

INVESTASI SOSIAL: STRATEGI CSR DI BIDANG PENGEMBANGAN MASYARAKAT OLEH PT. PLN INDONESIA POWER CILEGON PGU

Shofa Alya Cantika¹,

Herlina Siregar²,

Ali Nur Fikri³

¹Program Studi Pendidikan Non Formal, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Banten, Indonesia

²Program Studi Pendidikan Non Formal, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Banten, Indonesia

³PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU, Cilegon, Banten, Indonesia

Email: achantikashofa@gmail.com¹, herlina.siregar@untirta.ac.id², ali.nur@plnindonesiapower.co.id³

Received : Sept 19th 2023

Revised : Des 17th 2023

Accepted : Jan 30th 2024

ABSTRACT

When industrialization began in 1930, in line with the world economic recession, public protests demanded company transparency in their operational activities. The term Corporate Social Responsibility or CSR emerged among companies, which was soon followed by legal authorities that regulated mandatory CSR for companies. In the 2000s in Indonesia, the term CSR began to be known intensively in social investment through the concept of development. public. The approach used in this research is qualitative with descriptive methods. Through observations and interviews, the research results showed the social investment carried out by PT. PLN Indonesia Power inventories the community around the company with social service activities, environmental service and other assistance activities through community service and community relations programs and empowers them in various aspects through several programs, such as plasma farmers, Climate Villages, Waste Banks and MSMEs. These three programs are interrelated in maintaining harmony and public trust. So that through these programs, sustainability can be achieved for the company.

Key words: social investment, community development, CSR

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor industri merupakan bagian dari proses pembangunan nasional untuk meningkatkan perekonomian dan membawa perubahan pada kehidupan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini ditandai dengan banyaknya pabrik-pabrik industri baik pertambangan, perkebunan, manufaktur, dan otomotif. Industrialisasi ini tidak hanya memberikan dampak ekonomi namun juga berdampak terhadap

lingkungan dan masyarakat yang merasakan langsung operasionalnya.

Pada tahun 1930 terjadi banyak protes dari masyarakat tentang perusahaan yang tidak memedulikan masyarakat sekitarnya dan bersifat tertutup terhadap operasionalnya. Sejalan dengan terjadinya resesi besar-besaran yang mana pada masa itu banyak perusahaan yang bergelut dengan kurangnya modal produksi sehingga menimbulkan berhentinya buruh secara paksa dan menambah banyak jumlah pengangguran yang membuat masyarakat

mempertanyakan tanggung jawab perusahaan.

Pada saat itu istilah *Corporate Social Responsibility* atau CSR belum dikenal sehingga belum ada wewenang yang berkaitan dengan CSR. Namun kegiatan berbentuk CSR sudah dilakukan oleh beberapa perusahaan, seperti meminta maaf atas kelalaiannya dan mulai memberikan jaminan kepada karyawan yang diberhentiikan. Hal ini menandakan bahwa perusahaan mulai memperhatikan kepentingan masyarakat bagi perusahaan.

Adapun definisi konsep CSR yang diangkat oleh Elkington (1997) (dalam Dwi Haryanti, 2021: 51) berpendapat bahwa CSR adalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada peningkatan kualitas atau pendapatan perusahaan (*profit*), masyarakat (*people*), serta lingkungan (*planet*). Berdasarkan definisi di atas, CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan untuk ikut mengambil peran dalam pembangunan berkelanjutan yang tak hanya melauai peningkatan kualitas perusahaan tapi juga memerhatikan kepentingan setiap stakeholder terkait.

H. R. Bowen mendefinisikan CSR dengan sederhana yaitu keputusan perusahaan untuk melakukan tindakan guna memberikan nilai positif bagi masyarakat (Disemadi & Prananingtyas, 2020: 3). Dan pendapat lain mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tanggung jawab moral dari suatu perusahaan terhadap para stakeholder terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja atau operasinya (MA Hamid Labetubun et al., 2022: 98).

Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan tidak bisa hanya memfokuskan diri pada aspek profit tapi juga harus bisa berkontribusi dengan baik pada aspek masyarakat dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan kewajiban perusahaan untuk ikut berkontribusi dalam mensejahterakan masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan.

