

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. SAWIT KALTIM LESTARI DI DESA SABINTULUNG KECAMATAN MUARA KAMAN KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA

Novia Satia Nugraheni¹, Novita Surya Ningsih²

Abstrak

Untuk meningkatkan kesejahteraan yang adil dan merata, buah-buah dari kemajuan harus di distribusikan kepada seluruh lapisan masyarakat dengan segera. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah tidak dapat melakukannya secara sendiri karena adanya keterbatasan khususnya dalam hal biaya sehingga butuh bantuan dari unsur swasta dan unsur masyarakat. Maka dari itu pemerintah menetapkan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bagi perusahaan pada tahun 2007, sebagaimana tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas di mana perusahaan berdedikasi dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan individu dan lingkungan hidup. CSR PT. Sawit Kaltim Lestari dalam pelaksanaannya terdapat permasalahan karena program yang diberikan hanya berupa bantuan-bantuan saja sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini ialah apa saja program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh PT. Sawit Kaltim Lestari di Desa Sabintulung?. Tujuan penelitian ini ialah untuk 1) Mendeskripsikan program-program yang dilakukan oleh Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Sawit Kaltim Lestari, dan 2) Untuk melihat apakah Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Sawit Kaltim Lestari sudah mengimplementasikan tugasnya sesuai dengan konsep CSR. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya PT. Sawit Kaltim Lestari belum memberdayakan masyarakat di Desa Sabintulung karena kurang inisiatif dalam berprogram, kemudian tidak adanya pendampingan, program yang diberikan pun kebanyakan hanya berupa bantuan dan itupun tidak berkelanjutan.

Kata Kunci: *Pemberdayaan Masyarakat, Corporate Social Responsibility (CSR), PT. Sawit Kaltim Lestari*

¹ Mahasiswa Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nopiasatya22@gmail.com

² Dosen Pembimbing, Dosen Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Pengembangan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan keadaan sosial dan ekonomi bagi seluruh masyarakat melalui partisipasi aktif dan semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan bersama ialah merupakan proses pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan adalah upaya yang disengaja untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat di semua tingkatan mulai dari individu, kelompok, lembaga, dan komunitas sehingga masyarakat dapat mengatur dan mengelola seluruh kegiatan pembangunan, memiliki akses terhadap sumber daya, dan merasakan kesejahteraan yang lebih baik dibandingkan sebelumnya.

Buah-buah kemajuan harus di distribusikan kepada masyarakat secara adil dan merata, yang mengarah pada peningkatan kesejahteraan jasmani dan rohani, sehingga mendorong kesejahteraan secara keseluruhan. Oleh karena itu, upaya pembangunan harus dilakukan secara merata ke seluruh lapisan masyarakat. Fokus utama dan tantangan utama bagi pemangku kepentingan adalah kebijakan pembangunan di bidang pemberdayaan masyarakat. Para pemangku kepentingan yang di maksud adalah unsur pemerintah, unsur swasta dan unsur masyarakat di mana ketiga unsur tersebut merupakan penentu kebijakan pembangunan dalam pemberdayaan masyarakat. Dalam penetapan tata pemerintahan, tiga unsur ini juga dikenal istilah *stakeholder* (penunjang/pendukung).

Dalam hal ini, pemerintah menetapkan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) bagi perusahaan pada tahun 2007, sesuai dengan yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Menurut pasal 1(3) Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT), tanggung jawab sosial dan lingkungan hidup mengacu pada dedikasi perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan individu dan lingkungan hidup. Inisiatif ini bermanfaat tidak hanya bagi perusahaan, tetapi juga bagi komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan. Program CSR menciptakan kerangka untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kerangka kerja ini melibatkan dunia usaha, masyarakat, dan pemerintah desa, dan mencakup seluruh proses mulai dari perencanaan hingga evaluasi.

Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR) mengacu pada komitmen perusahaan atau bisnis untuk fokus pada tanggung jawab sosial dan lingkungan serta mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, dengan tetap menjaga keseimbangan dan pertimbangan ekonomi. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara yang bermanfaat bagi dirinya sendiri dan masyarakat secara keseluruhan. Desa Sabintulung terletak di Kecamatan Muara Kaman, bagian dari Kabupaten Kutai Kartanegara di Provinsi Kalimantan Timur. PT. Sawit Kaltim Lestari (PT. SKL) merupakan sebuah perusahaan yang berpusat di desa ini. Merupakan anak perusahaan Kencana Group, dengan kantor pusat di Kencana Tower Lt.

