

ANALISIS PROGRAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PETANI MAJU 4.0 PT PERTAMINA HULU MAHAKAM BSP BERBASIS *CREATING SHARED VALUE* (CSV)

Bimby Gita Rama Putri

Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran,
bimby18001@mail.unpad.ac.id

Santoso Tri Raharjo

Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial dan Pengembangan Masyarakat, Universitas Padjadjaran,
santoso.tri.raharjo@unpad.ac.id

Risna Resnawaty

Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial dan Pengembangan Masyarakat, Universitas Padjadjaran,
risna.resnawaty@unpad.ac.id

ABSTRAK

Permasalahan sosial yang terjadi seperti bertambahnya angka pengangguran, minimnya regenerasi petani, dan rendahnya kapasitas petani dalam mengelola sistem pertanian membuat PT Pertamina Hulu Mahakam Lapangan BSP menciptakan program inovasi sosial bernama Petani Maju 4.0 berbasis *Creating Shared Value* (CSV). CSV adalah sebuah konsep dalam strategi bisnis yang menekankan pada pentingnya memasukkan masalah dan kebutuhan sosial dalam perancangan strategi perusahaan. CSV merupakan pengembangan dari konsep CSR. Penelitian kali ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penerapan program Tanggung Jawab Sosial PT Pertamina Hulu Mahakam Lapangan BSP berbasis konsep CSV dalam menciptakan manfaat bersama. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dengan cara studi literatur. Hasil dari penelitian kali ini, dalam implementasinya program CSV PHM-BSP berhasil mendorong peningkatan perekonomian warga, serta meminimalisir resiko kerusakan lingkungan dari sistem pertanian yang dijalani. Hal tersebut didukung dengan kapasitas kelompok tani yang dikembangkan dan dilatih PHM-BSP. Di sisi lain manfaat yang diperoleh perusahaan secara ekonomis dan sosial karena berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan karena menciptakan lapangan perekonomian, dan turut menjaga pelestarian lingkungan melalui pemanfaatan limbah organik. Perusahaan mencoba untuk menyelaraskan kewajiban tanggung jawab sosialnya dengan strategi bisnis yang akan dicapai oleh perusahaan.

Kata Kunci: Pertamina Hulu Mahakam; *Corporate Social Responsibility* (CSR); *Creating Shared Value* (CSV)

ABSTRACT

Social problems that occur such as increasing unemployment, lack of farmer regeneration, and low capacity of farmers in managing the agricultural system have made PT Pertamina Hulu Mahakam Field BSP create a social innovation program called Farmers Maju 4.0 based on Creating Shared Value (CSV). CSV is a concept in business strategy that emphasizes the importance of including social problems and needs in the design of corporate strategy. CSV is a development of the CSR concept. This study aims to identify and analyze the implementation of the Social Responsibility program carried out by PT Pertamina Hulu Mahakam Field BSP based on the CSV concept in creating mutual benefits. The type of research used in this research is descriptive qualitative. The type of data used in this study is secondary data, which was obtained by means of a literature study. The results of this research, in its implementation the PHM-BSP CSV program has succeeded in encouraging the improvement of the residents' economy, as well as minimizing the risk of environmental

damage from the agricultural system being undertaken. This is supported by the capacity of farmer groups developed and trained by PHM-BSP. On the other hand, the company benefits economically and socially because it contributes to sustainable development because it creates jobs, and helps protect the environment through the use of organic waste. The company tries to align its social responsibility obligations with the business strategy to be achieved by the company.

Key words: *Pertamina Hulu Mahakam; Corporate Social Responsibility (CSR); Creating Shared Value (CSV)*

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi dilakukan oleh pelaku-pelaku ekonomi, baik oleh individu dalam suatu perusahaan maupun badan-badan usaha, baik yang sudah mempunyai kedudukan sebagai badan hukum atau bukan badan hukum, yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Keberadaan perusahaan berpotensi besar mengubah lingkungan masyarakat. Pada dasarnya suatu perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mencapai laba atau keuntungan yang optimal. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan selalu berusaha mencari peluang dan kesempatan untuk melakukan sesuatu yang dapat memberikan nilai tambah, agar tujuan perusahaan tercapai. Namun, untuk mencapai tujuan itu ada dampak yang ditimbulkan, baik dampak negatif maupun dampak positif. Oleh karena itu perusahaan perlu mencegah dampak yang merugikan masyarakat, yang selanjutnya dapat memicu konflik dengan masyarakat dan mengganggu jalannya aktivitas perusahaan dan masyarakat.

