

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan adalah perusahaan yang diwakili oleh tindakan hukum dan diwakili oleh organ dan manajemennya, dan tidak mengesampingkan kemungkinan menyebabkan kesalahan atau kelalaian yang harus dilaporkan dalam bentuk tanggung jawab sosial atau dalam hal tanggung jawab moral atau etika (J Wardie, 2019). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah kumpulan kewajiban organisasi yang melindungi dan memajukan masyarakat di mana organisasi berada. Dalam teori Archie B. Carroll dalam penelitian (Dahlsrud, 2008), *Corporate Social Responsibility* adalah jantung dari etika bisnis, dan perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan hukum kepada pemegang saham, tetapi juga kewajiban untuk pemangku kepentingan lain. Semua ini tidak dapat dipisahkan dari fakta bahwa perusahaan tidak dapat bertahan, beroperasi, bertahan, atau untung tanpa bantuan partai yang berbeda. Oleh karena itu, CSR menunjukkan kepada perusahaan lebih banyak tentang kepentingan pihak lain (pihak yang berkepentingan) daripada kepentingan perusahaan itu sendiri (Elmiyanti et al., 2023).

CSR sendiri mengacu pada semua hubungan antara perusahaan dan pelanggannya, karyawan, kota madya, investor, pemerintah, pemasok, dan pesaing mereka sendiri. Perusahaan harus memiliki komitmen untuk memperhitungkan seluruh dampak kegiatan bisnisnya terhadap aspek ekonomi, sosial, dan ekologis yang dikenal sebagai konsep *Triple Bottom Line (3BL) profit, people, planet* (Yunara, 2019) untuk perusahaan yang secara konsisten menerapkan CSR dalam kegiatan mereka, pemangku kepentingan manfaat jangka panjang dalam bentuk kepercayaan (citra perusahaan) perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, ini adalah masalah serius di dunia bisnis baik di dalam negeri maupun internasional. Oleh karena itu, penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai "biaya" tetapi dianggap sebagai investasi jangka panjang dari perusahaan yang terlibat (Ifanda dan Sisdiyanto, 2024).

Implementasi CSR pada perusahaan perkebunan kelapa sawit di Indonesia telah diatur secara komprehensif melalui peraturan perundang-undangan. Landasan hukum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya pasal 74, yang mewajibkan perseroan terbatas dengan kegiatan usaha terkait pengelolaan sumber daya alam untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ketentuan ini diperkuat oleh Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, yang mendefinisikan CSR sebagai komitmen korporasi dalam pembangunan berkelanjutan demi peningkatan kualitas hidup serta lingkungan yang menguntungkan perusahaan itu sendiri, masyarakat, dan ekosistem sekitar. Lebih lanjut, Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2014 tentang Perkebunan secara khusus mengatur kewajiban perusahaan perkebunan dalam menjaga kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Melalui kerangka tersebut, perusahaan perkebunan kelapa sawit diwajibkan melampaui orientasi semata pada profitabilitas ekonomi, dengan menekankan tanggung jawab sosial-lingkungan melalui program CSR yang berdampak positif bagi komunitas di sekitar area operasionalnya. Banyak perusahaan menerapkan di Indonesia yang telah menerapkan program CSR di Indonesia, dimana program CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang diimplementasikan langsung ke masyarakat sebagai penerima manfaat.

CSR berfungsi sebagai program kolaborasi antara perusahaan dan berbagai pihak atau multi *stakeholder*. Keduanya berinteraksi secara langsung atau berinteraksi untuk memastikan keberlanjutan baik di dalam maupun di luar perusahaan. Penerapan program CSR tidak berfokus pada jumlah profit yang diperoleh, tetapi menitik beratkan pada jumlah penerima manfaat (orang). Kegiatan tersebut diukur menggunakan tiga indikator, yaitu *People*, *Planet* dan *Profit* (3P) sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat (Aritonang dan Nababan, 2025).

Begitu banyak perusahaan berbasis perkebunan kelapa sawit dan turunannya yang tumbuh makmur di Indonesia, tanpa terkecuali PT Buana Tunas Sejahtera yang

merupakan anak dari perusahaan Karyamas Plantation yang terletak di Kalimantan Barat. Perusahaan ini berfokus pada pengelolaan perkebunan kelapa sawit di Indonesia. PT. Buana Tunas Sejahtera beroperasi di wilayah Kabupaten Kapuas Hulu, Kalimantan Barat, dengan perkebunan kelapa sawit yang tersebar di area strategis yang mendukung kelangsungan produksi secara optimal. Sebagai perusahaan yang bergerak di sektor agribisnis, PT. Buana Tunas Sejahtera memiliki komitmen kuat terhadap produksi minyak sawit yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Kegiatan utama perusahaan ini meliputi penanaman dan pemanenan pohon kelapa sawit, serta pengolahan tandan buah segar (TBS) menjadi minyak sawit mentah (CPO) yang berkualitas tinggi. Dalam setiap tahap operasionalnya, PT. Buana Tunas Sejahtera selalu berupaya mengedepankan prinsip keberlanjutan, dengan menjaga keseimbangan antara hasil yang optimal dan pelestarian lingkungan. Hal ini tentunya menjadikan perusahaan ini memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Tanggung jawab sosial ini tidak hanya berkaitan dengan jumlah nominal rupiah yang diberikan kepada masyarakat, tetapi berkaitan juga dengan dampak *social culture*. Seiring dengan penelitian dari (Ayu, 2019), program CSR yang biasanya diterapkan khususnya di perkebunan kelapa sawit terdiri dari:

- a. Pemberian beasiswa, pembangunan fasilitas pendidikan, dan pelatihan bagi masyarakat.
- b. Penyediaan layanan kesehatan gratis, pembangunan fasilitas kesehatan, dan program kesehatan preventif.
- c. Dukungan terhadap kegiatan sosial, budaya, dan keagamaan masyarakat sekitar.