09 Business Park, Kebon Jeruk, Jl. Raya Meruya Ilir No.88, Jakarta. PT. Sawit Kaltim Lestari didirikan pada tahun 2011 dan telah beroperasi sejak tahun 2012. Dalam beroperasinya *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan ini bertujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat khususnya Desa Sabintulung. Perusahaan harus berkontribusi terhadap pembangunan masyarakat dan memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar operasinya melalui CSR. Sehingga perusahaan memperoleh keuntungan dan bertanggung jawab secara sosial untuk mencapai tujuan kolektif dan membangun hubungan simbiosis mutualistik dengan masyarakat.

Dengan adanya kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, terdapat beberapa program-program bantuan yang telah terlaksana. Adapun bantuan-bantuan yang telah di berikan seperti bantuan pembersihan jalur sungai Mahakam untuk akses nelayan, bantuan berupa uang atau barang untuk memperingati acara besar keagamaan dan kebudayaan seperti Erau, dan bantuan untuk hari-hari besar nasional yang setiap tahunnya di adakan di desa. Kemudian ada bantuan biaya pendidikan sebagai orang tua asuh, bantuan perbaikan jalan dan yang terakhir bantuan berupa pengadaan mobil ambulance. Berkenaan dengan hal tersebut, pada observasi awal peneliti menemukan permasalahan terkait kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Sawit Kaltim Lestari yaitu hanya berupa bantuan-bantuan saja yang diberikan. Di mana seharusnya CSR yang dijalankan tidak hanya berupa bantuan-bantuan saja tetapi harusnya dapat memberdayakan dan memiliki manfaat yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian mengenai masalah pemberdayaan masyarakat dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Sawit Kaltim Lestari di Desa Sabintulung Kecamatan Muara Kaman Kabupaten Kutai Kartanegara”.

Kerangka Dasar Teori

Pemberdayaan Masyarakat

Sebagaimana dikemukakan Edi Suharto (2009:59-60), pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses dan tujuan. Pemberdayaan sebagai sebuah proses mengacu pada praktik yang meningkatkan kekuasaan dan keagenan kelompok dan individu yang terpinggirkan dalam komunitas. Pemberdayaan adalah upaya untuk mengubah keadaan sosial untuk memberikan individu kekuatan, pengetahuan, dan keterampilan untuk memenuhi kebutuhan fisik, ekonomi, dan sosial mereka. Hal ini termasuk mengembangkan kepercayaan diri, menyuarakan pendapat, dan menjamin penghidupan.

Anthony Bebbington menjadi referensi dalam karya Mardikanto dan Soebiato (2015:30). Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya yang disengaja untuk meningkatkan harga diri dan status sosial kelompok marginal masyarakat yang saat ini terjebak dalam lingkaran kemiskinan dan kurangnya kemajuan. Menurut Subejo dan Narimo (Mardikanto dan Soebiato, 2015:32),

proses pemberdayaan masyarakat adalah upaya yang bertujuan untuk mendukung masyarakat lokal dalam perencanaan, pengambilan keputusan, dan pengelolaan sumber daya lokal mereka melalui tindakan kolektif dan jaringan. Tujuan utamanya adalah membantu masyarakat memperoleh kemampuan dan kemandirian dari perspektif ekonomi, ekologi, dan social.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Sesuai Pasal 1(3) Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah dedikasi Perseroan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup dan menciptakan lingkungan yang kondusif. Komitmen ini juga berlaku bagi Perusahaan, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Howard R. Bowen (1953), sebagaimana dikutip oleh Ismail Solihin (2009:16), tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada tanggung jawab pelaku bisnis untuk menerapkan kebijakan, membuat keputusan, dan mengambil tindakan yang selaras dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat kita. Jhonatan Sofian mendefinisikan CSR sebagai sebuah konsep yang mengamankan organisasi untuk mengutamakan kepentingan pemangku kepentingan dalam kegiatan operasionalnya guna mencapai profitabilitas. Stakeholder yang dimaksud di antaranya adalah para karyawan (buruh), pelanggan, masyarakat, komunitas lokal, pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat (LSM).