Berbagai dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang timbul akibat berdirinya suatu kawasan industri, mengharuskan perusahaan memberikan kontribusi nyata untuk bertanggung jawab dalam melindungi kelestarian lingkungan hidup dan peningkatan kesejahteraan sosial, terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang ekstraktif yang memiliki tanggung jawab terhadap sumber daya yang diolah dari alam.

Pemerintah sendiri telah menerapkan kebijakan yang tertera dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 Ayat (1) mengenai perseroan terbatas, yang berisi tentang:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Peran dunia usaha dalam memberikan pelayanan kesejahteraan sosial sebagai aktualisasi kepedulian sosialnya merupakan bagian dari aktivitas usahanya dalam bentuk Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Suharto (2007:103-104) mengemukakan bahwa konsep CSR muncul oleh kecenderungan pada masyarakat industri yang kurang memedulikan masyarakat

sekitar.¹ Kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan membutuhkan pemahaman yang baik dan mendalam mengenai kondisi masyarakat setempat dimana kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan tersebut diwujudkan (Hadiyana et al., 2021).

CSR merupakan salah satu bagian strategi bisnis jangka panjang sebuah perusahaan. Dalam melaksanakan aktivitasnya jika perusahaan ingin meningkatkan profit dan menjaga keberlanjutan usahanya, maka perusahaan harus mendasarkan keputusannya tidak semata-mata hanya memperhatikan aspek ekonominya saja, tetapi juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusan itu karena ketiganya memiliki pengaruh yang erat satu sama lain.

Salah satu bentuk usaha CSR adalah kecenderungan perusahaan dan industri besar yang menggunakan metode *community development* seperti pendampingan dan pemberdayaan masyarakat dalam sisi sosial ekonomi. Hal ini sejalan dengan tujuan dari CSR, yaitu untuk memberdayakan masyarakat agar masyarakat berdaya dan mandiri dengan adanya program atau agenda kegiatan dari perusahaan. Contoh lainnya adalah adanya perusahaan yang baik secara tetap dan rutin maupun tidak tetap menjadi donatur bagi usaha kesejahteraan sosial oleh lembaga filantropi tertentu (Soetomo, 2015).

Usaha kesejahteraan sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan berhasil dinilai sebagai “pemberdayaan masyarakat” apabila kelompok komunitas atau masyarakat tersebut menjadi agen pembangunan atau dikenal juga

sebagai subyek. Disini subyek merupakan motor penggerak, dan bukan penerima manfaat (*beneficiaries*) atau obyek saja (Nurwulan, 2019).

Konsep yang menempatkan masyarakat termasuk pemangku kepentingan (pemasok) sebagai mitra, sesama “subyek” adalah konsep dari CSV (*Creating Shared Value*). *Creating Shared Value* merupakan pelengkap dari konsep tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan/ CSR. CSV adalah sebuah konsep yang mengharuskan perusahaan memainkan peran ganda, yaitu menciptakan nilai ekonomi (*economic value*) dan nilai sosial (*social value*) secara bersama-sama (*shared*), tanpa adanya pengecualian dari kedua nilai tersebut. Tujuan utama dari konsep CSV adalah menjadikan tanggung jawab sosial perusahaan saat ini bukan sebagai beban yang mengurangi laba perusahaan, akan tetapi telah bertransformasi menjadi investasi yang menjanjikan di masa depan (Crane et al., 2014).² Dalam hal ini, perusahaan yang memadukan kepentingan secara ekonomi serta menjalankan tanggung jawab sosialnya dapat membantu terhadap keberlanjutan perusahaan di masa mendatang.