CSR mulai dikenal di Indonesia pada tahun 2000an dan lebih intensif pada konsep investasi sosial perusahaan di bidang *community development* atau pengembangan masyarakat. Menurut Parhusip et al. (2022: 500), manfaat dari berbagai kegiatan yang diberikan perusahaan sebagai bentuk komitmen berkelanjutan dari tanggung jawabnya merupakan bentuk investasi sosial perusahaan agar kegiatan operasi perusahaan dapat beriringan dengan perkembangan masyarakat di sekitar area operasi. Dan investasi sosial merupakan sebuah cara perusahaan dalam membangun jaringan sosial untuk mendapatkan kepercayaan (*trust*) masyarakat terhadap perusahaan (Kartika & Dewi, 2018: 3).

Investasi sosial juga tertuang pada Permensos Nomor 6 tahun 2016 tentang “Tanggung Jawab Sosial Badan Usaha Dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial” yang menyatakan bahwa penyelenggara kesejahteraan sosial adalah tanggung jawab pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat termasuk badan usaha (poin a) dan tanggung jawab badan usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial merupakan perwujudan dari investasi sosial badan usaha (poin b). Kemudian disebutkan pada ayat 1 poin 5 bahwa investasi sosial adalah biaya sosial yang harus disediakan badan usaha untuk membangun hubungan harmonis dengan lingkungan sosial sebagai upaya memelihara kelangsungan usaha jangka panjang.

CSR di Indonesia terikat juga dalam hukum Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Melalui undang-undang ini, perusahaan atau badan usaha, khususnya yang bergerak di bidang pengelolaan sumber daya alam, wajib mengeluarkan dana untuk tanggung jawab sosialnya.

Setiap perusahaan mempunyai strateginya masing-masing dalam melakukan CSR. Dan ada banyak strategi CSR yang bisa diterapkan, diantaranya investasi sosial. Salah satu perusahaan yang melakukan investasi sosial dalam strategi CSR pada bidang pengembangan masyarakat adalah PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU. PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU berkomitmen untuk menjalankan bisnisnya secara etis dan sesuai dengan prinsip keberlanjutan sehingga perusahaan perlu untuk mengelola dampak sosial dan lingkungan dengan baik. Salah satu upaya yang dilakukan PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU yaitu melalui *community development* yang menitikberatkan pada aspek pemberdayaan masyarakat dari sisi ekonomi, kesehatan, pendidikan, sosial, budaya dan lingkungan hidup untuk masyarakat sekitar yang terdampak kegiatan operasi perusahaan. *Community development* dilakukan di dua area ring. Ring satu bertitik di tiga desa yaitu Desa Margasari, Desa Argawana dan Desa Banyuwangi berada di Kecamatan Puloampel. Ring dua bertitik di dua desa, Desa Sumuranja Kecamatan Puloampel dan Desa, Sukamaju, Kecamatan Cikeusal. Untuk pelaksanaan program pengembangan masyarakat sebagai investasi sosial dalam strategi CSR PT. PLN Indoensia Power Cilegon PGU berusaha menyesuaikan dengan kebutuhan dan potensi masyarakat sehingga perusahaan melakukan pemetaan sosial sebelum menentukan program.

Adapun permasalahan yang terjadi selama kegiatan CSR oleh PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU yaitu masyarakat desa di wilayah sekitar operasional perusahaan terbilang masih tertinggal terutama pada pola pikirnya yang sulit diajak berkembang dan adanya stakeholder dari kalangan masyarakat yang belum terkena dampak manfaat kegiatan CSR perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa pelaksanaan CSR oleh

PT. PLN Indoensia Power Cilegon PGU belum sepenuhnya merata. Kendala lain yang dialami yaitu kurangnya partisipasi dari masyarakat untuk terus melanjutkan kegiatan program yang sudah disepakati saat awal. Maka dari itu perlu adanya analisis eksternal terhadap masyarakat dengan tujuan kegiatan program yang akan dilaksanakan dapat sesuai dengan potensi alam maupun masyarakatnya agar masyarakat mempunyai kepemilikan atau tanggung jawab selama melaksanakan kegiatan program.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti bermaksud untuk meneliti tentang bagaimana investasi sosial dalam strategi CSR di bidang pengembangan masyarakat oleh PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU serta cara yang dilakukan perusahaan untuk menentukan program investasi sosial dalam strategi CSR yang akan dijalankan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dimana penelitian ini akan menggambarkan secara deskriptif sesuai fakta yang ada di lapangan. Pendekatan kualitatif menurut Wekke, (2019: 15), penelitian pada penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis agar proses dan maknanya lebih terpampang, landasan teori dijadikan pedoman agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Dan menurut Hendriyani & Chusna, (2019: 5), metode penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap permasalahan berupa fakta-fakta terkini dari suatu populasi dengan tujuan untuk menguji hipotesis atau pertanyaan yang berkaitan dengan status terkini subjek yang diteliti

