya bisa terdevelop orangnya itu. Jadi penerima manfaatnya itu bukan hanya menerima toh, tapi nanti harapannya mandiri seperti itu. Makanya tetap saja itu kan fungsi sosial, ya. Jadi orang awalnya enggak punya penghasilan, kita bantu itu sosial. Nanti setelah kita bantu, perdala harapannya mandiri. Yang sudah mandiri, mentah sudah kita nyari bantu yang lain lagi. Sustainabilitynya di situ.

P : Oke, Pak. Untuk pertanyaan yang selanjutnya, apakah ada kolaborasi, Pak, dengan pemerintah daerah atau organisasi nonpemerintah dalam pelaksanaan CSR ini, Pak?

N : Banyak, hampir semua berkerjasama, organisasi itu kan. Pemerintah itu kan, desa itu pemerintah. Ya kan? Kecamatan, Kabupaten, itu semuanya otomatis itu melibatkan mereka. Terutama di sini kan sudah tahu ya ada enam desa yang menjadi ring satu, ya. Jadi semua pemerintah desa itu terlibat dengan program CSR kita. Terutama yang sifatnya ke desa-desa tersebut. Kalau dengan organisasi nonpemerintah, ya kita punya CBU, Community Based Organisation. Jadi kayak PKM organisasi yang dibentuk dari tokoh-tokoh masyarakat untuk mengelola daerah CSR itu, nonpemerintah. Tapi mereka juga connect dengan kita, seperti itu.

P : Pertanyaan selanjutnya itu bagaimana proses identifikasi kebutuhan masyarakat atau area yang memerlukan bantuan dalam program CSR, Pak?

N : Jadi banyak toolnya, Mas. Ada namanya social mapping, ya. Social mapping itu pertama social mapping itu biasanya dilakukan pihak Ke 3. Yang ditunjuk kebetulan pihak Ke 3 itu dari akademisi, dari UGM kebetulan. Jadi dari social mapping itu muncul rekomendasi nanti. Rekomendasi-rekomendasi muncul rencana kerja, rencana strategis. Program-program CSR itu dari situ. Selain itu juga aspirasi masyarakat, aspirasi dari pemangku kepentingan, dan lain- lain. Jadi nanti itu diolah sama teman-teman community relation, kira-kira prioritasnya yang mana. Yang pasti kita semuanya bukan berarti nggak punya inisiatif, tapi memang namanya kita kan butuh umpan, ya. Itu lebih mengen daripada kita inisiatif, ternyata nggak pas di masyarakat. Jadi mereka yang ngasih umpan, oke, kita punya bajetnya, kita bisa alokasikan, ya sudah. Itu agak meredam sepertinya.

P : Untuk selanjutnya, apa bentuk kegiatan atau program yang telah diimplementasikan, Pak, dalam CSR di perusahaan ini?

N : banyak banget sih. Nanti kan seperti itu, datanya by file saja, ya. Maksudnya kan kita ada program-program yang banyak banget . Jadi mulai Carty, Carty itu kayak provosor-provosor masyarakat, sumbangan sumbangan masyarakat, terus ada program yang sifatnya pemberdayaan masyarakat yang perempuan para keluarga, perempuan wirausaha, terus ada sayur organik, ada bank sampah, terus ada yang sifatnya sumbangan kayak PHBN, ya, PHBN, PHBI, karena PHBI itu kayak korban, terus pengembangan ustadz ustazah, terus nanti hari kemerdekaan, biasanya seperti itu. Banyak, jadi ke olaragahan dan kemudahan, banyak-banyak segalanya. Detailnya nanti soft file saja.

P : Terus selanjutnya, bagaimana sih Pak perusahaan ini menentukan alokasi anggaran untuk JSR setiap tahunnya, Pak?

N : Biasanya kita punya ini ya, pengajuan dulu. Jadi draft dari bawah itu dari teman-teman CRO, misalkan tahun depan, mungkin sudah ada baseline-nya sebenarnya, baseline dari anggaran CSR itu tahun sebelumnya paling nambah 1-2 persen. Jadi kita, setara anggaran total company itu kan ditentukan dari corporate. Karena Di SBI itu sendiri kan korporasi ya. Jadi Tuban, Rokongan, Narokong, Cilacap itu

punya CSR masing-masing, nah itu dari holding turun ke SBI, SBI turun ke bawah, nanti dibagi. Jadi sesuai skala prioritas. Kita sudah mengajukan program, dalam setahun depan kita mau ini-ini, dana CSR-nya sesuai, ya sudah, seperti itu. Dan biasanya sudah baseline-nya ada ya, misalkan tahun ini dana CSR 3 miliar. Tahun depan ya, ya nggak jauh-jauh dari itu. Nggak bisa kita naik, minta tambahan. Kalau syukur-syukur mah, kalau bisa turun. Kan itu juga nggak mungkin. gambarnya gitu ya, kan sama yang kalau di accounting kan main-main budget itu ya seperti itu.

P : Terus pertanyaan selanjutnya, apa saja faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam mengalokasikan anggaran CSR?

N : Faktor-nya banyak mas, pertama demografi ya. Demografi itu kan tempat kita dimana tinggal sekarang. Pabrik ini kan ada di tiga kecamatan, ada di enam desa. Ya itu pasti anggaran pertama yang di prioritaskan dari situ dulu. Jadi kalau kita ngomong warga RING 1 ya. yang terdiri dari 6 desa Ya di sini Jadi ya seperti itu, gampang aja demografi kita itu dimana. Setelah demografi, baru kita ngomong ke statistik. Data statistik mungkin dari pemerintah, BPS. Bisa jadi setingkat kebijakan dimana sih. Yang paling banyak dari desa-desa itu. Terus sebarannya dimana. Selain itu statistik kesehatan yang berhubungan dengan program kesehatan gratis. Kalau yang paling gampang kan statistik kan masyarakat miskin. Ya itu secara kelompok rentan. Jadi kelompok rentan itu ada masyarakat miskin, wanita, Terus difabel, orang tua, seperti itu. Nah itu pasti prioritas CSR harus itu. Kan gak mungkin kita ngasih orang yang sudah kaya buat apa. Mereka udah mapan loh. Jadi kira-kira seperti itu prioritasnya. Yang di sini. Jadi ya seperti itu, gampang aja demografi kita itu dimana. Setelah demografi, baru kita ngomong ke statistik. Data statistik mungkin dari pemerintah, BPS. Bisa jadi setingkat kebijakan dimana sih. Yang paling banyak dari desa-desa itu. Terus sebarannya dimana. Selain itu statistik kesehatan yang berhubungan dengan program kesehatan gratis. Kalau yang paling gampang kan statistik kan masyarakat miskin. Ya itu secara kelompok rentan. Jadi kelompok rentan itu ada masyarakat miskin, wanita, Terus difabel, orang tua, seperti itu. Nah itu pasti prioritas CSR harus itu. Kan gak mungkin kita ngasih orang

yang sudah kaya buat apa. Mereka udah mapan loh. Jadi kira-kira seperti itu prioritasnya.

P : Terus pertanyaan selanjutnya, siapa saja sih pak yang terlibat dalam proses perencanaan CSR?

N : Yang pasti PIC CSR ya Comrel. Jadi temen-temen Pak Kusno dan tim saya sebagai reviewer biasanya. Jadi yang menentukan planning perencanaan dan lain itu dari Comrel Koordinator dan CRO. CRO itu Comrel Officer. Organisasinya nanti bisa tanya Mas kusno ya. Jadi organisasinya apa sih CRO itu? Seperti itu. Mereka pelaksananya. Nanti di lapangannya banyak yang bantu. Ada PKM tadi saya bilang kan. Kerjasama dengan pemerintah terus dari kepala desa. Dari bidan desa. Dari tokoh tokoh desa. Dari tokoh tokoh masyarakat, ustadz. Itu yang paling dekat. Nanti kalau kita kerjasamanya dengan pemerintah tergantung. Misalnya dengan kementerian agama ya dari kepala depak. Terus nanti dari badan-badan yang lain kan seperti itu Mas.

P : Oke, langsung ini aja Pak. Apa saja kekurangan dan kendala yang pernah dihadapi dalam pelaksanaan CSR?

N : Kekurangan sih, kekurangan duit pasti. Karena harapan orang itu kan pengennya banyak program yang dijalankan ya, Tapi dari perusahaan punya keterbatasan dalam anggaran jadi kita menjalankan program program yang prioritas dulu yang benar benar masyarakat itu membutuhkan program tersebut seperti kesehatan yang berhubungan dengan program kesehatan gratis. Kalau yang paling gampang kan statistik kan masyarakat miskin. Ya itu secara kelompok rentan. Jadi kelompok rentan itu ada masyarakat miskin, wanita, Terus difabel, orang tua, seperti itu. Nah itu pasti prioritas CSR harus itu. Kan gak mungkin kita ngasih orang yang sudah kaya buat apa. Mereka udah mapan loh. Jadi kira-kira seperti itu prioritasnya. Kalau kendala itu, kendalanya itu, di lapangan itu kan keinginan masyarakat itu kan macem-macem. Event sama-sama, orangnya sama, tapi beda. Keinginan juga repot. Desanya, 6 desa, kepala desa A, B, C, D, ini beda-beda kepentingan. Nah sebenarnya, ya itu kendala. Tapi, ya itu harus diselesaikan.

Namanya kendala itu kan enggak boleh. diBiarkan kendala enggak. Tapi kita konsolidasi, kita pendekatan. Pendekatan kan ada yang formal, ada yang informal. Jadi kalau formal itu mungkin dengan secara resmi, surat, dan lain-lain. Kalau informal, ya kita sering ketemu. Kontrol, diskusi . Sebenarnya bukan kendala itu, Mas. Tapi tantangan. Opportunity. Sekarang itu bilanganya risk dan opportunity. Jadi bukan lagi ngomong kita punya resiko dan kendala. Kalau kendala itu cenderung negatif. Negatif, ya. Kalau opportunity, kesempatan loh. Peluang. Peluang ini harus diselesaikan. Jangan milenial. Jangan milenial, kan? Semester berapa, Mas ?

P : semester 8 pak

N : Cukup, Mas. Cukup, Pak. Mungkin itu nanti sama Kak Kusno aja. Ya. Ya, kalau detail sama Mas Kusno nanti itu bisa minta data secara detailnya

P : baik Pak terimakasih

LAMPIRAN 4

TRANSKRIP WAWANCARA 3

Nama Narasumber : Bapak Kusno Hartoyo

Jabatan Narasumber : GA&COMREL

Hari/Tanggal : Rabu, 23 Agustus 2024

Waktu : 12.30 – 13.00 WIB

Tempat : Via zoom

Keterangan : P = Peneliti N = Narasumber

P : Acuan kebijakan ISO mana pak yang di pakai untuk program program csr ini pak ?

N : jadi mas kita di SBI ini sebagai perusahaan yang telah mengadopsi prinsip prinsip ISO26000 sebagai panduan dalam aktivitas bisnis perusahaan mas ISO 26000 ini mas merupakan standar internasional yang memberikan pedoman bagi organisasi atau perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya. Kebijakan ISO26000 itu ini mas panduan kita dalam melaksanakan,merencanakan dan memonitoring dan mengevaluasi proram program CSR yang kita jalankan mas di dalam ISO26000 itu ada banyak mas ada akuntabilitas,transparansi,penghormatan pada kepentingan steakholder ada lingkungan hidup dan ada tatakelola perusahaan itu yang sebagai acuan kita dalam melaksanakan program csr mas

P : Acuan kebijakan BUMN yang mana sih pak yang di terapkan untuk melaksanakan program csr PT Solusi Bangun Indonesia ?

N : Kami mengacu kebijakan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/04/2021: Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan mas Dimana di dalam peraturan tersebut terdapat ada tujuan tanggung jawab social lingkungan perusahaan ada perencanaan program csr ada monitoring dan evaluasi csr dan masih banyak lagi mas intu dari peraturan ini mas kalua tidak salah berfokus pada melaksanakan program-program CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lingkungan dan berdampak positif bagi Masyarakat sekitar mas begitu jadi di peraturan bumh tersebut tujuannya adalah Meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan peningkatan nilai perusahaan. Kita di SBI sudah menerapkan itu semua di segala bidang seperti nilai perusahaan kita di sbi ini sudah Mengembangkan produk-produk bangunan yang lebih ramah lingkungan, seperti semen beremisi rendah karbon atau beton yang menggunakan bahan daur ulang.

P : Untuk pertanyaan yang pertama Pak, ini terkait dengan kelompok rentan, apakah kebutuhan umum atau kebutuhan khusus yang dimiliki oleh kelompok rentan ini yang perlu diperhatikan dalam program CSR, Pak?

