

Peran Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Belfoods Indonesia dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Desa Sukamaju, Bogor Jawa Barat

Anggun Dewayani, Ika Sari Tondang*

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Email: *ikatondang@gmail.com

Abstrak– Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memberikan hak kepada masyarakat disekitar lingkungan perusahaan. PT. Belfoods Indonesia memiliki *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai salah satu jembatan untuk menyalurkan program perusahaan dalam rangka memenuhi harapan dan juga peraturan yang telah diatur oleh pemerintah. Masyarakat Desa Sukamaju Kecamatan Jonggol memiliki masalah dengan kesenjangan sosial antara masyarakat yang tinggal di perumahan elit dan di luar perumahan. Masalah kesenjangan ekonomi ini menjadikan salah satu program perusahaan membantu untuk meratakan perekonomian warga dengan pemberian bantuan ekonomi berupa modal usaha untuk UMKM dan juga bantuan untuk bina lingkungan disekitar wilayah Desa Sukamaju. Bantuan yang disalurkan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemajuan dan perkembangan perekonomian masyarakat disekitar PT. Belfoods Indonesia.

Kata Kunci: CSR; Kesenjangan Ekonomi; Bantuan Modal UMKM; Perkembangan Ekonomi; Masyarakat

Abstract– The company has a responsibility to give rights to the community around the company environment. PT. Belfoods Indonesia has Corporate Social Responsibility (CSR) as one of the ways to channel company programs in order to meet expectations and also regulations set by the government. The people of Sukamaju Village, Jonggol District, have problems with social disparities between people living in elite housing and outside. The problem of economic inequality has made one of the company's programs helping to equalize the economy of the residents by providing economic assistance in the form of business capital for Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) and also assistance for environmental development around the Sukamaju Village area. The distributed assistance has a significant positive impact on the progress and economic development of the community around PT. Belfoods Indonesia.

Keywords: CSR; Economic Gap; UMKM's Capital Assistance; Economic's Development; Society

1. PENDAHULUAN

Mendirikan pabrik atau perusahaan di tengah-tengah masyarakat membuat perusahaan harus memiliki cara atau langkah yang terbaik agar terjadi keseimbangan antara masyarakat dengan kegiatan perekonomian yang terjadi di suatu pabrik. Masyarakat memiliki suatu hak yang bisa mereka dapatkan dari berdirinya suatu perusahaan di lingkungan mereka. Perusahaan terkait tentunya memiliki cara untuk memenuhi ekspektasi dan bagian dari menaati peraturan pemerintah, salah satunya adalah dengan cara memanfaatkan peran dari *Corporate Social Responsibility* atau CSR yang dapat melakukan program kerja untuk bisa menjamin kelangsungan hubungan dan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat sekitar (Frynas, 2009)

Corporate Social Responsibility atau CSR memiliki tugas yang diatur di pasal 74 ayat 1 UUPT terkait tujuan Corporate Social Responsibility atau CSR sebagai pencipta hubungan perseroan yang serasi dan seimbang, sesuai dengan nilai, norma, dan lingkungan budaya masyarakat setempat sehingga melalui *Corporate Social Responsibility* atau CSR perusahaan haruslah menciptakan lingkungan kerja yang humanis dan sesuai dengan undang-undang yang telah ditetapkan.

PT. Belfoods Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang pemroduksian makanan olahan dari daging ayam dan sapi, seperti sosis, nugget, baso, dan beberapa produk marinasi. memiliki beberapa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mengadopsi dari empat level CSR yang telah umum di Indonesia, Menurut Archie Carroll (1979) CSR sebagai suatu construct memiliki 4 (empat) level berbeda dari hubungan bisnis – masyarakat, yakni : 1. *Economic Responsibility*. Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengembalikan modal pemegang saham atau pemilik (return on investment), memuaskan para pegawai, dan juga memuaskan para pelanggan. Alasan tersebut, mendasari mengapa bisnis eksis di dalam masyarakat, dan tentunya tanggung jawab pertama dari bisnis adalah memberikan kepuasan ekonomi pada orang-orang di dalamnya terlebih dulu yakni pemilik / shareholders, pegawai, dan pelanggan. Sejalan dengan hal tersebut, maka area CSR yang pertama adalah dalam bentuk tanggung jawab ekonomi terhadap orang-orang yang ada di dalam organisasi. 2. *Legal Responsibility*. Tanggung jawab kedua dari

sebuah perusahaan adalah kemampuannya untuk memenuhi aspek “*play by rules of the game*” dengan prinsip-prinsip legal yang mensyaratkan tanggung jawab sosial dari aspek hukum. 3. *Ethical Responsibility*. Area ini mensyaratkan setiap perusahaan untuk melakukan kiprahnya secara jujur, adil, dan terbuka. Carroll berpendapat bahwa secara umum *ethical responsibility* merupakan harapan masyarakat melebihi *economic* dan *legal responsibility*. 4. *Philanthropic Responsibility*. Level keempat dari tanggung jawab suatu perusahaan adalah berupa *social philanthropy* antara lain berbentuk pemberian donasi (*charity*), bantuan-bantuan berbagai keperluan dan fasilitas masyarakat disekitar perusahaan, rekreasi para pegawai, dan bentuk bantuan sosial lainnya.