Sehingga pada penelitian ini akan mendeskripsikan dan memberikan gambaran mengenai fenomena atau kejadian sesuai dengan data yang ada

mengenai investasi sosial dalam strategi CSR di bidang pengembangan masyarakat oleh PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU melalui jawaban wawancara yang dari responden terkait serta hasil observasi yang dilakukan. Adapun penelitian ini mengungkap konsep investasi sosial yang dikembangkan oleh buku Suparlan (2005) yang berjudul “Investasi Sosial” dalam (M. O. Royani, 2010: 89) menghimbau dunia usaha dalam menekankan investasi sosial pada pemberdayaan masyarakat dengan cara; (1) menginventarisir pranata sosial lokal yang ada di sekitar dunia usaha; (2) berdayakan pranata sosial itu; (3) kuatkan jaringan pranata sosial, dunia usaha dan pemerintah dalam suatu jejaring kerja yang kondusif dan berdampak pada makin kuatnya ketahanan sosial masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep pengembangan masyarakat sebagai strategi CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan PT PLN Indonesia Power Cilegon PGU yang berada di Kecamatan Puloampel telah dilaksanakan dalam berbagai macam kegiatan dan bantuan yang diberikan kepada masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan telah direalisasinya banyak kegiatan dan bantuan berbentuk program CSR oleh perusahaan dari berbagai aspek sosial, ekonomi dan lingkungan, antara lain berbentuk seperti bakti sosial dan bakti lingkungan serta kegiatan peningkatan kapasitas masyarakat.

Adapun beberapa yang termasuk ke dalam program pelayanan masyarakat bagi perusahaan, yaitu seperti *charity*, santunan anak yatim, perbaikan fasilitas umum dan pemberian sembako. Sedangkan yang termasuk ke dalam program hubungan masyarakat yang fokus tujuannya untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat yaitu seperti bantuan untuk korban bencana, program *charity*, dan ikut berkontribusi dalam memberikan bantuan

dana untuk perayaan hari besar seperti hari kemerdekaan dan hari raya keagamaan.

Meski kedua program tersebut dibedakan, akan tetapi ada keterkaitan yang erat antara program pelayanan masyarakat dengan hubungan masyarakat, dimana Brigita et al. (2020: 4) menjelaskan bahwa aspek sosial pada pengembangan masyarakat (*community development*) merupakan suatu bentuk program pemberian bantuan yang berkaitan dengan pelayanan masyarakat atau program yang dibuat untuk kepentingan umum masyarakat agar perusahaan dapat menjalin hubungan yang konstruktif dengan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) di sekitar wilayah operasional perusahaan, termasuk dan terutama masyarakat.

Sehingga dikatakan bahwa adanya program pelayanan masyarakat yang dilakukan oleh PT PLN Indonesia Power Cilegon PGU sebagai strategi CSR merupakan upaya perusahaan dalam menjalin hubungan dengan masyarakat untuk melakukan pengembangan masyarakat. Dalam artian hubungan masyarakat dapat tercipta dengan pelaksanaan program pelayanan masyarakat oleh perusahaan sekaligus mendorong realisasi pengembangan masyarakat dari perusahaan untuk masyarakat.

Adapun hubungan dengan masyarakat wajib dilakukan oleh perusahaan dengan sangat baik karena masyarakat termasuk pemangku kepentingan perusahaan di lingkup eksternal. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, perusahaan akan mendapat dukungan dari masyarakat. dukungan ini sangat penting dalam melakukan program CSR.