N : Terimakasih mas atas pertanyaanya , sebelum kita berbicara tentang kebutuhan dari kelompok rentan, kita dari perusahaan biasanya melakukan studi, apa namanya,

social mapping untuk menentukan kebutuhan-kebutuhan masyarakat salah satunya kebutuhan kelompok rentan. Dari studi itu kita dapat melihat kebutuhan dari kelompok rentan itu seperti apa. Tentu kelompok rentan ini kita pilah pilah dari sisi kebutuhannya ya mas ya tentu yang paling banyak dari studi yang kita lakukan . Pertama stakeholder adalah kebutuhan berkait ekonomi, karena kelompok disabilitas ini biasanya di masyarakat mereka punya keterbatasan khusus. Apabila dia bekerja di perusahaan juga mungkin ada kekurangan secara fisik itu tidak memungkinkan, maka dari perusahaan bisa melakukan kegiatan-kegiatan untuk membantu mereka. Salah satunya yang kita akses misalnya mereka mempunyai ketampilan misalnya tambal ban. Itu biasanya kita berikan stimulan berupa peralatan dan kebutuhan untuk tambal bannya itu seperti apa. Terus kita lakukan penampungan kepada mereka agar bisa menjalankan usahanya. Ada juga yang misalnya cewek yang di Merkawang itu dia bisa jualan karena dia namanya disabilitas dari sisi bicara, dia tunawicara. Secara pemikiran dia masih bisa bernegosiasi, tapi tidak bisa berbicara secara langsung. Jadi pakai nulis kalau jualan harganya segini-segini. Itu kita bantu dia juga untuk etalase serta modal usahanya. Itu salah satu contoh beberapa contoh yang kita lakukan. Yang terakhir kemarin juga kita lakukan pelatihan untuk merias Tatarias, seri pelatihan Tatarias. Ternyata mereka sebenarnya yang disabilitas yang tuna rumuh dan tuna bicara itu juga punya keahlian seperti itu. Ada beberapa yang bekerja di Tatarias, jadi untuk meningkatkan kompetensinya dia. Kompetensinya mereka kita datangkan pelatih rias, lalu kita ajarkan mereka dan kita kasih stimulan alat rias. Mungkin di bulan-bulan Agustus ini kan banyak dibutuhkan itu jasa mereka Nah itu salah satu identifikasi yang kita lakukan dengan sosial mapping serta masukan dari stakeholder terkait kebutuhan-kebutuhan dari kelompok rentang terutama yang disabilitas. Itu mas Fatur.

P : Oke Pak, untuk selanjutnya Pak, siapa saja pihak-pihak yang perlu dilibatkan dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR untuk kelompok rentang ini Pak?

N : Yang pertama pasti pemerintah desa. Karena pemerintah desa ini yang punya data serta yang dekat dengan masyarakat. Yang mungkin memahami kondisi dari masyarakat. Yang kedua, kelompok pusat kegiatan masyarakat atau PKM yang mana di PKM ini yang kita ajak kerjasama untuk pelaksanaan program CSR dari toko-toko masyarakat yang ada di wilayah sekitar pabrik. Yang ketiga, kelompok Forum Disabilitas Tuban.

P : Oh ada ya Pak?

N : Ada, ada. Forum Disabilitas Tupan ada. Dulu ketuanya Mbak Vira Fitria, ini yang kita ajak kerjasama untuk meningkatkan kepercayaan diri dari disabilitas. Karena rata-rata teman-teman disabilitas ini kan secara mental kurang percaya diri. Mbak Vira ini salah satu disabilitas yang sudah sukses di Tuban karena dia kuliah S1 dan sudah lulus S2 juga. Dan sekarang jadi semacam volunteer. Jadi dia membantu pemerintah dalam, maksudnya gini, dia yang di Tuban yang selalu berusaha untuk membantu disabilitas yang membutuhkan yang ada di Tuban. Kita sudah kerjasama dengan Mbak Vira ini selama 3 tahun ini. Tahun ini kita menyasar ke sekolah-sekolah yang ada siswa defable-nya untuk penguatan sekolah dan penguatan siswa. Untuk meningkatkan kepercayaan diri dari siswa tersebut. Dan juga apa namanya, asosiasi terkait nilai-nilai haksasi manusia di sekolah. Itu yang kita lakukan di tahun ini untuk program kelompok rentang. Serta stakeholder stakeholder terkait yang kita ajak untuk penanganan kelompok-kelompok rentang yang ada di sekitar Perusahaan.

P : Selanjutnya Pak, bagaimana sih Pak perusahaan ini dapat memastikan bahwa program-program CSR yang sudah dijalankan atau dirancang ini benar-benar memenuhi kebutuhan dari kelompok rentang itu Pak, bagaimana Pak?

N : Ya, yang pertama tentu seperti yang kita sampaikan sebelumnya, baik wawancara offline maupun online ini. Yang pertama untuk mengetahui kebutuhan mereka dengan user mapping. Yang kedua, koordinasi dengan stakeholder kita ajak bicara kita yang turun langsung mas di

lapangan, terutama desa. Setelah mendapatkan data dari desa, kita melakukan assessment kepada kelompok disabilitas tersebut atau peserta disabilitas. Dari identifikasi itu, kita pilah-pilahin kebutuhan mereka, kebutuhan mereka seperti apa. Dari situ, dengan kita menyasar langsung ke kelompok rentang, kelompok disabilitas, ini kita benar-benar memastikan kebutuhan mereka. Jadi program itu tidak atas dasar top-down, tapi adalah program-program bottom-up yang diharapkan oleh disabilitas tersebut. Yang kedua, kita melakukan evaluasi program. Evaluasi program yang kita lakukan setiap tahun dengan pemerintah desa dan juga dengan stakeholder terkait. Ya, stakeholder-stakeholder yang kita sampaikan tadi, terutama Bira sebagai Forum Disabilitas Tuban. Dengan evaluasi itu, kita bisa melihat pengaruh program kita kepada kelompok rentang seperti apa. Itu sih evaluasi yang kita lakukan agar program-program kita memang benar-benar sesuai kebutuhan dari kelompok rentang.

P : Untuk pertanyaan selanjutnya, terkait dengan potensi wilayah, Pak. Bagaimana sih, Pak, cara perusahaan ini melihat potensi wilayah yang ada di sekitar perusahaan itu memerlukan program CSR dari perusahaan, Pak?

N : Jadi kegiatan program CSR itu tentu berbasis sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Nah, salah satu bentuk yang dilakukan social mapping juga kajian terkait potensi wilayah di masing-masing desa yang ada di sekitar perusahaan di sekitare perusahaan ini ada desa merkawang, desa gelondonggede, . Nah, mungkin di desa pertanian dan desa nelayan pasti ada perbedaan. Nah, dari kegiatan social mapping itu, kita bisa melihat potensi dari desa nelayan apa, potensi dari desa pertanian apa. Selain social mapping, kita juga melakukan studi yang lain yaitu SLI dan juga studi IKM. IKM ini adalah indeks kepuasan masyarakat terhadap program. Nah, sebenarnya dari studi- studi itu yang diharapkan tentu adalah masukan dari masyarakat serta respond dari masyarakat memberikan masukan kepada perusahaan terkait program-program yang ada di wilayah masing- masing, yang ada di wilayah penerima manfaat dan juga stakeholder manfaat. Untuk stakeholder paling penting kami adalah desa mas, karena mereka yang sangat paham dengan

kondisi masyarakatnya. Gitu sih mas, kalau kita melihat potensi wilayah desa, kita lakukan kegiatan- kegiatan tadi serta meminta masukan-masukan dari desa.

P : Untuk selanjutnya pak, ini apakah ada peran dari pemerintah dalam mengoptimalkan potensi wilayah ini pak?

N : Tentu, pasti pemerintah sangat berperan, karena program-program di sini juga program untuk membantu pemerintah dalam pengetasan kemiskinan. Terutama program pengembangan ekonomi UMKM. Pemerintah yang kita lipatkan mulai dari dinas UMKM atau dinas perusahaan dan perbagaian, terus juga pemerintah kecamatan dan desa. Pemerintah di sini berperan membantu mengevaluasi program serta melakukan pengawasan dan pendampingan kepada masyarakat untuk keselarasan dan peningkatan manfaat program yang di jalan dari perusahaan.

P : Jadi itu pemerintahnya datang langsung untuk melihat itu?

N : Iya, jadi evaluasi yang kita lakukan bareng-bareng dengan pemerintah desa dan dinas. Biasanya pembagian tugas atau pembagian ini kami yang bagian untuk menyiapkan kelompok dan pendampingannya pemerintah yang membantu dalam peningkatan kapasitas. Salah satunya pengurusan PIRT. PIRT adalah Produk Industri Rumah Tangga, Ijin Usaha PIRT, Produk industri usaha, Produk Halal, Sertifikasi Halal. Itu kita kerjasama dengan dinas sosial dan dinas perdagangan, koperasi perdagangan dan UMKM, serta dinas perindustrian dan transmigrasi. Karena tiap kabupaten berbeda-beda. Dan ini strategi dari kepala daerah masing-masing. Jadi perusahaan tetap selaras dan bekerjasama dengan pemerintah dalam memperlaksana program ini.

P : Untuk selanjutnya, bagaimana berkomunikasi secara efektif dengan pemangku kepentingan baik secara internal, eksternal tentang program CSR?

N : Secara formal komunikasi kita dengan pemerintah itu adalah Forum Konsultasi Masyarakat atau FKM yang kita lakukan setiap minimal setahun sekali. Biasanya kita lakukan setahun dua kali. Kemarin karena Covid, jadi kita lakukan setahun sekali. FKM ini adalah forum yang kita ciptakan untuk berkonsultasi dengan pemerintah dan stakeholder yang diundang mulai dari camat, pemusbiga

kecamatan, pemerintah desa, tokoh masyarakat, tokoh perempuan, penerima manfaat, serta stakeholder terkait misalnya kita ada PIA penamping, ada misalnya dari Universitas yang mendampingi juga. Jadi semua ini kita libatkan di dalam operasi program CSR serta pelaksanaan program CSR yang kita lakukan. Diharapkan dari FKM ini saran-saran dan masukan untuk kesempatan program kita dan semua pihak untuk kesempurnaan program CSR yang dijalankan oleh perusahaan. Itu komunikasi yang kita lakukan secara informal. Kami dari tim Komrel yang menjadi tanggung jawab dari perusahaan dan kita berkomunikasi secara informal dengan stakeholder untuk meminta masukan dari program-program yang kita jalankan. Dari perusahaan datang ke dinas, ke pemerintah kecamatan, ke stakeholder, ke penerima manfaat, dan mungkin ada masukan-masukan untuk penyempurnaan program kita. Yang kita lakukan komunikasi secara internal biasanya dari kami ada tim corporate communication yang melakukan komunikasi secara internal. Jadi kalau kami yang di bagian CSR hanya berkomunikasi secara eksternal dengan stakeholder.

P : Jadi yang corporate itu yang dari luar pak ?

N : Yang ke dalam, yang ke internal. Kalau kami yang ke luar, yang ke eksternal. Pembagiannya seperti itu.

P : Baik Pak untuk pertanyaan selanjutnya, bagaimana memastikan bahwa program CSR ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek tetapi juga berdampak pada jangka panjang?

N : Kita di perusahaan itu punya Renestra. Renestra itu rencana strategis selama lima tahun berdepan. Dari Renestra itu kita coba dalam perjalanan jangka pendek selama bertahun-tahunan. Dengan membuat Renestra tersebut, kita berharap program itu semua jangka panjangnya kita mau kemana. Nah itu yang kita tetapkan di perusahaan. Jadi dari manajemen sudah menetapkan semua program harus ada Renestra-nya. Ada jangka panjang yang mau dicapai apa. Nah dari jangka panjang kita tarik per tahun apa yang mau kita lakukan. Itu salah satu bentuk pengawasan dari manajemen perusahaan yang dilakukan supaya program itu benar-benar

berjangka panjang. Nah yang kedua, kita melakukan assessment ulang. Setiap program yang kita lakukan. Dan setiap tahunnya kita lakukan evaluasi terus.

P : Setiap bulan atau setiap tahun, Pak?

N : Setiap tahun kalau setiap bulan kita kan kegiatannya ya. Dan programnya setiap tahun. Sudah tercapai di tahun depan kita harus mencapai apa ini. Evaluasi dengan stakeholder menurutku yang kita lakukan dengan FKM. Dan juga kita silaturahmi turun lapangan langsung ke stakeholder untuk meminta masukan dan review-nya. itu yang dilakukan selama ini mas .