PT Pertamina Hulu Mahakam (PHM) merupakan salah satu anak perusahaan PT Pertamina Hulu Indonesia (PHI) yang melaksanakan pembinaan dan pengembangan material sumur pengeboran buatan dalam negeri kepada beberapa produsen di Indonesia. PHI memiliki komitmen dalam mengelola dampak dari kegiatan bisnis dan operasi minyak dan migas terhadap masyarakat serta keinginan PHI untuk mengembangkan perekonomian dan kemandirian masyarakat di

¹ Yumna, N. T., Santoso, S. T., & Risna Resnawaty. (2019). Strategi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Csr) Pt Pertamina Melalui Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan Dalam Pertamina Sehat. *Share : Social Work Journal*, 8(2), 219. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20083>

² Abdul Manan (2020) *Implementasi Creating Shared Value (CSV) dalam Perumusan Kebijakan Departemen CSR di PT Semen Gresik Pabrik Rembang*. Thesis thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA.

sekitar wilayah kerja Perusahaan di Kalimantan Timur.

Pertamina Hulu Mahakam Lapangan BSP salah satu *stakeholder* yang memiliki kepedulian terhadap masyarakat di sekitar operasi lapangan PHM-BSP. Sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, PHM-BSP membuat Program Kampung Mahakam Lestari berbasis keunggulan potensi lokal menuju kemandirian dan keberlanjutan. Salah satu program unggulannya adalah program Petani Maju 4.0.

Latar belakang program CSR Petani Maju 4.0 PHM BSP muncul karena adanya masalah sosial pengangguran yang terjadi akibat pengurangan jumlah pegawai di sektor industri ekstraktif. PHM Lapangan BSP melihat adanya potensi besar yang bisa dijadikan alternatif untuk mengatasi masalah tersebut. Potensi itu berupa lahan tidur yang belum dimanfaatkan untuk dijadikan area pertanian oleh masyarakat. Budaya bertani yang sudah lama ditinggalkan dan ilmu bercocok tanam sudah dilupakan.

Keunikan dari Program Petani Maju 4.0 adalah adanya kebaruan sistem berupa pertanian pertakultur dengan pengelolaan lahan ramah lingkungan adaptasi sistem Permakultur. Selain itu mengedepankan aspek kebermanfaatan dan kemandirian bersama. Gagasan di balik konsep Pertakultur adalah upaya untuk mengadopsi sistem Permakultur dengan penyesuaian berbasis lokalitas yang ada di Kalimantan. Prinsip dasar sistem Pertakultur ditujukan untuk menjaga keberlanjutan lingkungan. Pelaksana sistem pertanian Pertakultur ini adalah para pemuda

Pada dasarnya, program Petani Maju 4.0 dirancang untuk membawa generasi muda kembali bertani. Kondisi kaum muda yang menganggur, tidak tertarik dengan pertanian,

serta memiliki kemampuan terbatas adalah persoalan.

Tahapan penguatan dan pengembangan kapasitas kelompok adalah langkah awal dalam menjalankan program. Untuk itu, PHM aktif memberikan pelatihan dan pendampingan kader pemuda dan wanita tani. Pada tahun 2019, lima orang perwakilan dikirim ke Bumi Langit Institute Yogyakarta untuk belajar tentang pertanian Permakultur. Kelimanya menjadi pionir dalam pelaksanaan program untuk mewujudkan pertanian yang ramah lingkungan dan mengurangi tingkat pengangguran.

PHM Lapangan BSP berupaya menciptakan inovasi sosial melalui program yang mendasarkan pada kaidah-kaidah pemberdayaan masyarakat yang bersifat *bottom-up*, desentralistik dan variasi lokal sebagaimana yang dibahas Soetomo dalam Tsamara et al (2019). Maka dari itu, artikel ini akan membahas terkait implementasi konsep CSV dalam Program Petani Maju 4.0 PT Pertamina Hulu Mahakam Lapangan BSP yang dalam pelaksanaan programnya memberikan kewenangan kepada masyarakat untuk menjadi subyek pembangunan.