Hal ini tertuang dalam pendapat Unang Mulhan (2012) dalam buku (Sultoni, 2020: 12) yang menyebutkan tiga landasan dalam pelaksanaan CSR, salah satunya yaitu *corporate relations program* dalam artian kondisi terlaksananya

kegiatan CSR dengan baik sehingga terjalin kegiatan yang mendapat dukungan dari pihak manajemen puncak, terbangunnya pola hubungan dengan pihak terkait secara jelas, serta dapat memberikan efek terhadap hubungan dengan masyarakat.

Selain itu, Pemberdayaan masyarakat juga dilakukan oleh PT PLN Indonesia Power Cilegon PGU dalam upaya pengembangan masyarakat. Terbukti dengan adanya kelompok binaan yang dibina dalam berbagai aspek terutama pada aspek ekonomi untuk mencapai kondisi mandiri dan sejahtera.

Selaras dengan wewenang tentang kemitraan pada perusahaan BUMN di lingkup CSR diatur pada Permen BUMN Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Pasal 2 yang menyatakan bahwa Persero dan Perum wajib melaksanakan program kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Lingkungan (Sukaris, 2019: 34).

Sehingga dalam program pemberdayaan PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU menjalankan beberapa program yang mengandung beberapa aspek didalamnya terutama aspek ekonomi, antara lain program UMKM melalui pemanfaatan potensi lokal, Kendang Milenial Sentra Ternak atau budidaya domba Garut yang unggul dengan teknik peternakan yang menggabungkan konsep siklus peternakan hijau, energi terbarukan, dan peternakan kolektif melalui plasma rolling and sharing yang mengedepankan Inovasi Sosial Tegar Bersama, Program Bank Sampah, serta Kampung Iklim dan Tangguh Bencana.

Adanya konsep pengembangan masyarakat dengan model pemberdayaan ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat dapat meningkatkan kapasitas dan kapabilitasnya untuk keluar dari permasalahan yang dihadapinya, yaitu keluar dari lingkaran kemiskinan menuju masyarakat yang mandiri dalam

menafkahi perekonomian keluarga (Pujayanti & Mashur, 2021: 105).

Perusahaan dalam membuat rencana pemberdayaan bagi masyarakat merujuk pada proses pemetaan sosial. Hal ini sejalan dengan pendapat Gunawan & Sutrisno (2021: 8) yang mengatakan bahwa studi pemetaan sosial juga dapat menjadi rujukan bagi perusahaan-perusahaan dalam membuat rencana jangka panjang berdasarkan indikator capaian dalam tiap tahunnya melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pemetaan sosial juga dilakukan sebagai syarat untuk penilaian Proper oleh KLHK. Meskipun demikian, melakukan pemetaan sosial sebelum membuat program pemberdayaan untuk CSR adalah keputusan yang paling tepat karena output yang dihasilkan dari pemetaan sosial sangat dibutuhkan untuk menentukan program apa yang dapat direalisasikan sesuai dengan 'nilai' masyarakat.

Adapun realisasi program CSR perlu dilakukan diatas MoU. Hal ini dikarenakan dengan adanya kebijakan MoU dalam suatu program akan diketahui baik peran dan wewenang masing-masing dari pihak-pihak terkait sehingga pengorganisasian dalam program tersebut dapat dilaksanakan dengan lebih baik lagi daripada tidak menggunakan MoU (Asmara & Murwadji, 2020: 48).

Namun pengembangan masyarakat yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU dalam program pelayanan masyarakat dan hubungan masyarakat tidak terikat dengan MoU dan hanya mengandalkan rencana kerja atau proposal yang telah diseleksi berdasarkan kebijakan CSR dan juga rencana kerja yang dibuat setiap tahunnya.

PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU pada realisasinya, menerapkan juga kegiatan monitoring dan evaluasi di setiap program investasi sosialnya terutama pada

program pemberdayaan, yang dilakukan hampir tiap bulan. Selain untuk mengukur kesesuaian realita dengan rencana, kegiatan monitoring dan evaluasi juga dapat dilakukan untuk mengukur sejauh mana program telah mendekati keberhasilan.

Dan untuk mengukur keberhasilan dari program pemberdayaan tersebut, dapat diukur dari berbagai metode maupun indikator. Salah satunya melalui pengukuran dampak dengan metode SROI. Dengan kata lain, program yang disebutkan sebelumnya dapat dikatakan berhasil jika memiliki dampak yang besar atau luas.