Kotler dan Lee mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai dedikasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis sukarela dan alokasi sumber daya perusahaan. Berdasarkan pemahaman tersebut, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan besar harus melibatkan dedikasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui praktik bisnis yang beretika dan alokasi sumber daya perusahaan. Komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan, baik melalui saluran kelembagaan atau oleh profesional CSR, sering kali terhambat dan terbatas ketika dihadapkan dengan keadaan aktual masyarakat lokal. Perusahaan sering kali memperkenalkan retorika perusahaan kepada masyarakat tanpa cukup mengakui perbincangan yang telah terjadi di dalam masyarakat. Hal ini merupakan faktor umum yang sering menyebabkan lemahnya penerapan teknik komunikasi CSR di masyarakat.

Bentuk-Bentuk CSR

Kotler dan Lee (2005:23) mengidentifikasi 6 bentuk CSR yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengatasi masalah sosial dan mencapai kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan mereka. Berikut 6 bentuk CSR:

1. *Cause Promotion (Promosi Kegiatan Sosial)*

Hal ini merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) ketika perusahaan menunjukkan perhatiannya terhadap tantangan sosial tertentu dan mendorong individu dari seluruh lapisan masyarakat untuk menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan tersebut.

2. *Cause Related Marketing (Pemasaran Terkait Tujuan)*

Perusahaan berdedikasi untuk mengalokasikan sebagian pendapatannya untuk inisiatif sosial, yang ditentukan oleh besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya berkisar pada penjualan produk tertentu dalam jangka waktu tertentu, serta penyertaan inisiatif amal tertentu.

3. *Corporate Social Marketing (Pemasaran Sosial Perusahaan)*

Pemasaran sosial perusahaan melibatkan inisiatif perusahaan untuk membantu pengembangan atau pelaksanaan kegiatan yang mencoba mengubah sikap dan perilaku, dengan tujuan meningkatkan kesehatan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat.

4. *Corporate Philanthropy (Kedermawanan Perusahaan)*

Ini mengacu pada jenis tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) ketika perusahaan menawarkan dukungan keuangan atau layanan langsung kepada individu, lembaga, atau kelompok yang membutuhkan.

5. *Corporate Volunteering (Kesukarelaan Perusahaan)*

Pada Corporate Volunteering, perusahaan akan melibatkan karyawannya secara langsung dalam kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan memberikan kesempatan seperti waktu bagi karyawan untuk mengikuti kegiatan CSR dengan sukarela untuk membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal ataupun masyarakat yang menjadi sasaran programnya.

6. *Socially Responsible Business Practice (Praktik Bisnis yang Bertanggung Jawab Secara Sosial)*

Perusahaan terlibat dalam aktivitas bisnis yang diwajibkan secara hukum dan melakukan investasi yang mendorong inisiatif sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitasnya, termasuk karyawan, pemasok, distributor, organisasi nirlaba, dan masyarakat umum. Selain itu, perusahaan berkomitmen terhadap pelestarian lingkungan. Kesejahteraan, dalam konteks ini, mencakup unsur-unsur yang berkaitan dengan kesejahteraan fisik, perlindungan, dan kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan emosional.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Lexy J. Moleong (2005) mendefinisikan penelitian deskriptif kualitatif sebagai jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami secara komprehensif oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara holistik dan deskriptif. Hal ini dilakukan melalui menggunakan kata-kata dan bahasa dalam konteks alami tertentu, dengan

menggunakan berbagai metode. Penelitian kualitatif pada umumnya dirancang untuk memberikan pengalaman senyatanya dan menangkap makna sebagaimana yang tercipta di lapangan penelitian melalui interaksi langsung antara peneliti dan yang diteliti.