N : Focus program csr PT Solusi bangun Indonesia apa saja sih pak

P : Focus program csr kita ada 4 pilar mas ada pilar social ekonomi lingkungan hukum dan tata Kelola Nah yang di pilar soasial ini mas ada program pengobatan gratis,eve program,English for fun,program kebencanaan hewan qurban dan idul adha nah untuk penobatan gratis ini mas kita bekerja sama dengan puskesmas puskesmas setempat untuk bisa melakukan program program pengobatan gratis ini di desa desa terutama desa desa yang berada di ring 1 seperti desa merkawang desa gelondong gedhe dan lain lain targetnya adalah seluruh masyarakat desa yang memiliki permasalahan pada Kesehatan khususnya lansia ya mas kebanyakan lansia di sekitar perusahaan ini banyak sekali permasalahan kesahatan seperti pegel linu gatal gatal matanya mungkin agak buram itu kita berikan pengobatan gratis dengann tenaga medis dari puskesmas puskesmas sekitar mas pengobatan gratis ini mas kita lakukan setiap bulan mas jadi misalkan bulan janari di desa merkawang lalu februari di desa glondong gedhe dan antusiasme masyarakat sekitar juga sangat luar biasa mas untuk pengobatan gratis ini kemudian ada hewan qurban idul adha itu kita biasanya kita membeli hewan hewan qurban baik kambing maupun sapi untuk nandinya kita qurbankan di masjid masjid sekitar perusahaan terutama desa desa sekitar perusahaan mas untuk nantinya bisa di nikmati dan dibagikan kepada Masyarakat desa begitu mas untuk pilar social untuk yang ekonomi ya ada PEKKA Perwira ada pendampingan disabilitas ada digital marketing dan printing yang sudah saya jabarkan kemarin mas dan tadi mas lalu ada lingkungan mas nah di pilar

lingkungan ini focus programnya adalah program bank sampah program bank sampah ini rutin mas kita lakukan setiap 1 bulan 1 kali mas seperti kemarin ada program bank sampah di pabrik namanya program Aksi SESAMA (Sedekah Sampah Bersama) yang melibatkan seluruh karyawan, masyarakat sekitar dan kontraktor. Aksi SESAMA adalah kegiatan mengumpulkan sampah bersama di lingkungannya masing-masing jadi karyawan Masyarakat ini membawa sampah sampah yang ada di lingkungannya untuk di bawa ke pabrik untuk kemudian dipilah dan disetorkan ke bank sampah terdekat. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran semua pihak dalam mengatasi masalah sampah dan mengajak karyawan untuk menata dan menjaga kebersihan rumah dan area kerja. Kegiatan ini juga melibatkan sejumlah bank sampah yang dikelola di sekitar area operasional SBI sebagai bentuk dukungan SBI untuk para pegiat pengelolaan sampah yang selama ini sudah bekerja keras memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pemilahan dan pengelolaan sampah begitu mas lalu ada penanaman pohon penghijauan jadi kita bekerjasama dengan dinas lingkungan hidup untuk penanaman pohon di sekitar pabrik mas kemari kalau tidak salah ada 400-500 pohon yang akan kita tanam di lingkungan sekitar pabrik ini mas nah mungkin itu mas beberapa program program csr yang kita jalankan selama ini

LAMPIRAN 5

TRANSKRIP WAWANCARA 4

Nama Narasumber : Bapak Kusno Hartoyo

Jabatan Narasumber : CSR General Assistant

Hari/Tanggal : Rabu, 27 Juli 2024

Waktu : 13.30 – 13.00 – 13.45 WIB

Tempat : PT Solusi Bangun Indonesia Tuban

Keterangan : P = Peneliti N = Narasumber

P : untuk pertanyaan yang pertama, ini mungkin bagaimana sih Pak PT SBI ini memantau dan mengukur kemajuan program-program CSR nya Pak?

N : Iya, jadi ini Mas, kita kan punya tata kelola area, tata kelola CSR yang mana ini jadi buku sakunya kami sebagai pelaku ya di lapangan gitu ya Manajemen dalam memantau program CSR itu ada beberapa hal yang dilakukan, kami yang di lapangan, teman-teman yang sebagai PIC program ini membuat update bulanan pada manajemen Ya, itu yang pertama. Yang kedua, kami dari sisi koordinator atau wakili manajemen juga turun ke lapangan untuk melihat, memonitoring pekerjaan teman-teman, dan memonitoring progress kegiatan yang dilakukan Nah, setelah itu, apa namanya, teman-teman setelah selesai program, teman-teman buat laporan implementasi kepada manajemen laporan implementasi program selama satu tahun Untuk evaluasi program selanjutnya, itu yang kita lakukan dari sisi manajemen dan dari sisi teman-teman sebagai pelaku yang ada di lapangan

P : Selanjutnya, itu apa saja kekurangan dan kendala yang dihadapi, baik apakah ada kendala internal maupun ada kendala external yang dihadapi selama dalam pelaksanaan CSR ini pak?

N: Ya, tentu mas, kita bahasanya bukan kendala, tapi bahasa di kami kan ini tantangan Ya, kalau kendala itu kelihatannya berat banget gitu ya, tapi kalau tantangan itu, wah ini ada sebuah tantangan yang harus kita selesaikan bersama dengan masyarakat itu ya Ya, tantangan yang kita hadapi, tentu dari sisi internal, kita ini kan bukan hanya 1-2 program yang kita jalankan, ada beberapa program Teman-teman yang PIC program itu paling tidak memegang 4-5 program, ada 6 program juga Ini kan tantangannya adalah membagi waktu sama membagi pikiran sehingga ada perogram program yang kita jalankan ini kurang efektif mas ,program ini sudah sampai di mana, ini harus seperti apa Biasanya teman-teman membuat perencanaan di awal tahun itu, ini program ini kita mulai bulan ini, yang ini kita mulai, ini kalau sudah mulai sebulan, yang ini kita jalan jadi biar keiringan Ya, seperti itu, ya mengatur waktunya saja sebenarnya, ya mengatur waktunya saja yang dilakukan Yang kedua, kita membagi istilahnya kesepakatan dengan pendamping lokal, yaitu PKM, yang kita ajak kerjasama ini, yang kemarin emang kita jelaskan bahwa dia adalah dari masyarakat Kita membuat jadwal perencanaan dengan PKM dan juga dengan penerima manfaat atau kelompok yang kita dampingi, itu kita buat perencanaan dari awal Sehingga teman-teman saling mengingatkan, teman-teman yang pendamping lokal mengingatkan bahwa kita ini sudah waktu ini, ok, ayo kita diskusikan, kita jalan seperti apa Itu salah satu strategi yang kita lakukan, namanya strategi itu kan kadang tidak bisa berjalan 100% Nah, biasa lah, itu kan dinamikanya di kelompok kan seperti itu, ya tidak mungkin kita bisa 100% itu, 70% itu selamdulilah bisa berjalan Tapi sampai saat ini, tantangan untuk kita secara internal seperti itu, nah itu strateginya kita selesaikan dengan cara seperti tadi Kalau yang kendala eksternal, nah ini yang kadang tidak terkontrol ya dari kita, hanya bisa kita mitigasi untuk mengurangnya Kendala eksternal, soal komunikasi, masyarakat ini kan banyak macam-macam, banyak kepala, pasti banyak pertanyaan Kadang sudah kita jawab, tapi mereka masih belum terjawab Kendala yang pertama, komunikasi, karena dari sisi anggota, pendidikan juga, kalau yang pendidikan yang mungkin,

yang mohon maaf ya misalnya SD agak susah ya komunikasi, menerima komunikasi juga agak susah, tapi kalau yang dia memang pendidikannya lumayan, kita akan acak diskusi Kendala yang pertama, komunikasi, yang kedua, kepentingan yang berbeda-beda dari masyarakat, baik itu masyarakat itu ada penerima manfaat ada tokoh masyarakat, ada pemerintah desa, ini kepentingannya berbeda-beda, mungkin yang terjadi salah satunya, mereka sebenarnya ada terselip Kepentingan pribadi, diatas kepentingan bersama, kepentingan pribadi, ini tantangan yang biasanya agak cukup challenging bagi kita untuk supaya kita kepentingan bersama ini tetap berlanjut, tapi kepentingan pribadi ini jangan sampai mengganggu kepentingan bersama Itu salah satu, salah satu yang kita lakukan juga tidak bisa kita lakukan kalau misalnya A kita lakukan B ya, juga tidak bisa seperti itu tergantung situasi dan kondisi serta penerimaan dari yang bersangkutan, kayak gitu jadi pendekannya pasti berbeda-beda dan macam-macam gitu ya dan tidak bisa diceritakan seperti apa gitu ya, tidak bisa, tergantung kita bagaimana, responnya, ya kan dan terus eksekusinya seperti apa, itu sih biasanya kepentingan pribadi, di atas kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi Ya kita bisa saja pendekatannya secara informal dengan yang bersangkutan, pendekatan informal ini kan penting ya, mungkin dia secara kelompok, fine-fine saja tapi di belakang seperti apa kan kita tidak tau seperti apa untuk solusinya ya terapat pendekatan secara informal ya, ngobrol aja kita datang ke mana, ke diskusi kita sampaikan maksud dan tujuan kita, tujuan besarnya untuk masyarakat apa, dan kita coba kepentingan pribadinya seperti apa program seperti apa, itu yang biasanya kita lakukan mas

P : Apa saja solusi dan upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi tantangan atau kurangnya perencanaan itu, Pak?

N : Ya, yang pertama tentu kita biasanya di awal kan di fase perencanaan, fase perencanaan itu kita rencanakan bersama masyarakat terutama pemerintah desa, tujuan programnya apa, background programnya dulu ya, backgroundnya dulu, latar belakang programnya apa, tujuannya kita apa, terus apa yang kita capai Nah, dari sana nanti misalnya ada tantangan- tantangan yang terjadi, ya kita diskusikan dengan desa dan juga dengan para masyarakat Nah, itu salah satu strategi yang kita

lakukan selama ini untuk meminimalisir tantangan atau kendala yang terjadi Ya, untuk meminimalisir ya, nggak mungkin bisa mengendawakan, nggak mungkin ya, karena ini program kemasyarakatan itu sulit untuk mengendawakan kecuali mesin ya, mesin sudah berbaiki, selesai, selesai jalan, sesuai 100%

P : Untuk pertanyaan selanjutnya, bagaimana PT SBI ini dapat meningkatkan efektivitas program CSR-nya, Pak?

N : Gimana, gimana Mas ?

P : Bagaimana PT Solusi Bangun Indonesia dapat meningkatkan efektivitas program CSR-nya?

N : Ya, seperti yang kita jelaskan, di awal di Tata kelola, Tata kelola CSR itu kan sudah jelas ya, mulai perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Nah, di evaluasi itu yang kita lihat efektivitas program, ya, di mana di jalan kita ada pengukuran IKM, ada pengukuran SROI, itu untuk melihat efektivitas program, ya, IKM untuk melihat kepuasan masyarakat terhadap program, untuk melihat seberapa nilai kemanfaatan program terhadap, apa namanya, terhadap penerima manfaat memanfaatkan. Jadi, seberapa besar investasi yang kita lakukan dan manfaatnya kepada masyarakat sebesarnya apa? Itu minimal dua kegiatan itu yang kita lakukan setahun- tahun terhadap program, sehingga dengan studi itu kita bisa melihat seberapa efektif program. Nah, dari itu kan ada beberapa masukan ini dari masyarakat, dari penerima manfaat. Nah, dilihat di sana masukannya seperti apa, untuk ke depan yang lebih baik yang bisa dilakukan apa. Nah, setelah itu, kita lakukan FGD, Form Group Discussion, dengan pemerintah desa dan tokoh masyarakat, ya. Nama kegiatannya FKM Forum, konsultasi masyarakat. Kita konsultasikan ini, hasilnya selama setahun program, setelah studi yang kita lakukan, kita konsultasikan dari bawa bertadis dan tokoh masyarakat, untuk memberikan masukan efektifitas kita sebegitu, ke depan. Seperti itu sih, Mas.

P : Untuk cara mengukur SROI nya itu bagaimana, Pak? Dengan kuisioner lalu di bagikan kepada warga atau bagaimana?

N : Ya, jadi SROI itu, SROI itu penilaian yang dilakukan oleh pihak ketiga, yang sudah tersertifikasi dari, dari apa ya Jadi dia memang ada tim ahli. Tim ahli. Ya, dari pihak ketiga, nggak boleh dari perusahaan. Agar objektivitasnya terjaga Biar independen juga. Ya, independen juga. Jadi, kita biasanya kerjasama dengan lembaga, lembaga yang sudah tersertifikasi SROI, ya. Dia yang melakukan, dia yang melakukan di lapangan. Jadi kita sudah nggak ikut Ketika mereka melakukan penilaian di lapangan, apa melakukan itu, ya silahkan ke ketiga jalan di lapangan. Kita jalan sendiri. Jalan sendiri, y akita tidak boleh ikut boleh ikut. Jadi, iya, kalau nanti ada kita kan mereka sungkan misalnya, mau menyampaikan, iya mereka sungkan. Kalau ini jalan sendiri, jadi seolah kayak nggak tahu kalau kita melakukan itu. Dan itu juga salah satu studi yang untuk memenuhi dokumen seroi, eh dokumen, dokumen proper untuk kita mengatasi pemergahan dari kementerian.