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* di dalam Rahman (2002) menjabarkan pengertian CSR sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka memperbaiki kualitas hidup. Dari pengertian diatas, secara sederhana *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep serta tindakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya terhadap social serta lingkungan sekitar dimana perusahaan itu beroperasi / berdiri. Seperti melaksanakan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, membangun fasilitas umum, menjaga lingkungan sekitar, memberikan beasiswa kepada anak yang tidak mampu, dan memberikan bantuan dana untuk kesejahteraan masyarakat banyak pada umumnya dan masyarakat sekitar perusahaan pada khususnya.

Perusahaan haruslah menjembatani proses integrasi antara harapan masyarakat dan tanggung jawab perusahaan dalam kegiatan ekonomi yang dapat memberdayakan masyarakat sekitar (Yusuf Wibisono, 2007). Hal ini diharapkan agar kegiatan ekonomi masyarakat Desa Sukamaju menjadi lebih baik dan dapat mengangkat taraf hidup masyarakat sekitar yang sebagian besar masih hidup dibawah garis kemiskinan. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Belfoods Indonesia dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Desa Sukamaju, Bogor Jawa Barat”. Tujuan dilaksanakannya pengabdian ini adalah untuk mengetahui peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Belfoods Indonesia dalam upaya memberdayakan masyarakat di Desa Sukamaju,

2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode deskriptif dan fokus pengabdian ini tentang peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Belfoods Indonesia yaitu memberdayakan masyarakat sekitar Desa Sukamaju, Bogor Jawa Barat yang dilaksanakan pada tanggal 2 Juni 2022 sampai dengan 20 Juni 2022.

Sumber data yang didapatkan dari pengabdian jurnal ini adalah dengan diskusi dan wawancara dengan pemegang jabatan yang menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Belfoods Indonesia dan beserta warga masyarakat di Desa Sukamaju, Bogor Jawa Barat. Data lain yang berguna sebagai bukti seperti kutipan kalimat dengan narasumber terkait, dan juga jurnal atau artikel yang memiliki kesamaan dalam penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Cara perusahaan agar dapat melaksanakan kewajiban dan memenuhi kebutuhan masyarakat disekitar dilakukan dengan banyak cara. Cara yang dilakukan bukan hanya pendekatan secara modern, namun pendekatan tradisional juga tetap dilakukan mengingat warga yang bertempat tinggal disekitar akan lebih mudah mengikuti segala hal yang disampaikan oleh perusahaan. Masyarakat di sekitar PT. Belfoods Indonesia sebagian ada yang hidup di kompleks perumahan dan diluar kompleks perumahan. Sebagian besar warga yang tinggal di kompleks perumahan Citra Indah bekerja sebagai karyawan perusahaan baik di dalam maupun di luar kota. Bagi masyarakat yang tinggal di luar kompleks, mereka bekerja serabutan, petugas kebersihan kompleks, maupun berdagang keliling disekitar kompleks.

Sebesar 65% masyarakat Desa Sukamaju bekerja sebagai pekerja serabutan, atau berjualan baik bahan pangan maupun sandang. Pendapatan masyarakat yang bekerja melalui berdagang bisa dikatakan tidak menentu, apalagi dengan modal yang pas-pasan hanya bisa digunakan untuk satu kali perputaran uang tanpa bisa mengembangkan usaha menjadi lebih besar. Seorang warga yang membuka toko kelontong menyampaikan, “dulu, saat saya jalan lima tahun berdagang, dan perubahan selama kurun waktu tersebut hanya dapat saya rasakan sebatas penambahan produk di toko yang saya kelola, ini karena modal berputar dan keuntungan yang saya sisihkan baru hanya mampu untuk memenuhi kebutuhan pangan saja, belum ada keuntungan yang besar karena modal saya memang kecil.”

Masyarakat menaruh harapan dari sektor industri yang berdiri di lingkungan sekitar mereka, salah satunya adalah PT. Belfoods Indonesia. PT. Belfoods Indonesia sendiri telah membangun relasi dengan warga

sekitar, dengan proyek CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang berjalan, PT. Belfoods Indonesia memiliki berbagai upaya untuk bisa memberikan pengaruh di masyarakat sekitar. Perbedaan pendapatan mengakibatkan perbedaan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat, sehingga kesenjangan sosial nampak jelas, oleh karena itu tujuan sebenarnya dari upaya pelaksanaan program pemberdayaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Belfoods Indonesia adalah untuk mewujudkan kehidupan perekonomian yang jauh lebih baik dan menghapuskan kesenjangan sosial antara masyarakat di Desa Sukamaju, Bogor Jawa Barat.