Fokus penelitian pada penelitian ini yaitu, Program apa saja yang sudah dilakukan oleh *Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Sawit Kaltim Lestari*, dan Enam bentuk program CSR: 1) *Cause Promotio*, 2) *Cause Related Marketing*, 3) *Corporate Social Marketing*, 4) *Corporate Philanthropy*, 5) *Corporate Volunteering*, 6) *Socially Responsible Business Practice*. Penentuan informan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan klasifikasi informan terdiri dari Key informan yaitu Ketua Koordinator CSR PT. Sawit Kaltim Lestari, Informan Utama yaitu masyarakat, dan Informan pendukung yaitu staff pelaksana CSR PT. Sawit Kaltim Lestari. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan analisis data Model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penyusunan kesimpulan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Sawit Kaltim Lestari di Desa Sabintulung, Kecamatan Muara Kaman, Kabupaten Kutai Kartanegara berdasarkan fokus penelitian yaitu terfokus pada enam bentuk CSR menurut Kotler dan Lee (2005:23) yaitu *cause promotion*, *cause related marketing*, *corporate social marketing*, *corporate philanthropy*, *corporate volunteering*, *socially responsible business practice*. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa hanya terdapat tiga bentuk CSR yang memiliki program yaitu sebagai berikut:

1) Cause Promotion (Promosi Kegiatan Sosial)

Menurut Kotler dan Lee, pada bentuk ini perusahaan menyediakan dana atau bentuk kontribusi lainnya dalam aktivitas peningkatan kesadaran dan kepedulian terhadap isu-isu tertentu dan mendorong seluruh lapisan masyarakat untuk ikut peduli terhadap isu tersebut. Dari hasil penelitian yang dilakukan, pada bentuk program ini terdapat sebuah program yaitu Apel Siaga Karhutla (Kebakaran Hutan dan Lahan) yang di mana program ini sudah terlaksana namun tidak berkelanjutan. Terlaksananya program ini bukan dari hasil permintaan masyarakat, karena sudah dijabarkan sebelumnya pada sub-bab hasil penelitian bahwa masyarakat juga kurang tahu menahu mengenai program ini tetapi masyarakat mengetahui adanya pembagian satu set alat pemadam kebakaran dari perusahaan.

2) Cause Related Marketing (Pemasaran Terkait Tujuan)

Pada bentuk CSR ini, menurut Kotler dan Lee ialah perusahaan berkomitmen untuk mengalokasikan sebagian pendapatannya untuk

kegiatan sosial, yang ditentukan oleh besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya dilakukan pada penjualan produk tertentu dalam jangka waktu tertentu, serta penyertaan kegiatan amal tertentu. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan key informan dan telah di paparkan pada hasil penelitian, perusahaan tidak memiliki program pada bentuk CSR ini. Hal ini diperkuat dengan pernyataan beberapa masyarakat yang menjadi informan utama pada penelitian ini bahwasanya mereka juga tidak mengetahui dan tidak pernah mendengar informasi mengenai perusahaan yang melakukan sebuah kegiatan untuk mengalokasikan sebagian pendapatannya dari produk tertentu untuk kegiatan amal.

3) *Corporate Social Marketing (Pemasaran Sosial Perusahaan)*

Pada bentuk CSR, Kotler dan Lee memaparkan bahwa perusahaan berupaya memberikan kegiatan untuk membantu pengembangan atau pelaksanaan kegiatan yang mencoba mengubah sikap dan perilaku dengan tujuan meningkatkan kesehatan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Pada bentuk CSR ini berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terdapat sebuah program yaitu pelatihan kerajinan purun, dan mendatangkan pelatih dari Semarang. Pernyataan dari key informan ini diperkuat dengan pernyataan daripada masyarakat atau informan utama dalam penelitian ini. Seluruh informan utama menyatakan bahwasanya memang pernah terdapat kegiatan pelatihan dari CSR PT. SKL dan mendatangkan pelatih dari Semarang. Namun kegiatan yang dilakukan ini tidaklah berkelanjutan dan tidak pernah ada monitoring program dari CSR PT. SKL.

4) *Corporate Philanthropy (Kedermawanan Perusahaan)*

Bentuk CSR ini menurut Kotler dan Lee ini ialah mengacu pada tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di mana perusahaan memberikan dukungan keuangan atau jasa secara langsung kepada individu, lembaga, atau kelompok yang membutuhkan. Pada bentuk CSR ini PT. Sawit Kaltim Lestari Memiliki sudah melaksanakan program seperti memberikan bantuan alat berat, perbaikan jalan umum, bantuan untuk acara-acara sakral, kegiatan hari besar Nasional dan keagamaan, bantuan pembuatan pasar adat, bantuan pembangunan rumah adat (Seravo), bantuan biaya pendidikan sekolah, bantuan pemberian bibit ikan, bantuan pengadaan mobil ambulance, bantuan pembersihan jalur sungai untuk akses nelayan mencari ikan, dan berbagi dengan anak-anak panti asuhan melalui organisasi APSAI. Kegiatan ini sudah dua kali di laksanakan yaitu berbagi di panti asuhan Kutai Kartanegara dan *Little Sunshine* Samarinda. Seluruh program yang sebutkan (kecuali berbagi dengan anak-anak panti asuhan) melalui pernyataan masyarakat memang betul sudah di jalankan. Program tersebut juga menurut pernyataan masyarakat merupakan program yang mereka minta secara langsung ke perusahaan dengan mengajukan proposal. Dan dari hasil