P : Pertanyaan selanjutnya, apa yang perlu didingkatkan Pak dalam pelaksanaan CSR PT Solusi Bangun Indonesia ?

N : Ya, tentu setiap tahun akan ada berbeda masukan dari masyarakat. Nah, yang sebanyak yang perlu didingkatkan adalah budget, budget yang perlu di tingkatan. Yang kedua, yang paling penting adalah apa ya, istilahnya supaya manfaatnya lebih banyak ke masyarakat. Menambah penerima manfaat, itu biasanya kita setiap tahun itu ada target. target penerima manfaat tahun ini berapa, tahun depan berapa? Itu dari macam mana, biar kita setiap tahun ada peningkatan. Berikut, masyarakat yang menerima program kita, berapa di akumulasinya.

P : Untuk pernyataan yang terakhir, apa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keberlanjutan program CSR di masa yang akan datang?

N : Jadi gini, program itu sebisa mungkin jangan top down. Program top down itu artinya program dari perusahaan masuk masyarakat tanpa kita meminta masukan dari mereka. Program yang baik itu adalah program yang bottom up. Bottom up, dimana itu adalah usulan dari masyarakat. Kita hanya berusaha menanggapi dan berusaha memberikan masukan-masukan yang menjalankan semuanya masyarakat. Kita berusaha sebisa mungkin program itu berbasis permasalahan yang ada di

masyarakat. Mereka yang kita ajak diskusi untuk mencari solusi, itu biasanya untuk lanjut. Karena mereka merasa memiliki program, mereka merasa memiliki program itu. Kalau dia merasa memiliki, meskipun tidak ada keuntungan bagi dia, dia akan bersemangat. Karena dia dari awal dilibatkan. Dari awal dilibatkan, mulai dari perancangan, perancangan evaluasi dia dilibatkan. Sehingga menjadi kebanggaan bagi masyarakat ketika program itu mereka bisa merasa memiliki. Yang penting itu sih mas.

LAMPIRAN 6

TRANSKRIP WAWANCARA 5

Nama Narasumber : Bapak Kusno Hartoyo

Jabatan Narasumber : CSR General Assistant

Hari/Tanggal : senin ,30 oktober 2024

Waktu : 13.00 – 13.30 – WIB

Tempat : ZOOM

Keterangan : P = Peneliti N = Narasumber

P : baik pak untuk saran saya pak mengenai kekurangan dan kendala ini terkait dengan kendala kurangnya tenaga kerja saran saya mungkin ada baiknya menambah tenaga kerja untuk di divisi CSR ini pak yang sesuai dengan bidangnya pak sehingga tidak ada lagi 1 orang itu memegang 5 – 6 program supaya program program yang sudah di rancang/di rencanakan bisa berjalan dengan maksimal dan efektif itu pak saran saya yang ini mungkin ada tanggapan pak

N : ya mas terimakasih atas Saranya memang di SBI ini khususnya di CSR itu kita masih belum bisa untuk menambah jumlah tenaga kerja untuk divisi csr ini karena di divisi csr ini sudah penuh nanti kalau kita menambah jumlah tenaga kerja tidak ada tempatnya jadi untuk sementara kita masih belum bisa menambah tenaga kerja baru saran dari mas bisa kami terima dan masuk akal juga ya mas mungkin untuk kedepanya saran yang mas paparkan bisa terealisasikan seiring dengan berjalanya waktu mas untuk sementara yang kita lakukan ya misalkan ada program pengobatan gratis ya kita berkerjasama dengan puskesmas setempat dengan cara mungkin puskesmas menyediakan dokternya kita yang support obatnya sama alat alatnya kayak begitu mas yang sementara kita lakukan

P : baik pak terimakasih atas tanggapannya untuk saran yang selanjutnya terkait budget saya tidak tau juga pak mengenai budget ini bagaimana supaya perusahaan bisa menambah budgetnya tapi saran yang saya berikan mungkin

bisa dengan berkolaborasi dengan pemerintah daerah, universitas atau bahkan bisa berkolaborasi dengan perusahaan perusahaan yang lainya karena program program csr ini kan program jangka Panjang ya pak sehingga butuh budget yang maksimal

N : ya mas bagus mas Saranya sementara ini perusahaan ini terbatas ya mas untuk budget ini karena sebenarnya, baseline dari anggaran CSR itu tahun sebelumnya paling nambah 1-2 persen. Jadi kita, setara anggaran total company itu kan ditentukan dari corporate. Karena Di SBI itu sendiri kan korporasi ya. Jadi Tuban, Rokongan, Narokong, Cilacap itu punya CSR masing-masing, nah itu dari holding turun ke SBI, SBI turun ke bawah, nanti dibagi. Jadi sesuai skala prioritas. Kita sudah mengajukan program, dalam setahun depan kita mau ini-ini, dana CSR-nya sesuai, ya sudah, seperti itu. Dan biasanya sudah baseline- nya ada ya, misalkan tahun ini dana CSR 3 miliar. Tahun depan ya, ya nggak jauh-jauh dari itu. Nggak bisa kita naik gitu mas jadi saran ini mungkin bisa menjadi Solusi ya mas kedepanya

P : baik pak terimakasih atas tanggapannya untuk saran selanjutnya mengenai kepentingan yang berbeda beda dari Masyarakat saran saya mungkin ada baiknya melakukan dialog diskusi secara terbuka maksudnya komunikasinya tidak hanya dari perwakilan Masyarakat misal dari kepala desa atau Lembaga Lembaga desa tetapi semua Masyarakat juga harus terlibat supaya tidak timbul kepentingan kepentingan yang lain mungkin apabila Masyarakat yang tidak mengerti tentang program ini kemudian dari perusahaan menjelaskan secara langsung kepada orang tersebut misalkan dengan mendatangi rumahnya atau bisa melakukan sosialisasi program program yang akan di jalankan untuk menjelaskan tentang program tersebut mulai dari perencanaan maksud dan tujuan program hingga sampai evaluasi programnya seperti apa mungkin itu pak saran dari saya

N : baik mas terimakasih atas Saranya untuk masalah kepentingan Masyarakat yang berbeda beda ini kita sudah lakukan jadi di kita ada yang namanya fkm mas forum konsultasi Masyarakat Kita lakukan diskusi dengan desa, dengan tokoh-tokoh masyarakat, dengan perempuan. Masukkan masukan masing- masing program CSR

yang sudah kita lakukan Bersama lalu kita suruh sampaikan kepentingan pribadinya seperti apa program seperti apa, itu yang biasanya kita lakukan mas

P : baik pak mungkin itu saja pak saran dari saya pak terkait kendala yang di hadapai semooga saran saran yang saya berikan bisa berguna ya pak mungkin itu saja sih pak terimakasih pak atas waktu yang telah di berikan kepada saya

N : ohh ya mass kita ini kalau ada saran pasti kita tampung mas menjadi bahan evaluasi juga dari kita untuk menjalankan program program yang lebih baik kedepanya

P : baik pak sekali lagi terimakasih pak

LAMPIRAN 7

FRAMEWORK MATRIX RUMUSAN MASALAH 1

Narasumber	RM 1 Mekanisme Pelaksanaan C	B : 1. Acuan Kebijakan CSR	C : a. ISO26000	D : b. Kebijakan BUMN
1 : Wawancara bapak Kusno Hartoyo 18 juli 2024		Oke, itu yang selanjutnya, ini kebijakan kebijakan CSR. Nah, ini yang, apa, jadi dari, mulai dari visi dan misinya perusahaan, kita turunkan ke kebijakan CSR, ya kan, tentu mengacu kebijakan pemerintah, pemerintah BUMN, karena kita sudah masuk perusahaan BUMN. Terus terintegrasi dengan kebijakan dari Grup semen indonesia Group (SIG). Terus ISO26000 Oke, itu yang selanjutnya, ini kebijakan kebijakan CSR. Nah, ini yang, apa, jadi dari, mulai dari visi dan misinya perusahaan, kita turunkan ke kebijakan CSR, ya kan, tentu mengacu kebijakan pemerintah, pemerintah BUMN, karena kita sudah masuk perusahaan BUMN. Terus terintegrasi dengan kebijakan dari Grup semen indonesia Group (SIG). Terus ISO26000		

Narasumber	RM 1 Mekanisme Pelaksanaan C	B : 1. Acuan Kebijakan CSR	C : a. ISO26000	D : b. Kebijakan BUMN
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024			N : jadi mas kita di SBI ini sebagai perusahaan yang telah mengadopsi prinsip prinsip ISO26000 sebagai panduan dalam aktivitas bisnis perusahaan mas ISO 26000 ini mas merupakan standar internasional yang memberikan pedoman bagi organisasi atau perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya. Kebijakan ISO26000 itu ini mas panduan kita dalam melaksanakan, merencanakan dan memonitoring dan mengevaluasi proram program CSR yang kita jalankan mas di dalam ISO26000 itu ada banyak mas ada akuntabilitas, transparansi, penghormatan pada kepentingan stakeholder ada lingkungan hidup dan ada tatakelola perusahaan itu yang sebagai acuan kita dalam melaksanakan program csr mas N : jadi mas kita di SBI ini sebagai perusahaan yang telah mengadopsi prinsip prinsip ISO26000 sebagai panduan dalam aktivitas bisnis perusahaan mas ISO 26000 ini mas merupakan standar internasional yang memberikan pedoman bagi organisasi atau perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya. Kebijakan ISO26000 itu ini mas panduan kita dalam melaksanakan, merencanakan dan memonitoring dan mengevaluasi proram program CSR yang kita jalankan mas di dalam ISO26000 itu ada banyak mas ada akuntabilitas, transparansi, penghormatan pada kepentingan stakeholder ada lingkungan hidup dan ada tatakelola perusahaan itu yang sebagai acuan kita dalam melaksanakan program CSR mas	N : Kami mengacu kebijakan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/04/2021: Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan mas Dimana di dalam peraturan tersebut terdapat ada tujuan tanggung jawab social lingkungan perusahaan ada perencanaan program csr ada monitoring dan evaluasi csr dan masih banyak lagi mas itu dari peraturan ini mas kalau tidak salah berfokus pada melaksanakan program-program CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lingkungan dan berdampak positif bagi Masyarakat sekitar mas begitu jadi di peraturan bumn tersebut tujuannya adalah Meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan peningkatan nilai perusahaan. Kita di SBI sudah menerapkan itu semua di segala bidang seperti nilai perusahaan kita di sbi ini sudah Mengembangkan produk-produk bangunan yang lebih ramah lingkungan, seperti semen beremisi rendah karbon atau beton yang menggunakan bahan daur ulang. N : Kami mengacu kebijakan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/04/2021: Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan mas Dimana di dalam peraturan tersebut terdapat ada tujuan tanggung jawab social lingkungan perusahaan ada perencanaan program csr ada monitoring dan evaluasi csr dan masih banyak lagi mas itu dari peraturan ini mas kalau tidak salah berfokus pada melaksanakan program-program CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lingkungan dan berdampak positif bagi Masyarakat sekitar mas begitu jadi di peraturan bumn tersebut tujuannya adalah Meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan peningkatan nilai perusahaan. Kita di SBI sudah menerapkan itu semua di segala bidang seperti nilai perusahaan kita di sbi ini sudah Mengembangkan produk-produk bangunan yang lebih ramah lingkungan, seperti semen beremisi rendah karbon atau beton yang menggunakan bahan daur ulang.