Selain melalui pengukuran dampak menggunakan metode SROI, PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU mengukur keberhasilan suatu program CSR juga dilakukan melalui survey Indeks Kepuasan Masyarakat atau IKM.

Dalam melakukan realisasi program investasi sosial, PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU menggandeng beberapa pihak untuk bekerjasama dalam proses realisasi terutama pihak desa atau Pemerintah Desa yang menjadi sasaran program investasi sosial.

Adapun kerjasama yang dilakukan PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU dengan Pemerintah Desa biasanya hanya sekedar koordinasi terkait program yang akan direalisasikan. Hal ini tentu perlu dilakukan agar program dapat terlaksana dan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka salah satu aspek yang diperhatikan adalah harus ada koordinasi secara integratif di antara pihak terkait (Susdarwono (2020) dalam (Trisnawati et al., 2021: 118)).

Selain itu PT PLN Indonesia Power Cilegon PGU melakukan kolaborasi dengan pemerintah daerah dalam menjalankan program investasi sosial, seperti pemerintah dan lembaga kedinasan di bidang peternakan dan lingkungan

untuk menunjang program lebih berkualitas karena dengan adanya kolaborasi menandakan bertambahnya pihak yang memiliki peran untuk menjalankan program. Termasuk juga di dalamnya peran masyarakat. sehingga kolaborasi dengan masyarakat pun harus dilakukan karena masyarakat termasuk *stakeholder* yang memegang penuh keterlibatannya dalam keberhasilan suatu program CSR.

Dengan adanya program investasi sosial sebagai strategi CSR juga memberikan dampak yang cukup besar bagi perusahaan terutama pada meningkatnya citra positif perusahaan di mata masyarakat luas.

Dalam buku “Membedah Konsep dan Aplikasi CSR” oleh Yusuf Wibisono (2007) dalam [csr 4: 16] menjelaskan tentang manfaat CSR bagi perusahaan yaitu dapat tumbuh dan berkembang serta memiliki citra yang baik di mata masyarakat sehingga perusahaan mengalami keberlanjutan usaha.

Didukung oleh Oktina et al. (2020: 187) yang menjelaskan lebih jauh terkait dampak dari penerapan CSR di era sekarang, dimana banyak perusahaan berlomba meningkatkan citra, reputasi serta kredibilitasnya melalui program CSR, jika dengan CSR tersebut dapat membawa dampak positif bagi perusahaan, seperti peraih reward atau penghargaan yang menandakan bahwa memang perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk menerapkan program CSR sebaik mungkin sebagai salah satu strategi dalam meningkatkan pamor perusahaan tersebut.

Sehingga bukan sebuah kebetulan bahwa PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU selama penerapan realisasi program CSR sudah menerima banyak penghargaan dari berbagai lembaga serta memiliki citra yang positif di kalangan masyarakat setempat, diantaranya Top CSR Awards tahun 2022, 2023 dan 2024, juara II Program Kategori Lingkungan PLN TJSL

Awards 2021, penghargaan kategori "Gold" pada Indonesia Sustainable Development Goals Awards 2022 CSR Based on ISO 26000, penghargaan apresiasi dalam berkontribusi membantu korban bencana gempa di Turki tahun 2023, piagam penghargaan atas kolaborasi bakti sosial operasi katarak gratis untuk masyarakat dhuafa, penghargaan Karang Taruna Provinsi Banten atas dukungan dan kerjasama pada kegiatan bakti sosial pada tahun 2021, penghargaan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Serang atas kontribusi upaya pemberdayaan peternak dan perluasan bibit domba unggul di Kecamatan Cikeusal, dan penghargaan Pemerintah Cilegon atas kontribusi perusahaan dalam upaya pemulihan ekonomi, lingkungan, sosial dan kesehatan masyarakat di masa pandemi Covid-19.

Citra positif yang didapatkan perusahaan juga menumbuhkan kepercayaan dari masyarakat. Sejalan dengan ini dikatakan juga oleh Rahmadika et al. (2022: 7) bahwa kepercayaan masyarakat dibentuk oleh masyarakat sendiri melalui pengetahuan yang dimiliki, terkait citra, reputasi dan kualitas pelayanan perusahaan yang memiliki kekuatan untuk membentuk kepercayaan.