pernyataan seluruh informan utama dalam penelitian ini ialah seluruh program itu ada dan sudah terlaksana namun tidak berkelanjutan.

5) ***Corporate Volunteering (Kesukarelaan Perusahaan)***

Bentuk CSR ini berdasarkan pernyataan dari Kotler dan Lee perusahaan akan melibatkan karyawannya secara langsung dalam kegiatan atau program CSR yang di lakukan oleh perusahaan. Perusahaan memberikan kesempatan seperti waktu bagi karyawan untuk mengikuti secara sukarela untuk membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal ataupun masyarakat yang menjadi sasaran programnya. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara dengan key informan bahwasanya CSR PT. Sawit Kaltim Lestari belum memiliki program pada bentuk CSR ini dengan alasan ketua koordinator hanya menjalankan program ini sendirian. Hal ini diperkuat dengan pernyataan daripada masyarakat atau informan utama dalam penelitian ini bahwasanya mereka juga kurang mengetahui tentang program ini apakah ada atau tidak, namun yang mereka ketahui ialah jika CSR PT. SKL berprogram ke kampung atau desa mereka, yang hadir hanya Ketua Koordinator CSR PT. Sawit Kaltim Lestari dan tidak membawa karyawan lain atau staffnya. Jadi dapat disimpulkan bahwasanya pada bentuk CSR ini memang tidak terdapat program yang mengajak karyawan maupun staff yang lain untuk berkontribusi meluangkan waktunya dalam melaksanakan program untuk masyarakat secara sukarela.

6) ***Socially Responsible Business Practice (Praktik Bisnis yang Bertanggung Jawab Secara Sosial)***

Menurut Kotler dan Lee bentuk CSR ini ialah dimana perusahaan terlibat dalam aktivitas bisnis yang diwajibkan secara hukum dan melakukan investasi yang mendorong inisiatif sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitasnya, termasuk karyawan, pemasok, distributor, organisasi nirlaba, dan masyarakat umum. Selain itu, perusahaan berkomitmen terhadap pelestarian lingkungan. Kesejahteraan, dalam konteks ini, mencakup unsur-unsur yang berkaitan dengan kesejahteraan fisik, perlindungan, dan kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan emosional

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan dengan key informan beliau menyatakan bahwasanya ada beberapa program pada bentuk CSR ini dari PT. SKL seperti melibatkan masyarakat sebagai kontraktor dalam perusahaan, sebagai transportir, kemudian mitra langsung dijadikan untuk mengangkut Tangkos. Namun, dari hasil wawancara dengan seluruh informan utama menyatakan bahwasanya program yang sudah disebutkan oleh *Key Informan* menurut mereka itu tidak bisa dikatakan sebuah program karena dari penjelasan tersebut artinya seperti perusahaan memberikan lapangan pekerjaan. Sedangkan adanya lapangan pekerjaan atau penyerapan tenaga kerja bukanlah sebuah program. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya pada bentuk CSR ini PT. Sawit Kaltim Lestari

tidak memiliki program karena apa yang disampaikan oleh key informan menurut peneliti tidak masuk dalam konsep CSR.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan mengenai pemberdayaan masyarakat melalui *corporate social responsibility* (CSR) PT. Sawit Kaltim Lestari di Desa Sabintulung Kecamatan Muara Kaman dapat dilihat melalui enam bentuk CSR yaitu: 1) *Cause Promotion*, 2) *Cause Related Marketing*, 3) *Corporate Social Marketing*, 4) *Corporate Philanthropy*, 5) *Corporate Volunteering*, 6) *Socially Responsible Business Practice*. Berdasarkan enam bentuk program tersebut, hanya terdapat tiga bentuk CSR yang memiliki program yaitu pada bentuk CSR *Cause Promotion*, *Corporate Social Marketing*, dan *Corporate Philanthropy*.