Narasumber	RM 1 Mekanisme Pelaksanaan C	B : 1. Acuan Kebijakan CSR	C : a. ISO26000	D : b. Kebijakan BUMN
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024				
4 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 30 november 2024				
5 : wawancara bapak Yunani Rizal 21 juli 2024				

Narasumber	E : 2. Pemetaan Sosial Mapping	F : a. Identifikasi Masalah Kelompok Rentan	G : b. Potensi Wilayah
1 : Wawancara bapak Kusno Hartoyo 18 juli 2024		nah dari kebijakan CSR kita lakukan pemetaan sosial jadi pemetaan sosial ini untuk melihat potensi dan permasalahan permasalahan yang ada di masyarakat serta masalah terutama kelompok rentang kelompok rentang itu kelompok yang butuh untuk kita apa ya kita kembangkan kelompok rentang itu ada juga ada masalah termasuk disabilitas disabilitas itu kelompok rentang terus perempuan-perempuan, perempuan-perempuan yang hidup sendiri terus menghidupi keluarga Nah, dari pemetaan sosial itu nanti keluarnya ada rekomendasi program	Jadi kita punya studi, studi pemetaan sosial yang dilakukan oleh perusahaan selama empat tahun sekali. Dari studi itu, hasil studinya ada rekomendasi program dasar yang harus kita lakukan. Dengan dasar dari potensi wilayah serta permasalahan dan isu-isu yang ada di masyarakat Misalnya isu kemiskinan, potensinya apa sih yang bisa dikembangkan? Misalnya misalkan dekat pabrik ini di desa merkawang, daerah dekat pabrik ini butuh apa sih misalnya butuh kos-kos Terus mereka, orang yang kos kosan ini pasti butuh makan Kita arahkan mereka untuk bikin warung, ya kan? Terus bikin jajanan-jajanan. Sekarang kan ramai itu, depan itu. Sekarang kan sore, lewat belakang pabrik, lewat jalan yang sebelah timur kan ramai mas. banyak Orang jajanan-jajanan. P : Iya banyak orang, Pak. N : Iya, dulu sepi. Dulu sepi mas, saya kan tinggal di sini dulu. Dulu kan tidak seramai yang sekarang mas, dulu kan gak ada orang jualan sama sekali karena desa di sekitar pabrik ini orang orangnya rata rata semua petani mas ,sekarang yang bekerja-bekerja itu. berangkat bekerja lewat situ ya jajan buat makan di pabrik,

Narasumber	E : 2. Pemetaan Sosial Mapping	F : a. Identifikasi Masalah Kelompok Rentan	G : b. Potensi Wilayah
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024		N : Terimakasih mas atas pertanyaanya , sebelum kita berbicara tentang kebutuhan dari kelompok rentan, kita dari perusahaan biasanya melakukan studi, apa namanya, social mapping untuk menentukan kebutuhan-kebutuhan masyarakat salah satunya kebutuhan kelompok rentan. Dari studi itu kita dapat melihat kebutuhan dari kelompok rentan itu seperti apa. Tentu kelompok rentan ini kita pilah pilah dari sisi kebutuhannya ya mas ya tentu yang paling banyak dari studi yang kita lakukan . Pertama stakeholder adalah kebutuhan berkait ekonomi, karena kelompok disabilitas ini biasanya di masyarakat mereka punya keterbatasan khusus. Apabila dia bekerja di perusahaan juga mungkin ada kekurangan secara fisik itu tidak memungkinkan, maka dari perusahaan bisa melakukan kegiatan-kegiatan untuk membantu mereka. Salah satunya yang kita akses misalnya mereka mempunyai ketampilan misalnya tambal ban. Itu biasanya kita berikan stimulan berupa peralatan dan kebutuhan untuk tambal bannya itu seperti apa. Terus kita lakukan penampingan kepada mereka agar bisa menjalankan usahanya. Ada juga yang misalnya cewek yang di Merkawang itu dia bisa jualan karena dia namanya disabilitas dari sisi bicara, dia tunawicara. Secara pemikiran dia masih bisa bernegosiasi, tapi tidak bisa berbicara secara langsung. Jadi pakai nulis kalau jualan harganya segini-segini. Itu kita bantu dia juga untuk etalase serta modal usahanya. Itu salah satu contoh beberapa contoh yang kita lakukan. Yang terakhir kemarin juga kita lakukan pelatihan untuk merias Tatarias, seri pelatihan Tatarias. Ternyata mereka sebenarnya yang disabilitas yang tuna rumuh dan tuna bicara itu juga punya keahlian seperti itu. Ada beberapa yang bekerja di Tatarias, jadi untuk meningkatkan kompetensinya dia. Kompetensinya mereka kita datangkan pelatih rias, lalu kita ajarkan mereka dan kita kasih stimulan alat rias. Mungkin di bulan-bulan Agustus ini kan banyak dibutuhkan itu jasa mereka Nah itu salah satu identifikasi yang kita lakukan dengan sosial mapping serta masukan dari stakeholder terkait kebutuhan-kebutuhan dari kelompok rentang terutama yang disabilitas. Itu mas Fatur N : Yang pertama pasti pemerintah desa. Karena pemerintah desa ini yang punya data serta yang dekat dengan masyarakat. Yang mungkin memahami kondisi dari masyarakat. Yang kedua, kelompok pusat kegiatan masyarakat atau PKM yang mana di PKM ini yang kita ajak kerjasama untuk pelaksanaan program CSR dari toko-toko masyarakat yang ada di wilayah sekitar pabrik. Yang ketiga, kelompok Forum Desabilitas Tuban. P : Oh ada ya Pak? N : Ada, ada. Forum Desabilitas Tuban ada. Dulu ketuanya Mbak Vira Fitria, ini yang kita ajak kerjasama untuk meningkatkan kepercayaan diri dari disabilitas. Karena rata-rata teman-teman disabilitas ini kan secara mental kurang percaya diri. Mbak Vira ini salah satu disabilitas yang sudah sukses di Tuban karena dia kuliah S1 dan sudah lulus S2 juga. Dan sekarang jadi semacam volunteer. Jadi dia membantu pemerintah dalam, maksudnya gini, dia yang di Tuban yang selalu berusaha untuk membantu disabilitas yang membutuhkan yang ada di Tuban. Kita sudah kerjasama dengan Mbak Vira ini selama 3 tahun ini. Tahun ini kita menyasar ke sekolah-sekolah yang ada siswa defable-nya untuk penguatan sekolah dan penguatan siswa. Untuk meningkatkan kepercayaan diri dari siswa tersebut. Dan juga apa namanya, asosiasi terkait nilai-nilai haksasi manusia di sekolah. Itu yang kita lakukan di tahun ini untuk program kelompok rentang. Serta steakholder steakholder terkait yang kita ajak untuk penanganan kelompok-kelompok rentang yang ada di sekitar Perusahaan.	N : Jadi kegiatan program CSR itu tentu berbasis sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Nah, salah satu bentuk yang dilakukan social mapping juga kajian terkait potensi wilayah di masing-masing desa yang ada di sekitar perusahaan di sekitare perusahaan ini ada desa merkawang, desa gelondonggede, . Nah, mungkin di desa pertanian dan desa nelayan pasti ada perbedaan. Nah, dari kegiatan social mapping itu, kita bisa melihat potensi dari desa nelayan apa, potensi dari desa pertanian apa. Selain social mapping, kita juga melakukan studi yang lain yaitu SLI dan juga studi IKM. IKM ini adalah indeks kepuasan masyarakat terhadap program. Nah, sebenarnya dari studi- studi itu yang diharapkan tentu adalah masukan dari masyarakat serta respond dari masyarakat memberikan masukan kepada perusahaan terkait program-program yang ada di wilayah masing- masing, yang ada di wilayah penerima manfaat dan juga stakeholder manfaat. Untuk stakeholder paling penting kami adalah desa mas, karena mereka yang sangat paham dengan kondisinya masyarakatnya. Gitu sih mas, kalau kita melihat potensi wilayah desa, kita lakukan kegiatan- kegiatan tadi serta meminta masukan-masukan dari desa. N : Tentu, pasti pemerintah sangat berperan, karena program-program di sini juga program untuk membantu pemerintah dalam pengetasan kemiskinan. Terutama program pengembangan ekonomi UMKM. Pemerintah yang kita lipatkan mulai dari dinas UMKM atau dinas perusahaan dan perbagaian, terus juga pemerintah kecamatan dan desa. Pemerintah di sini berperan membantu mengevaluasi program serta melakukan pengawasan dan pendampingan kepada masyarakat untuk keselarasan dan peningkatan manfaat program yang dijalankan dari perusahaan.

Narasumber	E : 2. Pemetaan Sosial Mapping	F : a. Identifikasi Masalah Kelompok Rentan	G : b. Potensi Wilayah
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024			
4 : wawancara bapak Yunani Rizzal 21 juli 2024	N : Jadi banyak toolnya, Mas. Ada namanya social mapping, ya. Social mapping itu pertama social mapping itu biasanya dilakukan pihak Ke 3. Yang ditunjuk kebetulan pihak Ke 3 itu dari akademisi, dari UGM kebetulan. Jadi dari social mapping itu muncul rekomendasi nanti. Rekomendasi-rekomendasi muncul rencana kerja, rencana strategis. Program-program CSR itu dari situ. Selain itu juga aspirasi masyarakat, aspirasi dari pemangku kepentingan, dan lain- lain. Jadi nanti itu diolah sama teman-teman community relation, kira-kira prioritasnya yang mana. Yang pasti kita semuanya bukan berarti nggak punya inisiatif, tapi memang namanya kita kan butuh umpan, ya. Itu lebih mengen daripada kita inisiatif, ternyata nggak pas di masyarakat. Jadi mereka yang ngasih umpan, oke, kita punya bajetnya, kita bisa alokasikan, ya sudah. Itu agak meredam sepertinya.		

Narasumber	H : 3. Komunikasi dan Informasi	I : a. Forum Konsultasi Masyarakat	J : b. Pendekatan Formal dan Informal	K : 4. Perencanaan Program
1 : Wawancara bapak Kusno Hartoyo 18 juli 2024	Selain pemetaan sosial, kita juga melakukan pendekatan secara formal dan informal. Pendekatan formal, ya kita meeting secara resmi, kita ada forum FKM, forum konsultasi masyarakat. Kita lakukan diskusi dengan desa, dengan tokoh-tokoh masyarakat, dengan perempuan. masukkan masing-masing program CSR yang sudah kita lakukan tahun sebelumnya dan apa yang kurang atau masukan dari mereka untuk penyempurnaan program itu kita lakukan setahun dua kali Per 6 bulan, 7 bulan. Iya, per 6 bulan. Tapi waktunya relatif, kita biasanya diskusi dengan desa. Pendekatan informal, ya pasti kita misalnya ke kelompok, ke komunitas, ketemu stakeholder siapa. Pasti ngobrol lah, mereka ada masukan, kita tampung. itu yang kita lakukan selama ini nah setelah dari program ada masukan dari FKM dalam cara informal		Pendekatan formal, ya kita meeting secara resmi, kita ada forum FKM, forum konsultasi masyarakat. Kita lakukan diskusi dengan desa, dengan tokoh-tokoh masyarakat, dengan perempuan. masukkan masing-masing program CSR yang sudah kita lakukan tahun sebelumnya dan apa yang kurang atau masukan dari mereka untuk penyempurnaan program itu kita lakukan setahun dua kali Per 6 bulan, 7 bulan. Iya, per 6 bulan. Tapi waktunya relatif, kita biasanya diskusi dengan desa. Pendekatan informal, ya pasti kita misalnya ke kelompok, ke komunitas, ketemu stakeholder siapa. Pasti ngobrol lah, mereka ada masukan, kita tampung. itu yang kita lakukan selama ini Pendekatan formal, ya kita meeting secara resmi, kita ada forum FKM, forum konsultasi masyarakat. Kita lakukan diskusi dengan desa, dengan tokoh-tokoh masyarakat, dengan perempuan. masukkan masing-masing program CSR yang sudah kita lakukan tahun sebelumnya dan apa yang kurang atau masukan dari mereka untuk penyempurnaan program itu kita lakukan setahun dua kali Per 6 bulan, 7 bulan. Iya, per 6 bulan. Tapi waktunya relatif, kita biasanya diskusi dengan desa. Pendekatan informal, ya pasti kita misalnya ke kelompok, ke komunitas, ketemu stakeholder siapa. Pasti ngobrol lah, mereka ada masukan, kita tampung. itu yang kita lakukan selama ini	

Narasumber	H : 3. Komunikasi dan Informasi	I : a. Forum Konsultasi Masyarakat	J : b. Pendekatan Formal dan Informal	K : 4. Perencanaan Program
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024		N : Secara formal komunikasi kita dengan pemerintah itu adalah Forum Konsultasi Masyarakat atau FKM yang kita lakukan setiap minimal setahun sekali. Biasanya kita lakukan setahun dua kali. Kemarin karena Covid, jadi kita lakukan setahun sekali. FKM ini adalah forum yang kita ciptakan untuk berkonsultasi dengan pemerintah dan stakeholder yang diundang mulai dari camat, pemusbiga kecamatan, pemerintah desa, tokoh masyarakat, tokoh perempuan, penerima manfaat, serta stakeholder terkait misalnya kita ada PIA penamping, ada misalnya dari Universitas yang menampingi juga. Jadi semua ini kita libatkan di dalam operasi program CSR serta pelaksanaan program CSR yang kita lakukan. Diharapkan dari FKM ini saran-saran dan masukan untuk kesempatan program kita dan semua pihak untuk kesempurnaan program CSR yang dijalankan oleh perusahaan. Itu komunikasi yang kita lakukan secara informal. Kami dari tim Komrel yang menjadi tanggung jawab dari perusahaan dan kita berkomunikasi secara informal dengan stakeholder untuk meminta masukan dari program-program yang kita jalankan. Dari perusahaan datang ke dinas, ke pemerintah kecamatan, ke stakeholder, ke penerima manfaat, dan mungkin ada masukan-masukan untuk penyempurnaan program kita. Yang kita lakukan komunikasi secara internal biasanya dari kami ada tim corporate communication yang melakukan komunikasi secara internal. Jadi kalau kami yang di bagian CSR hanya berkomunikasi secara eksternal dengan stakeholder.	N : Secara formal komunikasi kita dengan pemerintah itu adalah Forum Konsultasi Masyarakat atau FKM yang kita lakukan setiap minimal setahun sekali. Biasanya kita lakukan setahun dua kali. Kemarin karena Covid, jadi kita lakukan setahun sekali. FKM ini adalah forum yang kita ciptakan untuk berkonsultasi dengan pemerintah dan stakeholder yang diundang mulai dari camat, pemusbiga kecamatan, pemerintah desa, tokoh masyarakat, tokoh perempuan, penerima manfaat, serta stakeholder terkait misalnya kita ada PIA penamping, ada misalnya dari Universitas yang menampingi juga. Jadi semua ini kita libatkan di dalam operasi program CSR serta pelaksanaan program CSR yang kita lakukan. Diharapkan dari FKM ini saran-saran dan masukan untuk kesempatan program kita dan semua pihak untuk kesempurnaan program CSR yang dijalankan oleh perusahaan. Itu komunikasi yang kita lakukan secara informal. Kami dari tim Komrel yang menjadi tanggung jawab dari perusahaan dan kita berkomunikasi secara informal dengan stakeholder untuk meminta masukan dari program-program yang kita jalankan. Dari perusahaan datang ke dinas, ke pemerintah kecamatan, ke stakeholder, ke penerima manfaat, dan mungkin ada masukan-masukan untuk penyempurnaan program kita. Yang kita lakukan komunikasi secara internal biasanya dari kami ada tim corporate communication yang melakukan komunikasi secara internal. Jadi kalau kami yang di bagian CSR hanya berkomunikasi secara eksternal dengan stakeholder.	