Kepercayaan ini tak lain berasal dari program-program pengembangan masyarakat sebagai tindakan CSR perusahaan untuk masyarakat. Maka dari itu, pengembangan masyarakat yang dilakukan oleh PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU baik program pelayanan masyarakat, hubungan masyarakat maupun pemberdayaan masyarakat berperan penting dan saling terikat satu sama lain dalam meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat serta menjaga kepercayaan masyarakat untuk jangka waktu yang lama.

Maka dari itu, pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan untuk masyarakat memiliki jangka waktu yang

panjang dengan tujuan keberlanjutan yaitu mencapai masyarakat mandiri dan meskipun program pelayanan masyarakat dan hubungan masyarakat terlihat memiliki jangka waktu yang pendek sebagai program CSR, program pelayanan dan hubungan masyarakat juga berperan penting dalam menjaga keharmonisan jangka panjang antara perusahaan dengan masyarakat.

Dengan demikian, dapat dikatakan upaya perusahaan melakukan pengembangan masyarakat dengan program pelayanan masyarakat dan hubungan masyarakat serta pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan sebagai strategi CSR oleh PT. PLN Indonesia Power Cilegon PGU karena terbukti dari realisasinya kegiatan pemberian sembako, perbaikan fasilitas umum, santunan anak yatim, bakti lingkungan, bantuan untuk korban bencana maupun untuk tanda kontribusi pada hari-hari besar seperti hari kemerdekaan dan idul adha mampu menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan serta pembentukan kelompok binaan untuk membantu meningkatkan kapasitas masyarakat hingga dapat mandiri. Dengan program tersebut tumbuh kepercayaan dan keharmonisan antara perusahaan dan masyarakat sehingga menjunjung tinggi nilai keberlanjutan. Hal ini tentu dibutuhkan dan termasuk poin penting dalam melakukan kegiatan CSR.

SIMPULAN

Investasi sosial dalam konsep CSR merupakan kegiatan CSR yang saling menguntungkan, antara perusahaan dan masyarakat dengan tujuan membangun jaringan sosial jangka panjang guna mencapai esejahteraan bersama. Ada tiga hal yang menjadi 'jantung' dari realisasi investasi sosial.

Pertama, menginventarisir masyarakat, dimana perusahaan

memberikan segala sesuatu yang dapat berbentuk uang, barang maupun kegiatan untuk menunjang pengembangan masyarakat., PT PLN Indonesia Power Cilegon PGU, baik secara suka rela maupun inisiatif berupaya untuk menginventarisir masyarakat melalui program pelayanan masyarakat dan hubungan masyarakat terbukti dari terealisasinya kegiatan pemberian sembako, perbaikan fasilitas umum, santunan anak yatim, bakti lingkungan, bantuan untuk korban bencana maupun untuk tanda kontribusi pada hari-hari besar seperti hari kemerdekaan dan idul adha sehingga masyarakat dapat merasakan manfaat dan dampak langsung dari adanya program tersebut, karena itu pengembangan masyarakat dapat sekaligus terealisasi. Kedua program tersebut juga memiliki keterkaitan satu sama lain dimana hubungan masyarakat dapat tercipta ketika pelayanan masyarakat dilakukan dan sejalan dengan merealisasi program hubungan masyarakat dapat sekaligus memberikan pelayanan kepada masyarakat sehingga dinilai cukup efektif dan efisien untuk dijadikan sebagai strategi CSR oleh perusahaan.

Kedua, memberdayakan masyarakat berdasarkan hasil pemetaan sosial. Merealisasikan program pemberdayaan dapat memberikan manfaat atau dampak yang lebih luas dan lebih berjangka panjang sehingga masyarakat dapat meningkatkan kualitas hidupnya dan mampu untuk menafkahi perekonomian keluarga serta keluar dari lingkaran kemiskinan dan mendapat kesejahteraan serta kehidupan yang lebih baik. Hal ini mengandung prinsip berkelanjutan dari CSR, dimana masyarakat akan tetap menjalankan kegiatannya secara mandiri tanpa bergantung kepada perusahaan.