3.1 Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. Belfoods Indonesia

Dalam melaksanakan program CSR yang telah dijelaskan diatas, pada level keempat, PT. Belfoods Indonesia telah melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat disekitar diantaranya :

1. Bantuan beras miskin untuk masyarakat yang membutuhkan
2. Bantuan modal UMKM masyarakat sekitar
3. Sosialisasi kebersihan lingkungan

Pelaksanaan kegiatan ini memiliki tujuan terutama untuk memperbaiki taraf hidup masyarakat sekitar dengan cara memberdayakan dengan harapan dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan. Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat ini dilaksanakan rutin dengan jangka waktu sepanjang tahun rutin setiap bulan. Besaran bantuan beras yang diterima adalah sebanyak 15 kg/orang dengan syarat yang telah disetujui.

Perusahaan yang memberi bantuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Belfoods Indonesia melaksanakan sosialisasi secara general ke warga pada masyarakat Desa Sukamaju mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang akan dilaksanakan. Hasil wawancara dengan calon penerima program menyatakan jika secara umum mereka memahami pemaparan program perusahaan. Cara sosialisasi yang dilaksanakan adalah dengan menawarkan beberapa program yang dapat ditangani kepada masyarakat Desa Sukamaju, yaitu berupa program bina lingkungan dan program kemitraan. Dari penjelasan tersebut, dapat dikumpulkan calon penerima program, untuk program bina lingkungan, kegiatan yang dilaksanakan adalah dengan cara memberikan sosialisasi tentang kesehatan lingkungan terkait pengolahan limbah yang telah dilakukan oleh perusahaan, serta perusahaan memperbolehkan masyarakat sekitar mengumpulkan limbah produksi untuk bisa dimanfaatkan secara pribadi seperti pakan ternak, yang biasanya ternak ikan.

Program kemitraan yang dimaksud adalah pemberian modal kepada mitra dengan arti masyarakat yang berwirausaha dan menjadi UMKM binaan dari PT. Belfoods Indonesia. Jumlah anggota UMKM binaan adalah sebanyak 13 orang, dengan rentang usia 30-65 tahun yang masing-masing memiliki usaha seperti berjualan bahan kebutuhan pokok atau berjualan makanan serta bahan sandang. Pelaksanaan programnya adalah dengan pemberian modal kepada pelaku usaha, dan memberikan binaan sesuai dengan kebutuhan mitra untuk mendapatkan hasil yang diharapkan.

3.2 Tingkat Kesesuaian

Saat kegiatan sosialisasi dilaksanakan, perusahaan telah menyampaikan berbagai syarat tentang keanggotaan dan bina lingkungan dan kemitraan. Dari informasi tersebut, warga bisa memutuskan untuk memilih mengikuti program mana yang paling sesuai. Setelah memilih, calon penerima program mulai mengajukan usulan kebutuhan mereka. Usulan kebutuhan yang diajukan oleh calon penerima program telah ditampung, kemudian dikaji sebelum perusahaan menyerahkan bantuan tersebut.

Hasil wawancara kepada penerima program, mereka menyampaikan jika perusahaan telah memberikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Belfoods Indonesia yang sejalan dengan apa yang dibutuhkan masyarakat Desa Sukamaju, lebih khususnya pemilik UMKM, kutipan wawancara dengan penerima program, mereka menyampaikan, "Program bina lingkungan dan program kemitraan sangat tepat dan sejalan dengan kebutuhan UMKM di Desa Sukamaju, saya diberikan kemudahan untuk bisa berjualan, dengan bantuan modal saya dapat memutar pendapat saya, teman-teman yang lain juga merasa terbantu dengan adanya bantuan modal dari perusahaan, singkatnya ini sangat meringankan beban masyarakat yang membutuhkan."

Bantuan yang diberikan dalam bentuk uang tunai diharapkan dapat dimanfaatkan sedemikian rupa untuk mengembangkan bisnis tiap-tiap masyarakat yang tergabung.

3.3 Tingkat Partisipasi

Terdapat satu kategori UMKM di Desa Sukamaju, yaitu food and snack. Total anggota penerima CSR di Desa Sukamaju adalah 13 orang dari keseluruhan kelompok tersebut. Syarat untuk menjadi mitra program bantuan UMKM adalah setidaknya memiliki usaha yang telah berdiri kurang lebih 1 tahun, dengan bukti berupa data diri, dan foto dari usaha yang sedang dijalankan, dapat berupa foto produk (apabila *home industry*, atau bahkan foto bangunan usaha).