Narasumber	H : 3. Komunikasi dan Informasi	I : a. Forum Konsultasi Masyarakat	J : b. Pendekatan Formal dan Informal	K : 4. Perencanaan Program
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024				
4 : wawancara bapak Yunani Rizzal 21 juli 2024				

Narasumber	L : a. Rencana Strategis Jangka Panjang	M : 5. Pelaksanaan Program	N : Fokus Program CSR	O : a. Pilar Ekonomi
1 : Wawancara bapak Kusno Hartoyo 18 juli 2024	Nah, perencanaan program kita ada rencana jangka panjang atau road maping itu 5 tahun sekali. Terus, rencana kerja itu setiap tahun. Rencana kerja anggaran program. Jadi, selain jangka panjang, yang mau kita capai apa, step by stepnya setiap tahun apa yang kita lakukan. Nah, itu kita buat RKP-nya untuk nanti menentukan budgetnya berapa tiap tahun. Nah, itu yang kita ajukan pada manajemen. Nah setelah dapat persetujuan dari manajemen tentang anggaran untuk rencana kerja tiap tahun, kita baru melaksanakan program secara terstruktur sesuai dengan kebijakan CSR. itu terus kita lakukan monitoring dan evaluasi nah monitoring dan evaluasi kita lakukan secara rutin setiap ada yang melapor kalau secara internal bilang 1 bulan sekali kita keliling sekitar lalu terus kalau secara corporate 6 bulan sekali jadi ada mid year ada end year kalau yang secara yang dilakukan oleh pihak ketiga kita ada IKM kita ada studi untuk melihat evaluasi program jadi IKM itu inti kepuasan masyarakat dari program yang kita jalankan masing-masing program teman-teman setiap tahun ada satu program yang di IKM untuk melihat program ini secara penerima masyarakat seperti apa, mereka puas tidak responnya seperti apa, masukan-masukan mereka apa. Itu mas yang kita lakukan. Nah ini yang harus ada di buku sakunya teman-teman ini yang ada di CSR Jadi setelah sistem CSR yang kita jalankan, jadi dari siklus prosesnya mulai dari pencanaan, pencanaan dan penentuan program, Kita mulai dari sosial mapping yang tadi kita sampaikan, terus analisis produk, terus ada roadmap, dan ada FKM. lalu dilakukan penganggaran yang di RKP tahunan setelah sudah mendapatkan persetujuan dari manajemen kita mulai pelaksanaan DOO ini apa yang akan kita lakukan DOO ini pelaksanaan program mulai dari tender sampai dengan eksekusi program, laporan, sampai invoice dan pembayaran, sampai di sana. Nah itu DO, itu DO nya di kita semua, di teman-teman semua, mulai dari perencanaan program sampai dokumentasi, sampai vendor melakukan penagihan. Setelah itu kita ada pengawasan dan laporan di laporan bulanan, laporan di lapangan, terus laporan implementasi, informasi, major anger, ada audit secara internal maupun eksternal ini dari corporate yang audit eksternal nah selanjutnya kita ada penentuan program ya tadi rencana aksi dan review anggaran serta masukan-masukan dari masyarakat nah yang bawahnya itu contohnya plantnya kan ada RKFKM, RKAP DOOnya CSPP, CSPP itu ini setiap program kita buat perencanaan sampai kegiatan detailnya terus kita minta approval ke manajemen setiap program nah itu di setuju baru ada PO pelaksanaan program			

Narasumber	L : a. Rencana Strategis Jangka Panjang	M : 5. Pelaksanaan Program	N : Fokus Program CSR	O : a. Pilar Ekonomi
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024	N : Kita di perusahaan itu punya Renestra. Renestra itu rencana strategis selama lima tahun kedepan. Dari Renestra itu kita coba dalam perjalanan jangka pendek selama bertahun-tahun. Dengan membuat Renestra tersebut, kita berharap program itu semua jangka panjangnya kita mau kemana. Nah itu yang kita tetapkan di perusahaan. Jadi dari manajemen sudah menetapkan semua program harus ada Renestra-nya. Ada jangka panjang yang mau dicapai apa. Nah dari jangka panjang kita tarik per tahun apa yang mau kita lakukan. Itu salah satu bentuk pengawasan dari manajemen perusahaan yang dilakukan supaya program itu benar-benar berjangka panjang. Nah yang kedua, kita melakukan assessment ulang. Setiap program yang kita lakukan. Dan setiap tahunnya kita lakukan evaluasi terus. P : Setiap bulan atau setiap tahun, Pak? N : Setiap tahun kalau setiap bulan kita kan kegiatannya ya. Dan programnya setiap tahun. Sudah tercapai di tahun depan kita harus mencapai apa ini. Evaluasi dengan stakeholder menurutku yang kita lakukan dengan FKM. Dan juga kita silaturahmi turun lapangan langsung ke stakeholder untuk meminta masukan dan review-nya. itu yang dilakukan selama ini mas .			

Narasumber	L : a. Rencana Strategis Jangka Panjang	M : 5. Pelaksanaan Program	N : Fokus Program CSR	O : a. Pilar Ekonomi
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024				
4 : wawancara bapak Yunani Rizzal 21 juli 2024			N : CSR itu kan TGSL, ya, tanggungjawab sosial lingkungan. Pastinya sosial. Sosial, ya, mas, paling gede ya. Sosial, terus berarti ada aspek lingkungan, terus aspek hukum, tapi memang CSR, ya. Namanya, si katanya saja jelas corporate social responsibility. Pasti sosial. cuman sosial pun sosial yang sifatnya bisa terdevelop orangnya itu. Jadi penerima manfaatnya itu bukan hanya menerima toh, tapi nanti harapannya mandiri seperti itu. Makanya tetap saja itu kan fungsi sosial, ya. Jadi orang awalnya enggak punya penghasilan, kita bantu itu sosial. Nanti setelah kita bantu, perdala harapannya mandiri. Yang sudah mandiri, mentah sudah kita nyari bantu yang lain lagi. Sustainabilitynya di situ.	

Narasumber	P : a. PEKKA & PERWIRA
1 : Wawancara bapak Kusno Hartoyo 18 juli 2024	Yang bawah itu salah satu contoh program peka perwira yang kita lakukan di SBI Tuban. Jadi program ini, program pendidikan ekonomi bagi kelompok perempuan. Kelompok perempuan, kepala keluarga dan juga perempuan wirausaha. Kelompok perempuan ini kan termasuk kelompok rentang. Jadi kita Kita coba memperdayakan mereka yang biasanya mereka itu kan banyak rasa kekhawatiran tinggi. Makanya kita coba, mereka kita ajak untuk membangun kesadaran kritis dan membangun visi dalam kehidupan. Ada orang tua yang berfikir gini pada saat kita temui “Anakku paling besok mben yo ngene podo kyok aku meneh”. nah seperti itu Karena itu yang kita sadarkan mereka bahwa Hidup itu terus berjalan. Apakah ibu hanya anaknya pengen seperti itu? Tidak punya keinginan yang lain. Tantangan gitu kan semakin keren. Persaingan semakin ketat. Kalau kita hanya seperti ini, ya kita akan kalah bersaing ya. Nah itu yang kita sabarkan mereka ya. Untuk supaya mereka mau memperbaiki diri. Sebagai informasi aja, social mapping kita yang pertama tahun 2008, itu pendidikan SD, yang berpendidikan SD itu 70%. Sekarang sekitar 50-an persen. artinya bahwa pendidikan ini kan sangat penting pelan-pelan mereka sudah mau menyekolahkan anaknya. Sudah punya keinginan anakku harus mengikuti sampai Pendidikan sampai SMA biar bisa bekerja di pabrik. Ini kan salah satu keinginan mereka sudah ingin berkembang. Setelah mereka punya keinginan itu, Kita gali mereka kebutuhan dan semangat mereka untuk berwirausaha supaya menambah penghasilan. Baru lakukan pemetaan potensi dan usaha yang bisa. Ya, sebenarnya diskusi diskusi sederhana aja bagi kita, ya bagi dia gitu ya, tapi penting buat kita. Ketika kita ajak ngobrol di meja , mereka gak ngomong kan. Ini nanti kita datang ke rumah, kita ajak ngobrol dia tentang kehidupan, mereka malah tak buka semua. Nah, akhirnya itu maksudnya gitu aja. Jadi, Kita menggali mereka supaya mereka punya gagasan sendiri. Ketika dia punya gagasan sendiri, itu akan lebih bersemangat dalam kehidupan. Daripada kita paksakan mereka jadi tidak punya empati dia tidak punya semangat kalau mereka yang ngomong sendiri kan gimana caranya buat berhasil setelah mereka punya semangat kita mulai adakan pelatihan pelatihan, pelatihan usaha rintisan, bagaimana menjalankan usaha rintisan, perencanaan usaha secara kecil seperti apa, setelah itu dari kualitasnya, kita kasih masukan, ya kan. Nah, baru setelah produknya kita rasa bisa dipasarkan, nah itu baru mulai kita lakukan pemasaran. Terus kita pengembangan kerja secara kelompok. Jadi gini, kita berharap ada diskusi di internal kelompok mereka. Jadi saling memberi masukan saja sebenarnya. Kita ajak kumpul bareng membawa produk masing masing suruh merasakan produk usahanya A,merasakan produk usahanya B,c,itu cari masukan kira kira apa yang kurang dari setiap produk yang sudah di buat Itu lebih mengena daripada kita yang ngomong. Daripada kita yang ngomong. Tapi sebenarnya sama kan? Itu salah satu yang kita lakukan. Kita merasakan apa yang dia rasakan.kita berusaha dekat mereka. Itu yang membuat mereka menerima kita dengan baik. Setelah mereka bisa produknya sudah bisa menjual, ya penguatan jaringan dan kelompok yang terus-menerus kita lakukan. Harapannya sehingga mereka berdaya secara ekonomi untuk kehidupan mereka. Itu sih yang selalu contohnya ya programnya. Kita kasih contoh satu aja jangan banyak banyak

Narasumber	P : a. PEKKA & PERWIRA
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024	

Narasumber	P : a. PEKKA & PERWIRA
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024	
4 : wawancara bapak Yunani Rizzal 21 juli 2024	