Ketiga, menguatkan jaringan. Perusahaan tidak bisa menjalankan kegiatan CSR sendiri, maka dari itu penting untuk menjaga hubungan jaringan

dengan stakeholder terkait. PT PLN Indonesia Power Cilegon PGU membangun jaringan dengan Pemerintah Desa dan lembaga pemerintah luar desa, seperti Dinas Peternakan dan KLHK dengan bekerja sama dalam realisasi kegiatan CSR. Selain akan menunjang program yang sesuai dengan rencana dan harapan, segala bentuk kerja sama, koordinasi dan kolaborasi penting dilakukan tak hanya untuk mendapat citra positif, melainkan juga untuk menguatkan jaringan antar stakeholder dan sebagai pendukung bagi masyarakat dalam keberlanjutan program.

Selain mengandung prinsip keberlanjutan karena mengedepankan jangka panjang kegiatan, investasi sosial juga dinilai cukup efektif dan efisien untuk dijadikan sebagai strategi CSR oleh perusahaan karena setiap kegiatannya saling berkaitan dalam mendorong pengembangan masyarakat dan berusaha menciptakan manfaat atau dampak yang luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, T. T. P., & Murwadji, T. (2020). Telaah Yuridis Penerapan Konsep Quadruplehelix Pada Pelaksanaan CSR Bagi UMKM. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 17(1), 38. <https://doi.org/10.54629/jli.v17i1.579>
- Brigita, Dimas, Marina, & Anafiati, I. (2020). Tanggung Jawab UP. Parno KEPADA Masyarakat di Karang Asem, Pongjong, Gunung Kidul. *Jurnal Rekayasa Lingkungan*, 20(2), 1–8.
- Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2020). Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 4(1), 1.

- <https://doi.org/10.25072/jwy.v4i1.328>
- Dwi Haryanti. (2021). Program Corporate Social Responsibility Kompas Gramedia Berdasarkan Triple Bottom Line. *Focus Jurnal Pekerjaan Sosial*, 4. <https://doi.org/10.24198/focus.v4i1.33815>
- Hendriyani, R., & Chusna, K. dkk. (2019). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*.
- Kartika, O., & Dewi, T. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Debt to Equity R Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012-2016. *Prosiding Eknomi dan Kreatif di Era Digital*, 1(1).
- M. O. Royani. (2010). Investasi Sosial. *Jurnal Penyuluhan*, 2(2), 84–91. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jupe/issue/view/295>
- MA Hamid Labetubun, Lucky Nugroho, Dahlia Pinem, Mukhtadi Mukhtadi, James Sinurat, Pusporini Pusporini, Hesti Umiyati, Yani Hendrayani, Kasful Anwar, Fensca Fenolisa Lahallo, Peti Sri Rahayu, Daelami Ahmad, & Selamat Lumban Gaol. (2022). *CSR Perusahaan “Teori Dan Praktis Untuk Manajemen Yang Bertanggung Jawab.”* Penerbit Widina.
- Parhusip, M., Winarno, E., Nursanto, E., & Magister Teknik Pertambangan UPN, P. (2022). Implementasi Investasi Sosial Sektor Industri Pertambangan Implementation of Social Investment in the Mining Industry Sector. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2. <https://doi.org/10.36418/comserva.v2i6.354>
- Pujayanti, T., & Mashur, D. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program CSR PT. PJB UBJOM PLTU Tenayan di Kelurahan Industri Tenayan. *Jurnal Studi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 101–116. <https://doi.org/10.35912/jasispol.v1i2.551>
- Rahmadika, H., Muhd, &, & Riauan, A. I. (2022). Manajemen Corporate Social Responsibility GraPari Kota Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. *Journal of Communication Management and Organization Juni*, 1(1), 1–13.
- Sukaris, S. (2019). Implementasi Corporate Social Responsibility Berbasis Kebutuhan Masyarakat. *Jurnal Manajerial*, 6(2), 30. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v6i2.972>
- Sulton, M. H. (2020). *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)* (A. Wafi, Ed.). Duta Media Publishing.
- Trisnawati, L., Syamsuadi, A., Hartati, S., & Reskiyanti, I. (2021). Koordinasi Pemerintah dan Swasta dalam Program Corporate Social Responsibility (CSR) School Improvement di Kabupaten Pelalawan. *Journal of Governance and Local Politics*, 3(2), 115–123. <http://journal.unpacti.ac.id/index.php/jglp/index>
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Penerbit Gawe Buku.