Masing-masing kelompok memiliki satu orang sebagai korodinator pada program bina lingkungan. Bagi program kemitraan dilakukan MoU langsung antara penerima dengan perusahaan pemberi CSR. Koordinator mengkoordinir setiap usulan bantuan yang diajukan oleh anggotanya. Masing-masing kelompok memiliki satu akun rekening untuk penyaluran bantuan perusahaan. Rekening dikelola oleh koordinator kelompok. Bantuan disalurkan melalui koordinator kelompok sesuai dengan arahan dan jadwal yang telah itentukan oleh PT. Belfoods Indonesia. Bukan hanya penerima program yang antusias terhadap program CSR, masyarakat diluar penerima bantuan CSR pun bersemangat terhadap program ini. Dari hasil wawancara, diketahui jika terdapat masyarakat yang turut bersemangat karena ingin mengusulkan saudara dan tetangganya yang memiliki usaha.



Gambar 1. Tim Pengabdian Wawancara dengan Warga Desa Sukamaju

3.4 Tingkat Berkelanjutan

Bantuan yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan dari UMKM yang mengajukan. Sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, UMKM program bina lingkungan mengajukan spesifikasi alat yang diinginkan untuk mengembangkan usaha mereka. Kemudian dilakukan survey mengenai spesifikasi dan harga begitupula seberapa besar bantuan yang akan diberikan sesuai dengan kebutuhan subsidi pada tiap-tiap UMKM. Sehin gga dapat disimpulkan, bantuan yang diberikan untuk UMKM program bina lingkungan sudah sesuai dengan keperluan pengusaha. Kontrol yang dilakukan adalah pengontrolan terhadap hasil produksi untuk mengetahui apakah ada peningkatan volume produksi dengan adanya alat tersebut.

Para pelaku UMKM Desa Sukamaju menjelaskan jika terdapat pertambahan jumlah produksi yang signifikan ($>85\%$), bahkan lebih dari yang diproyeksikan di awal. Dari hasil wawancara juga diketahui bahwa terdapat perbedaan keuntungan yang diterima UMKM. Tidak hanya para pelaku usaha yang diuntungkan namun juga masyarakat sekitar. Terdapat kenaikan jumlah pekerja rata-rata 1 orang per UMKM sejak adanya bantuan Corporate Social Responsibility (CSR) ini. Hal ini terjadi pada umumnya karena meskipun sudah menggunakan peralatan yang baru, alat yang lama yang masih berfungsi dengan baik pun tetap digunakan sehingga dibutuhkan operator tambahan untuk megontrol dan mengoperasikan alat-alat tersebut.

Berbagai kesempatan yang telah diberikan oleh perusahaan dimanfaatkan dengan sebaik mungkin, mengingat hrpan pencapaian pendapatan yang melambung tinggi, dan telah dibuktikan oleh para mitra program perusahaan dengan harapan dapat berlanjut ke masa yang akan datang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian pada Desa Sukamaju, Kecamatan Jonggol, dapat terlihat jika bantuan CSR yang telah diberikan oleh perusahaan dapat meningkatkan pembangunan dan taraf kehidupan di masyarakat. Pertama, dari program kemitraan, warga masyarakat Desa Sukamaju Kecamatan Jonggol memperoleh bantuan berupa alat dan dana untuk pengembangan UMKM yang dimiliki. Pada program bina lingkungan ini, perusahaan memberikan bantuan berupa peralatan yang memang dibutuhkan Dari kedua program di atas, telah nampak jika taraf hidup masyarakat Desa Sukamaju Kecamatan Jonggol dapat meningkat. Hal ini didukung dengan adanya kenaikan hasil produksi yang cukup signifikan dengan adanya bantuan alat dan dana untuk melakukan pembelian modal dan bahan produksi. Bukan hanya pemilik UMKM yang merasakan peningkatan taraf hidup, namun juga masyarakat non pemilik UMKM. Masyarakat yang

sebelumnya tidak memiliki penghasilan tambahan, dengan adanya kenaikan produksi UMKM disekitarnya maka mereka mendapatkan lapangan pekerjaan baru, dengan adanya lapangan pekerjaan baru, maka penghasilan warga pun meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Carroll, A (1979): "A three-dimensional conceptual model of corporate performance" *Academy of Management Review* 4 (4).
- Frynas. 2009. *Beyond Corporate Social Responsibility, Oil Multinationals and Social Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membelah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Fascho Publishing, Gresik.
- World Business Council for Sustainable Development. 2002, *Corporate Social Responsibility: The WBCSD's journey*, pp. 1. Retrieved mei, 2015, from <http://www.wbcsd.org>.