Narasumber	Q : b. Pendampingan Disabilitas	R : b. Pilar Lingkungan	S : a. Penanaman Pohon dan Penghijauan
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024	N : Yang pertama pasti pemerintah desa. Karena pemerintah desa ini yang punya data serta yang dekat dengan masyarakat. Yang mungkin memahami kondisi dari masyarakat. Yang kedua, kelompok pusat kegiatan masyarakat atau PKM yang mana di PKM ini yang kita ajak kerjasama untuk pelaksanaan program CSR dari toko-toko masyarakat yang ada di wilayah sekitar pabrik. Yang ketiga, kelompok Forum Disabilitas Tuban. P : Oh ada ya Pak? N : Ada, ada. Forum Disabilitas Tupan ada. Dulu ketuanya Mbak Vira Fitria, ini yang kita ajak kerjasama untuk meningkatkan kepercayaan diri dari disabilitas. Karena rata-rata teman-teman disabilitas ini kan secara mental kurang percaya diri. Mbak Vira ini salah satu disabilitas yang sudah sukses di Tuban karena dia kuliah S1 dan sudah lulus S2 juga. Dan sekarang jadi semacam volunteer. Jadi dia membantu pemerintah dalam, maksudnya gini, dia yang di Tuban yang selalu berusaha untuk membantu disabilitas yang membutuhkan yang ada di Tuban. Kita sudah kerjasama dengan Mbak Vira ini selama 3 tahun ini. Tahun ini kita menasar ke sekolah-sekolah yang ada siswa defable-nya untuk penguatan sekolah dan penguatan siswa. Untuk meningkatkan kepercayaan diri dari siswa tersebut. Dan juga apa namanya, asosiasi terkait nilai-nilai haksasi manusia di sekolah. Itu yang kita lakukan di tahun ini untuk program kelompok rentang. Serta stakeholder stakeholder terkait yang kita ajak untuk penanganan kelompok-kelompok rentang yang ada di sekitar Perusahaan. N : Ya, yang pertama tentu seperti yang kita sampaikan sebelumnya, baik wawancara offline maupun online ini. Yang pertama untuk mengetahui kebutuhan mereka dengan user mapping. Yang kedua, koordinasi dengan stakeholder kita ajak bicara kita yang turun langsung mas di lapangan, terutama desa. Setelah mendapatkan data dari desa, kita melakukan assessment kepada kelompok disabilitas tersebut atau peserta disabilitas. Dari identifikasi itu, kita pilah-pilahin kebutuhan mereka, kebutuhan mereka seperti apa. Dari situ, dengan kita menasar langsung ke kelompok rentang, kelompok disabilitas, ini kita benar-benar memastikan kebutuhan mereka. Jadi program itu tidak atas dasar top-down, tapi adalah program-program bottom-up yang diharapkan oleh disabilitas tersebut. Yang kedua, kita melakukan evaluasi program. Evaluasi program yang kita lakukan setiap tahun dengan pemerintah desa dan juga dengan stakeholder terkait. Ya, stakeholder-stakeholder yang kita sampaikan tadi, terutama Bira sebagai Forum Disabilitas Tuban. Dengan evaluasi itu, kita bisa melihat pengaruh program kita kepada kelompok rentang seperti apa. Itu sih evaluasi yang kita lakukan agar program-program kita memang benar-benar sesuai kebutuhan dari kelompok rentang.		

Narasumber	Q : b. Pendampingan Disabilitas	R : b. Pilar Lingkungan	S : a. Penanaman Pohon dan Penghijauan
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024			
4 : wawancara bapak Yunani Rizzal 21 juli 2024			

Narasumber	T : b. Program AKSI Sesama	U : c. Pilar Sosial	V : a. EVE Program	W : b. Pelatihan Pengembangan ilmu Pengetahuan
1 : Wawancara bapak Kusno Hartoyo 18 juli 2024			N : Program Pendidikan Vokasi Berbasis Perusahaan (EVE) yang diinisiasi oleh SBI adalah upaya kita untuk memperluas akses dan meningkatkan kualitas pendidikan di sekitar wilayah operasi perusahaan. Program ini dikembangkan bekerjasama dengan Politeknik Negeri Jakarta dengan fokus pada bidang teknik mesin dan rekayasa industri semen, mempersiapkan individu untuk memasuki dunia kerja dengan kompetensi teknis dan soft skills yang memadai. SBI menjamin transparansi dalam proses rekrutmen dan memberikan preferensi kepada lulusan Program EVE untuk posisi yang memerlukan kualifikasi Diploma III. Hasilnya dari tahun 2021 hingga 2023, sebanyak 68 lulusan program ini telah secara konsisten memenuhi kebutuhan tenaga kerja SBI selama beberapa tahun terakhir.	

Narasumber	T : b. Program AKSI Sesama	U : c. Pilar Sosial	V : a. EVE Program	W : b. Pelatihan Pengembangan ilmu Pengetahuan
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024	N : Program AKSI SEdekah SAm pah BersA MA (AKSI SESAMA) ini mas biasanya dalam rangka ulang tahun PT SBI,kita mengajak karyawan di seluruh area operasional untuk membersihkan rumah, memilah sampah, kemudian membawanya ke bank sampah kita pastinya mengajak karyawan untuk berkontribusi pada bank sampah, sekaligus memberikan edukasi tentang pengelolaan sampah yang benar, dan menekankan bahwa sampah masih memiliki nilai ekonomis. kemudian. Karyawan yang berpartisipasi akan menerima souvenir dan uang yang terkumpul disumbangkan ke masing-masing bank sampah,	Nah yang di pilar soasial ini mas ada program pengobatan gratis,eve program,English for fun,program kebencanaan hewan qurban dan idul adha nah untuk penobatan gratis ini mas kita bekerja sama dengan puskesmas puskesmas setempat untuk bisa melakukan program program pengobatan gratis ini di desa desa terutama desa desa yang berada di ring 1 seperti desa merkawang desa gelondong gedhe dan lain lain targetnya adalah seluruh masyarakat desa yang memiliki permasalahan pada Kesehatan khususnya lansia ya mas kebanyakan lansia di sekitar perusahaan ini banyak sekali permasalahan kesahatan seperti pegel linu gatal gatal matanya mungkin agak buram itu kita berikan pengobatan gratis dengann tenaga medis dari puskesmas puskesmas sekitar mas lahu ada hewan qurban idul adha itu kita biasanya kita membeli hewan hewan qurban baik kambing maupun sapi untuk nandinya kita qurbankan di masjid masjid sekitar perusahaan terutama desa desa sekitar perusahaan mas untuk nantinya bisa di nikmati dan dibagikan kepada Masyarakat desa begitu mas untuk pilar social untuk yang ekonomi ya ada PEKKA Perwira ada pendampingan disabilitas ada digital marketing dan printing yang sudah saya jabarkan kemarin mas		

Narasumber	T : b. Program AKSI Sesama	U : c. Pilar Sosial	V : a. EVE Program	W : b. Pelatihan Pengembangan ilmu Pengetahuan
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024				
4 : wawancara bapak Yunani Rizzal 21 juli 2024				

Narasumber	X : c. Pengobatan gratis	Y : 6. monitoring dan evaluasi program
1 : Wawancara bapak Kusno Hartoyo 18 juli 2024		terus kita lakukan monitoring dan evaluasi nah monitoring dan evaluasi kita lakukan secara rutin setiap ada yang melapor kalau secara internal bilang 1 bulan sekali kita keliling sekitar lah terus kalau secara corporate 6 bulan sekali jadi ada mid year ada end year kalau yang secara yang dilakukan oleh pihak ketiga kita ada IKM kita ada studi untuk melihat evaluasi program jadi IKM itu inti kepuasan masyarakat dari program yang kita jalankan masing-masing program teman-teman setiap tahun ada satu program yang di IKM untuk melihat program ini secara penerima masyarakat seperti apa, mereka puas tidak responnya seperti apa, masukan-masukan mereka apa. Itu mas yang kita lakukan. Nah ini yang harus ada di buku sakunya teman-teman ini yang ada di CSR Jadi setelah sistem CSR yang kita jalankan, jadi dar siklus prosesnya mulai dari pencanaan, pencanaan dan penentuan program, Kita mulai dari sosial mapping yang tadi kita sampaikan, terus analisis produk, terus ada roadmap, dan ada FKM. lalu dilakukan penganggaran yang di RKP tahunan setelah sudah mendapatkan persetujuan dari manajemen kita mulai pelaksanaan DOO ini apa yang akan kita lakukan DOO ini pelaksanaan program mulai dari tender sampai dengan eksekusi program, laporan, sampai invoice dan pembayaran, sampai di sana. Nah itu DO, itu DO nya di kita semua, di teman-teman semua, mulai dari perencanaan program sampai dokumentasi, sampai vendor melakukan penagihan. Setelah itu kita ada pengawasan dan laporan di laporan bulanan, laporan di lapangan, terus laporan implementasi, informasi, major anger, ada audit secara internal maupun eksternal ini dari corporate yang audit eksternal nah selanjutnya kita ada penentuan program ya tadi rencana aksi dan review anggaran serta masukan-masukan dari masyarakat nah yang bawahnya itu contohnya plantnya kan ada RKFKM, RKAP DOOnya CSPPR, CSPPR itu ini setiap program kita buat perencanaan sampai kegiatan detailnya terus kita minta approval ke manajemen setiap program nah itu di setuju baru ada PO pelaksanaan program

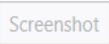
Narasumber	X : c. Pengobatan gratis	Y : 6. monitoring dan evaluasi program
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024	N : nah untuk penobatan gratis ini mas kita bekerja sama dengan puskesmas puskesmas setempat untuk bisa melakukan program program pengobatan gratis ini di desa desa terutama desa desa yang berada di ring 1 seperti desa merkawang desa gelondong gedhe dan lain lain targetnya adalah seluruh masyarakat desa yang memiliki permasalahan pada Kesehatan khususnya lansia ya mas kebanyakan lansia di sekitar perusahaan ini banyak sekali permasalahan kesahatan seperti pegel linu gatal gatal matanya mungkin agak buram itu kita berikan pengobatan gratis dengann tenaga medis dari puskesmas puskesmas sekitar mas pengobatan gratis ini mas kita lakukan setiap bulan mas jadi misalkan bulan janari di desa merkawang lalu februari di desa glondong gedhe dan antusiasme masyarakat sekitar juga sangat luar biasa mas untuk pengobatan gratis ini	N : Tentu, pasti pemerintah sangat berperan, karena program-program di sini juga program untuk membantu pemerintah dalam pengetasan kemiskinan. Terutama program pengembangan ekonomi UMKM. Pemerintah yang kita lipatkan mulai dari dinas UMKM atau dinas perusahaan dan perbagaian, terus juga pemerintah kecamatan dan desa. Pemerintah di sini berperan membantu mengevaluasi program serta melakukan pengawasan dan pendampingan kepada masyarakat untuk keselarasan dan peningkatan manfaat program yang dijalankan dari perusahaan. P : Jadi itu pemerintahnya datang langsung untuk melihat itu? N : Iya, jadi evaluasi yang kita lakukan bareng-bareng dengan pemerintah desa dan dinas. Biasanya pembagian tugas atau pembagian ini kami yang bagian untuk menyiapkan kelompok dan pendampingannya pemerintah yang membantu dalam peningkatan kapasitas. Salah satunya pengurusan PIRT. PIRT adalah Produk Industri Rumah Tangga, Ijin Usaha PIRT, Produk industri usaha, Produk Halal, Sertifikasi Halal. Itu kita kerjasama dengan dinas sosial dan dinas perdagangan, koperasi perdagangan dan UMKM, serta dinas perindustrian dan transmigrasi. Karena tiap kabupaten berbeda-beda. Dan ini strategi dari kepala daerah masing-masing. Jadi perusahaan tetap selaras dan bekerjasama dengan pemerintah dalam memperlaksana program ini.

Narasumber	X : c. Pengobatan gratis	Y : 6. monitoring dan evaluasi program
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024		N : Iya, jadi ini Mas, kita kan punya tata kelola area, tata kelola CSR yang mana ini jadi buku sakunya kami sebagai pelaku ya di lapangan gitu ya Manajemen dalam memantau program CSR itu ada beberapa hal yang dilakukan, kami yang di lapangan, teman-teman yang sebagai PIC program ini membuat update bulanan pada manajemen Ya, itu yang pertama. Yang kedua, kami dari sisi koordinator atau wakil manajemen juga turun ke lapangan untuk melihat, memonitoring pekerjaan teman-teman, dan memonitoring progress kegiatan yang dilakukan Nah, setelah itu, apa namanya, teman-teman setelah selesai program, teman-teman buat laporan implementasi kepada manajemen laporan implementasi program selama satu tahun Untuk evaluasi program selanjutnya, itu yang kita lakukan dari sisi manajemen dan dari sisi teman-teman sebagai pelaku yang ada di lapangan
4 : wawancara bapak Yunani Rizzal 21 juli 2024		

LAMPIRAN 8

FRAMEWORK MATRIX RUMUSAN MASALAH 2

Narasumber	A : RM 2 Kekurangan dan kendala	B : 1. kekurangan	C : a. program program yang kurang efektif	D : b. tidak bisa menambah program
1 : Wawancara bapak Kusno Hartoyo 18 juli 2024				
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024				
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024			N: Ya, tentu mas, kita bahasanya bukan kendala, tapi bahasa di kami kan ini tantangan Ya, kalau kendala itu kelihatannya berat banget gitu ya, tapi kalau tantangan itu, wah ini ada sebuah tantangan yang harus kita selesaikan bersama dengan masyarakat itu ya Ya, tantangan yang kita hadapi, tentu dari sisi internal, kita ini kan bukan hanya 1-2 program yang kita jalankan, ada beberapa program Teman-teman yang PIC program itu paling tidak memegang 4-5 program, ada 6 program juga Ini kan tantangannya adalah membagi waktu sama membagi pikiran sehingga ada perogram program yang kita jalankan ini kurang efektif mas .program ini sudah sampai di mana, ini harus seperti apa Biasanya teman-teman membuat perencanaan di awal tahun itu, ini program ini kita mulai bulan ini, yang ini kita mulai, ini kalau sudah mulai sebulan, yang ini kita jalan jadi biar keiringan Ya, seperti itu, ya mengatur waktunya saja sebenarnya, ya mengatur waktunya saja yang dilakukan	

4 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 30 november 20				
5 : wawancara bapak Yunani Rizal 21 juli 2024			kendalanya itu, di lapangan itu kan keinginan masyarakat itu kan macem-macem. Event sama-sama, orangnya sama, tapi beda. Keinginan juga repot. Desanya, 6 desa, kepala desa A, B, C, D, ini beda-beda kepentingan.	Kekurangan sih, kekurangan duit pasti. Karena harapan orang itu kan pengennya banyak program yang dijalankan ya, Tapi dari perusahaan punya keterbatasan dalam anggaran jadi kita menjalankan program program yang prioritas dulu yang benar benar masyarakat itu membutuhkan program tersebut seperti kesehatan yang berhubungan dengan program kesehatan gratis. Kalau yang paling gampang kan statistik kan masyarakat miskin. Ya itu secara kelompok rentan. Jadi kelompok rentan itu ada masyarakat miskin, wanita, Terus difabel, orang tua, seperti itu. Nah itu pasti prioritas CSR harus itu. Kan gak mungkin kita ngasih orang yang sudah kaya buat apa. Mereka udah mapan loh. Jadi kira-kira seperti itu prioritasnya.