KERANGKA TEORI

Teori Corporate Citizenship

Salah satu teori CSR yang dianalisis oleh Garriga & Mele (2004) adalah teori *corporate citizenship*. Secara historis, teori ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1980an oleh praktisi dalam bisnis dan hubungan masyarakat. Eilbirt dan Parket, pada tahun 1970an, mencermati pengertian yang lebih baik dari tanggung jawab sosial, dengan menggunakan istilah '*good neighborliness*', yang tidak jauh dari istilah '*good citizen*'. Menurut kedua ahli ini ada dua makna yang

terkandung pada istilah ‘*good neighborliness*’. Pertama, ‘tidak merusak lingkungan’, dan kedua ‘komitmen bisnis secara umum, terhadap peran aktif dalam solusi masalah sosial secara luas, seperti diskriminasi rasial, polusi, transportasi atau pelemahan daerah urban’ (Eilbirt dan Paret dalam Mele, 2008:69) (Prayudi, n.d.).

Teori *corporate citizenship* menekankan bahwa perusahaan, layaknya sebagai warga negara, tentunya memiliki hak dan kewajiban. Artinya ketika perusahaan menjalankan aktivitas usahanya dalam rangka memperoleh keuntungan, maka saat bersamaan seharusnya perusahaan mempertimbangkan kewajibannya untuk memperhatikan komunitas dan lingkungan dimana mereka beroperasi.

Teori ini difokuskan pada hak, tanggung jawab dan kemungkinan kemitraan bisnis dalam masyarakat. Perusahaan yang menerapkan teori ini, tidak hanya menganggap masyarakat sebagai pemangku kepentingan atau sasaran dalam kebijakan CSR-nya, tetapi juga memberikan perhatian pada *stakeholder* lain, seperti karyawan.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pada tahun 2010 dikeluarkan ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility* yakni panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial. ISO 26000 sebagai instrumen internasional berisikan prinsip-prinsip yang bisa diterapkan dalam pelaksanaan CSR bagi seluruh perusahaan. Mengacu pada ISO 26000, tanggung jawab sosial perusahaan diterjemahkan sebagai tanggung jawab sebuah organisasi atas

dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan aktivitas perusahaan yang ditujukan kepada masyarakat dan lingkungannya melalui bentuk perilaku etis dan transparan, yang³:

1. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
2. Memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*;
3. Taat dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional;
4. Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Dalam ISO 26000, CSR dapat dilakukan di seluruh jenis organisasi perusahaan maupun non perusahaan, termasuk Perseroan Terbatas, Firma Hukum, Yayasan, dan Perkumpulan.⁴

Corporate Social Responsibility mengandung nilai etis dan filantropis dalam rangka kesejahteraan masyarakat. Menurut Carroll (2001), perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab sosial ekonomis saja, melainkan juga tanggung jawab legal, etis, dan filantropis: 1) Tanggung jawab ekonomis. Pada dasarnya motif utama perusahaan adalah mencari profit sebanyak mungkin untuk senantiasa bertahan dan berkembang. Apabila perusahaan dapat memenuhi ekspektasi laba bahkan melampauinya, maka tentunya perusahaan akan mampu membuat program pelayanan sosial yang membantu ekonomi masyarakat maupun lingkungan; 2) Tanggung jawab hukum. Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya harus menaati hukum yang berlaku sesuai hukum di tempat perusahaan menjalankan usahanya. Carroll menjelaskan pula bahwa penting bagi perusahaan berkinerja

³ Abdul Manan (2020) *Implementasi Creating Shared Value (CSV) dalam Perumusan Kebijakan Departemen CSR di PT Semen Gresik Pabrik Rembang*. Thesis thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA.

⁴ Maria R Nindita Radyati, “Salah Kaprah CSR”, dalam <https://mediaindonesia.com/read/detail/48278-salah-kaprah-csr-1>, Akses 10 Desember 2021

sesuai dengan harapan pemerintah dan hukum, menjadi perusahaan yang tata aturan, dan menyediakan barang dan jasa yang memenuhi persyaratan hukum; 3) Tanggung jawab etis. Perusahaan memiliki

Kewajiban untuk menjalankan usahanya secara benar dan adil. Tanggung jawab etis berusaha mewujudkan berbagai standar, nilai, prinsip, dan harapan yang mencerminkan dan menghormati hak konsumen, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat. Termasuk menaati norma-norma masyarakat yang perlu menjadi rujukan bagi pelaku usaha; 4) Tanggung jawab filantropis. Selain perusahaan harus menghasilkan keuntungan, mematuhi hukum, dan berperilaku etis, perusahaan juga dituntut harus memberi kontribusi yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Filantropi perusahaan mencakup semua bentuk pemberian perusahaan seperti sumbangan uang, sumbangan produk dan layanan, kesukarelaan oleh karyawan dan manajemen, serta kegiatan pengembangan masyarakat untuk komunitas atau kelompok pemangku kepentingan yang membentuk masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan bersama.

Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada banyak alasan dan persyaratan, yang merupakan kombinasi antara faktor internal dan faktor eksternal. Frynas (2009) menemukan bahwa pertimbangan perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR umumnya karena alasan-alasan berikut:

- 1) Untuk memenuhi regulasi, dan hukum yang berlaku
- 2) Sebagai investasi sosial perusahaan untuk mendapatkan citra positif dari publik
- 3) Sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan

- 4) Untuk memperoleh izin beroperasi dari masyarakat setempat
- 5) Bagian dari manajemen resiko perusahaan untuk meredam dan menghindari terjadinya konflik sosial

Menurut (Budiarti & Raharjo, 2014), konsep CSR setidaknya mengacu pada dua landasan yaitu berasal dari etika bisnis (berdasarkan agama, budaya, atau etika kebaikan) dan dimensi sosial dari aktivitas bisnis perusahaan. Dari penjelasan tersebut, penjabaran inti konsep CSR adalah sebagai berikut:

- 1) Perusahaan harus mempunyai perhatian terhadap persoalan sosial dan lingkungannya;
- 2) Berdasarkan prinsip sukarela;
- 3) Kegiatan bisnis dan interaksi dengan pemangku kepentingan harus memperhatikan persoalan sosial dan lingkungan.

Definisi lain mengenai CSR yang dikemukakan oleh *Philippine Business for Social Progress* menyatakan,

CSR adalah prinsip bisnis yang mengusulkan bahwa kepentingan jangka panjang bisnis terlayani dengan baik ketika keuntungan dan pertumbuhan dicapai sejalan dengan perkembangan komunitas, perlindungan dan keberlanjutan lingkungan, serta kualitas hidup masyarakat.

Menurut Moon et al. (2011), perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) termasuk dalam kategori “*Good Corporate*”, namun untuk mencapai hasil yang lebih baik perusahaan harus menjadi “*Smart Corporate*” yakni dengan mempraktikkan etika bisnis untuk

meningkatkan manfaat sosial, sambil mempertahankan manfaat perusahaannya.

Tanggung jawab perusahaan secara sosial tidak terbatas pada konsep pemberian donor saja, tetapi konsepnya sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif. Hal tersebut bukan hanya dikeluarkan dari perusahaan, tetapi merupakan hak dan kewajiban bersama di antara *stakeholders* yang terlibat. Konsep *corporate social responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta masyarakat setempat (lokal).

CSR berbicara tentang kolaborasi bisnis, pemerintah dan masyarakat sipil hasil akhirnya adalah pencapaian situasi win-win antara entitas ini. Kemitraan ini adalah bentuk tanggung jawab bersama secara sosial dan *stakeholder*. Kemitraan ini dimaksudkan bukan lagi menjadi penyangga bagi organisasi, tetapi menciptakan peluang dan pembagian keuntungan bersama, tidak menciptakan persaingan negatif yang berpengaruh pada tujuan jangka panjang dan pambunan berkelanjutan perusahaan (Prayudi, n.d.).

Dengan demikian, secara etika, CSR perusahaan harus menggunakan pendekatan "*triple bottom line*", yaitu memasukkan 3 aspek penting (3P) yakni *profit* tentang bagaimana perusahaan memperoleh keuntungan, *people* menekankan kepada tanggung jawab dalam memberikan hak-hak yang dimiliki oleh masyarakat, dan *planet* menjaga kelestarian dan keragaman hayati di sekitar perusahaan berdiri. Konsep ini menyatakan bahwa perusahaan harus bisa berkontribusi terhadap keberlanjutan perusahaan sekaligus tidak merusak keberlanjutan lingkungan dan masyarakat.