Seluruh program yang telah dilakukan telah terlaksana namun tidak berkelanjutan. Dan dari seluruh program yang diberikan hampir keseluruhannya merupakan inisiatif dari masyarakat sendiri. Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya CSR PT. Sawit Kaltim Lestari melalui programnya masih belum memberdayakan masyarakat di Desa Sabintulung karena dari enam bentuk CSR hanya terdapat tiga bentuk saja yang memiliki program bahkan program tersebut tidak berkelanjutan. Selain itu juga, belum berdayanya masyarakat Desa Sabintulung melalui CSR ialah pada CSR PT. Sawit Kaltim Lestari itu sendiri karena kurangnya inisiatif mereka dalam berprogram kepada Masyarakat.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti akan memberikan rekomendasi kepada masyarakat dan juga CSR PT. Sawit Kaltim Lestari yaitu sebagai berikut:

1. Masyarakat dapat melaporkan kepada Dinas Sosial atau Pemerintah Daerah Kutai Kartanegara jika memang terdapat ketidaksesuaian program atau kegiatan yang diberikan oleh CSR PT. Sawit Kaltim Lestari. Apalagi jika CSR PT. Sawit Kaltim Lestari tidak menjalankan programnya seperti masyarakat secara terus menerus meminta haknya padahal sebenarnya kewajiban daripada CSR ialah menggali dan mencari tahu potensi masyarakat yang dapat dikembangkan melalui *social mapping*.
2. CSR PT. Sawit Kaltim Lestari harus lebih aktif lagi dalam membuat program untuk masyarakat sekitar perusahaan beroperasi khususnya Desa Sabintulung. CSR PT. Sawit Kaltim Lestari harus memiliki rencana untuk ke depannya tentang program apa yang akan dilaksanakan dan CSR PT. Sawit Kaltim Lestari tidak boleh selalu menunggu masyarakat yang mengajukan proposal agar diberikan bantuan karena mengingat pemberdayaan masyarakat bukan hanya semata memberikan bantuan saja, maka dari itu seharusnya perusahaan yang lebih mengerti tentang CSR maka

- perusahaan melalui CSR tersebut yang melakukan pemetaan sosial untuk menggali kebutuhan dan potensi masyarakat di sana.
3. CSR PT. Sawit Kaltim Lestari harus sering berkoordinasi dengan pemerintah desa setempat mengenai program yang belum ada, sudah direncanakan atau akan dijalankan. Mengingat biasanya setiap desa memiliki programnya sendiri agar tidak menjadi tumpang tindih atau adanya program yang sama.
 4. CSR PT. Sawit Kaltim Lestari harus meningkatkan kinerjanya untuk berprogram yang berkelanjutan, mengingat selama ini program yang diberikan tidak berkelanjutan. Kemudian CSR PT. Sawit Kaltim Lestari juga harus membuat program yang di mana manfaat dan tujuannya untuk meningkatkan penghasilan, pendidikan, serta pengetahuan bagi masyarakat.
 5. CSR PT. Sawit Kaltim Lestari ke depannya jika berprogram harus melakukan *monitoring* dan melakukan pendampingan untuk masyarakat, karena pada hakikatnya pemberdayaan masyarakat perlu yang namanya pendampingan.
 6. Perusahaan PT. Sawit Kaltim Lestari harus mencari atau membentuk tim CSR sendiri atau membuka lowongan pekerjaan khusus untuk menjalankan CSR mengingat konsep utama CSR ialah dalam bisnis harus tetap menyeimbangkan kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan. Maka dari itu dengan terbentuknya tim CSR di PT. Sawit Kaltim Lestari diharapkan dapat fokus pada tujuan dari CSR itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Budimanta, Arif. Dkk. 2008. Corporate Social Responsibility Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia. Jakarta: ICSD
- Lexy J, Moleong. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Kayra
- Mardikanto, Soebiato. 2015. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press
- Solihin, I. (2009). Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability.
- Suharto, Edi. 2014. Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat. Refika Aditama Cetakan Kelima. Bandung: Refika Aditama

Peraturan Undang-Undang:

- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.