Narasumber	E : 2. kendala	F : a. jumlah tenaga kerja yang terbatas	G : b. kepentingan yang berbeda beda dari masyarakat	H : c. keterbatasan budget
1 : Wawancara bapak Kusno Hartoyo 18 juli 2024				
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024				
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024		N: Ya, tentu mas, kita bahasanya bukan kendala, tapi bahasa di kami kan ini tantangan Ya, kalau kendala itu kelihatannya berat banget gitu ya, tapi kalau tantangan itu, wah ini ada sebuah tantangan yang harus kita selesaikan bersama dengan masyarakat itu ya Ya, tantangan yang kita hadapi, tentu dari sisi internal, kita ini kan bukan hanya 1-2 program yang kita jalankan, ada beberapa program Teman-teman yang PIC program itu paling tidak memegang 4-5 program, ada 6 program juga Ini kan tantangannya adalah membagi waktu sama membagi pikiran sehingga ada perogram program yang kita jalankan ini kurang efektif mas ,program ini sudah sampai di mana, ini harus seperti apa Biasanya teman-teman membuat perencanaan di awal tahun itu, ini program ini kita mulai bulan ini, yang ini kita mulai, ini kalau sudah mulai sebulan, yang ini kita jalan jadi biar keiringan Ya, seperti itu, ya mengatur waktunya saja sebenarnya, ya mengatur waktunya saja yang dilakukan	kendala eksternal, nah ini yang kadang tidak terkontrol ya dari kita, hanya bisa kita mitigasi untuk mengurangnya Kendala eksternal, soal komunikasi, masyarakat ini kan banyak macam-macam, banyak kepala, pasti banyak pertanyaan Kadang sudah kita jawab, tapi mereka masih belum terjawab Kendala yang pertama, komunikasi, karena dari sisi anggota, pendidikan juga, kalau yang pendidikan yang mungkin, yang mohon maaf ya misalnya SD agak susah ya komunikasi, menerima komunikasi juga agak susah, tapi kalau yang dia memang pendidikannya lumayan, kita akan acak diskusi Kendala yang pertama, komunikasi, yang kedua, kepentingan yang berbeda-beda dari masyarakat, baik itu masyarakat itu ada penerima manfaat ada tokoh masyarakat, ada pemerintah desa, ini kepentingannya berbeda-beda, mungkin yang terjadi salah satunya, mereka sebenarnya ada terselip Kepentingan pribadi, diatas kepentingan bersama, kepentingan pribadi, ini tantangan yang biasanya agak cukup challenging bagi kita untuk supaya kita kepentingan bersama ini tetap berlanjut, tapi kepentingan pribadi ini jangan sampai mengganggu kepentingan bersama Itu salah satu, salah satu yang kita lakukan juga tidak bisa kita lakukan kalau misalnya A kita lakukan B ya, juga tidak bisa seperti itu tergantung situasi dan kondisi serta penerimaan dari yang bersangkutan, kayak gitu jadi pendekannya pasti berbeda-beda dan macam-macam gitu ya dan tidak bisa diceritakan seperti apa gitu ya, tidak bisa, tergantung kita bagaimana, responnya, ya kan dan terus eksekusinya seperti apa, itu sih biasanya kepentingan pribadi, di atas kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi Ya kita bisa saja pendekatannya secara informal dengan yang bersangkutan, pendekatan informal ini kan penting ya, mungkin dia secara kelompok, fine-fine saja tapi di belakang seperti apa kan kita tidak tau seperti apa	

5 : wawancara bapak Yunani Rizal 21 juli 2024			Kalau kendala itu, kendalanya itu, di lapangan itu kan keinginan masyarakat itu kan macem-macem. Event sama-sama, orangnya sama, tapi beda. Keinginan juga repot. Desanya, 6 desa, kepala desa A, B, C, D, ini beda-beda kepentingan. Nah sebenarnya, ya itu kendala. Tapi, ya itu harus diselesaikan. Namanya kendala itu kan enggak boleh. diBiarkan kendala enggak. Tapi kita konsolidasi, kita pendekatan. Perdekatan kan ada yang formal, ada yang informal. Jadi kalau formal itu mungkin dengan secara resmi, surat, dan lain-lain. Kalau informal, ya kita sering ketemu. Kontrol, diskusi. Sebenarnya bukan kendala itu, Mas. Tapi tantangan. Opportunity. Sekarang itu bilanganya risk dan opportunity. Jadi bukan lagi ngomong kita punya resiko dan kendala. Kalau kendala itu cenderung negatif. Negatif, ya. Kalau opportunity, kesempatan loh. Pehuang. Pehuang ini harus diselesaikan.	N : Biasanya kita punya ini ya, pengajuan dulu. Jadi draft dari bawah itu dari teman-teman CRO, misalkan tahun depan, mungkin sudah ada baseline-nya sebenarnya, baseline dari anggaran CSR itu tahun sebelumnya paling nambah 1-2 persen. Jadi kita, setara anggaran total company itu kan ditentukan dari corporate. Karena Di SBI itu sendiri kan korporasi ya. Jadi Tuban, Rokongan, Narokong, Cilacap itu punya CSR masing-masing, nah itu dari holding turun ke SBI, SBI turun ke bawah, nanti dibagi. Jadi sesuai skala prioritas. Kita sudah mengajukan program, dalam setahun depan kita mau ini-ini, dana CSR-nya sesuai, ya sudah, seperti itu. Dan biasanya sudah baseline-nya ada ya, misalkan tahun ini dana CSR 3 miliar. Tahun depan ya, ya nggak jauh-jauh dari itu. Nggak bisa kita naik, minta tambahan. Kalau syukur-syukur mah, kalau bisa turun. Kan itu juga nggak mungkin. gambaranya gitu ya, kan sama yang kalau di accounting kan main-main budget itu ya seperti itu. Kekurangan sih, kekurangan duit pasti. Karena harapan orang itu kan pengennya banyak program yang dijalankan ya, Tapi dari perusahaan punya keterbatasan dalam anggaran jadi kita menjalankan program program yang prioritas dulu yang benar benar masyarakat itu membutuhkan program tersebut seperti kesehatan yang berhubungan dengan program kesehatan gratis. Kalau yang paling gampang kan statistik kan masyarakat miskin. Ya itu secara kelompok rentan. Jadi kelompok rentan itu ada masyarakat miskin, wanita, Terus difabel, orang tua, seperti itu. Nah itu pasti prioritas CSR harus itu. Kan gak mungkin kita ngasih orang yang sudah kaya buat apa. Mereka udah mapan loh. Jadi kira-kira seperti itu prioritasnya.
--	--	--	---	---

LAMPIRAN 9

FRAMEWORK MATRIX RUMUSAN MASALAH 3

	A : RM 3 Apa yang perlu di tingkatkan	B : a. bekerjasama dengan pihak lain	C : b. melakukan diskusi secara terbuka	D : c. menambah jumlah karyawan
1 : Wawancara bapak Kusno Hartoyo 18 juli 2024				
2 : wawancara bapak Budi Siswanto 23 agustus 2024				
3 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 27 juli 2024				
4 : wawancara bapak Kusno Hartoyo 30 november 2024		P : baik pak terimakasih atas tanggapannya untuk saran yang selanjutnya terkait budget saya tidak tau juga pak mengenai budget ini bagaiman supaya perusahaan bisa menambah budgetnya tapi saran yang saya berikan mungkin bisa dengan berkolaborasi dengan pemerintah daerah, universitas atah bahkan bisa berkolaborasi dengan perusahaan perusahaan yang lainnya karena program program csr in ikan program jangka Panjang ya pak sehingga butuh budget yang maksimal N : ya mas bagus mas Saranya sementara ini perusahaan ini terbatas ya mas untuk budget ini karena sebenarnya, baseline dari anggaran CSR itu tahun sebelumnya paling nambah 1-2 persen. Jadi kita, setara anggaran total company itu kan ditentukan dari corporate. Karena Di SBI itu sendiri kan korporasi ya. Jadi Tuban, Rokongan, Narokong, Cilacap itu punya CSR masing-masing, nah itu dari holding turun ke SBI, SBI turun ke bawah, nanti dibagi. Jadi sesuai skala prioritas. Kita sudah mengajukan program, dalam setahun depan kita mau ini-ini, dana CSR-nya sesuai, ya sudah, seperti itu. Dan biasanya sudah baseline- nya ada ya, misalkan tahun ini dana CSR 3 miliar. Tahun depan ya, ya nggak jauh-jauh dari itu. Nggak bisa kita naik gitu mas jadi saran ini mungkin bisa menjadi Solusi ya mas kedepanya	P : baik pak terimakasih atas tanggapannya untuk saran selanjutnya mengenai kepentingan yang berbeda beda dari Masyarakat saran saya mungkin ada baiknya melakukan dialog diskusi secara terbuka maksudnya komunikasinya tidak hanya dari perwakilan Masyarakat missal dari kepala desa atau Lembaga Lembaga desa tetapi semua Masyarakat juga harus telibat supaya tidak timbul kepentingan kepentingan yang lain mungkin apabila Masyarakat yang tidak mengerti tentang program ini kemudian dari perusahaan menjelaskan secara langsung kepada orang tersebut misalkan dengan mendatangi rumahnya atau bisa melakukan sosialisasi program program yang akan di jalankan untuk menjelaskan tentang program tersebut mulai dari perencanaan maksud dan tujuan program hingga sampai evaluasi programnya sepperti apa mungkin itu pak saran dari saya N : baik mas terimakasih atas Saranya untuk masalah kepentingan Masyarakat yang berbeda beda ini kita sudah lakukan jadi di kita ada yang namnya fkm mas forum konsultasi Masyarakat Kita lakukan diskusi dengan desa, dengan tokoh-tokoh masyarakat, dengan perempuan. Masukkan masukan masing- masing program CSR yang sudah kita lakukan Bersama lalu kita suruh sampaikan kepentingan pribadinya seperti apa program seperti apa, itu yang biasanya kita lakukan mas	P : baik pak untuk saran saya pak mengenai kekurangan dan kendala ini terkait dengan kendala kurangnya tenaga kerja saran saya mungkin ada baiknya menambah tenaga kerja untuk di divisi CSR ini pak yang sesuai dengan bidangnya pak sehingga tidak ada lagi 1 orang itu memegang 5 - 6 program supaya program program yang sudah di rancang/di rencanakan bisa berjalan dengan maksimal dan efektif itu pak saran saya yang ini mungkin ada tanggapan pak N : ya mas terimakasih atas Saranya memang di SBI ini khususnya di CSR itu kita masih belum bisa untuk menambah jumlah tenaga kerja untuk divisi csr ini karena di divisi csr ini sudah penuh nanti kalau kita menambah jumlah tenaga kerja tidak ada tempatnya jadi untuk sementara kita masih belum bisa menambah tenaga kerja baru saran dari mas bisa kami terima dan masuk akal juga ya mas mungkin untuk kedepanya saran yang mas paparkan bisa terealisasikan seiring dengan berjalanya waktu mas untuk sementara yang kita lakukan ya misalkan ada program pengobatan gratis ya kita berkerjasama dengan puskesmas setempat dengan cara mungkin puskesmas menyediakan dokternya kita yang support obatnya sama alat alatnya kayak begitu mas yang sementara kita lakukan
5 : wawancara bapak Yunani Rizal 21 juli 2024				