Terlaksananya program tersebut secara berkelanjutan atau tidak, tentunya dapat diukur dengan berbagai metode. Secara umum syarat bahwa program CSR dikatakan berlanjut yaitu:

- a. Program dilaksanakan lebih dari satu periode atau terhitung satu tahun program kegiatan dan tentunya program harus direncanakan serta dijalankan bersama masyarakat lokal, bukan hanya dipijakkan pada pendekatan filantropi pasif (*Stakeholder Engagement*)(Dhamayanti, 2021).

- b. Perusahaan harus mengexpose informasi terkait rencana, dana, pelaksanaan, dan evaluasi program CSR (*Governance & Transparency*)(Bhinekawati, 2011)
- c. CSR harus menyasar perubahan nyata: peningkatan pendapatan masyarakat, kualitas lingkungan, fasilitas sosial, dan kepercayaan publik (*Sustainable Outcomes*) (Kuvaini et al., 2021)

Berdasarkan uraian diatas, tentunya pelaksanaan CSR oleh perusahaan terhadap masyarakat haruslah memiliki dampak yang nyata. Maka oleh sebab itu penelitian ini nantinya akan berfokus pada kajian dampak program CSR terhadap kesejahteraan masyarakat, khususnya yang berada di lingkungan Perkebunan PT Buana Tunas Sejahtera.

Peningkatan kesejahteraan masyarakat menjadi salah satu sasaran utama dalam kerangka pembangunan sosial-ekonomi. Secara konseptual, kesejahteraan masyarakat didefinisikan sebagai pemenuhan kebutuhan primer manusia, mencakup aspek ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan lingkungan yang memadai, sehingga memungkinkan masyarakat menjalani kehidupan yang aman dan bermartabat (Firmansyah et al., 2024). Dalam konteks penguatan kesejahteraan tersebut, tanggung jawab tidak terbatas pada pemerintah semata, melainkan juga melibatkan peran aktif sektor swasta maupun perusahaan yang beroperasi di wilayah masyarakat melalui inisiatif sosial dan pemberdayaan komunitas (Nurozi & Sisdiyanto, 2024). Implementasi program CSR memungkinkan perusahaan berkontribusi dalam mengurangi isu sosial seperti kemiskinan, keterbatasan akses pendidikan, serta degradasi kualitas kesehatan masyarakat (Apriani, 2019). Program CSR yang dirancang secara matang secara efektif menghasilkan dampak positif bagi peningkatan kesejahteraan di lingkup operasional perusahaan (Rahmadurin et al., 2023). Kehadiran perusahaan kerap menciptakan dinamika ekonomi baru di masyarakat sekitar, antara lain melalui perekrutan tenaga kerja setempat serta munculnya aktivitas ekonomi di perimeter operasional. Oleh karena itu, CSR menempati posisi strategis sebagai alat kunci dalam memperbaiki kualitas hidup masyarakat (Firmansyah et al., 2024).

Di luar orientasi peningkatan kesejahteraan, dimensi krusial lain yang memerlukan perhatian serius dalam implementasi CSR adalah respons masyarakat. Respons ini didefinisikan sebagai sikap atau tanggapan komunitas terhadap inisiatif korporasi, yang mencakup spektrum penerimaan, dukungan, partisipasi (Nurozi & Sisdiyanto, 2024). Kualitas respons tersebut ditentukan secara signifikan oleh tingkat relevansi program dalam menjawab kebutuhan riil serta intensitas pelibatan masyarakat dalam tahapan eksekusi (Abriandi, 2019).

Program CSR yang mengadopsi pendekatan partisipatif umumnya memperoleh sambutan positif dari komunitas. Pelibatan aktif tersebut bertujuan menumbuhkan rasa kepemilikan (*sense of belonging*) yang menjadi prasyarat bagi keberlanjutan program (Widiputranti, 2020). Sebaliknya, ketidaksesuaian antara program dan kebutuhan masyarakat, atau minimnya pelibatan dalam proses implementasi, berpotensi memicu respons yang kurang kondusif sehingga tujuan peningkatan kesejahteraan tidak dapat tercapai secara optimal (Ihza et al., 2026).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan program CSR oleh PT. Buana Tunas Sejahtera di Kalimantan Barat?
2. Bagaimanakah implementasi program CSR PT. Buana Tunas Sejahtera terhadap kesejahteraan masyarakat apabila ditinjau dari indikator BKKBN?
3. Bagaimana Respon masyarakat terkait pelaksanaan program CSR PT. Buana Tunas Sejahtera Kalimantan Barat?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pelaksanaan program CSR oleh PT. Buana Tunas Sejahtera di Kalimantan Barat.
2. Untuk mengetahui implementasi program CSR terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat ditinjau dari indikator BKKBN di PT. Buana Tunas Sejahtera, Kalimantan Barat.
3. Untuk mengidentifikasi respons masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Buana Tunas Sejahtera Kalimantan Barat.

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan gambaran efektivitas pelaksanaan program CSR dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah operasi perusahaan.
2. Menjadi rujukan strategis bagi perusahaan dalam merumuskan, mengembangkan, serta mengoptimalkan kebijakan CSR agar lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.
3. Memberikan kontribusi akademis terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen, kajian sosial, dan pembangunan masyarakat melalui kajian kasus implementasi CSR.