Konsep *Creating Shared Value*

Konsep CSV pertama kali diperkenalkan oleh Porter dan Kramer pada tahun 2011 yang merespon terhadap dunia usaha yang disebabkan oleh dua hal. Pertama, pelaku bisnis dipandang sebagai pihak yang mendorong terjadinya penyebab masalah sosial, lingkungan, dan ekonomi. Kedua, program-program konvensional dalam rangka (tanggung jawab sosial perusahaan/CSR) masih didominasi jenis program karitatif saja, tidak menyeluruh dalam rangka mendukung penghidupan masyarakat yang mandiri dan berkelanjutan.

Konsep CSV didasari pada ide adanya hubungan interdependen antara bisnis dan kesejahteraan sosial. CSV merupakan evolusi strategi baru dalam konsep pengembangan usaha yang melengkapi strategi filantropi, CSR dan keberlanjutan perusahaan (Bockstette dan Stamp, 2011; Leth and Hems 2013).⁵

Creating Shared Value (CSV) merupakan kebijakan dan proses teknis operasional yang meningkatkan daya saingnya sekaligus memajukan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat di sekitar tempat mereka beroperasi (Ramadhanti, 2017). CSV berorientasi pada solusi pemecahan masalah sosial yang selaras dengan usaha untuk menghasilkan keuntungan ekonomi. Tidak hanya benefit sosial semata, tetapi juga ada nilai keuntungan ekonominya.

CSV lebih berfokus pada kegiatan-kegiatan pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk menciptakan kemandirian di masyarakat dan mampu mengubah konsep bisnis di dalam perusahaan tidak semata-mata mencari keuntungan melainkan memasukkan

⁵ Fadhlillah, Ramadhanti. (2017) *Analisis pengembangan biogas berbasis creating share value (csv) perusahaan gas negara di ciherang bogor*. Masters thesis, Institut Pertanian Bogor.

permasalahan sosial di lingkungan perusahaan sebagai tantangan bisnis yang harus dikelola oleh perusahaan menjadi sebuah peluang yang nantinya akan menciptakan kebermanfaatannya bagi semua pihak.

Program tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat CSV (*Creating Shared Value*) yaitu berbasis supply chain (rantai pasok). Artinya, program itu terdapat nilai bersama dan menciptakan hubungan simbiosis mutualisme antara perusahaan, masyarakat, dan juga alam.

Dari penjelasan definisi di atas, *Creating Shared Value* (CSV) dan CSR sebenarnya memiliki konsep yang tak jauh berbeda, bahkan mirip—yakni berorientasi pada program tanggung jawab sosial perusahaan untuk kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Perbedaan utama antara keduanya bahwa CSR berbicara tentang *responsibility*, sedangkan CSV sudah berada pada penciptaan nilai bersama atau *creating value*.⁶ CSR lebih fokus pada kepatuhan mengenai peraturan yang relevan, dan kederewanan yang memiliki tujuan utama untuk meningkatkan reputasi perusahaan, maka CSV sebagai paradigma baru menyerukan adanya integritas menyeluruh antara aspek bisnis perusahaan dan lingkungan sosialnya. (Kitzmueller & Shimshak, 2012).⁷ Dalam merespon tanggung jawab sosialnya kedua konsep ini memiliki motivasi yang berbeda. Jika pelaksanaan CSV didorong oleh faktor internal dan perusahaan harus bersifat proaktif. Beda lagi dengan konsep CSR, yang berpandangan bahwa perusahaan yang responsif yaitu perusahaan yang didorong oleh faktor eksternal.⁸

Perusahaan yang mengembangkan konsep CSV melibatkan tidak hanya pemetaan sosial untuk solusi pemecahan masalah sosial saja, tetapi juga berfokus pada aktivitas bisnis utama perusahaan. Adanya optimasi keterlibatan multistakeholder yang mana berkaitan dengan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. CSV bukanlah tentang filantropi, melainkan bagian dari strategi bisnis yang mencari optimasi keterlibatan pemangku kepentingan lain mata rantai usaha, sebagai upaya penciptaan nilai bagi para pemangku kepentingan dan perusahaan (Fitrianti, 2017). Dalam hal ini, aspek bisnis dan pemenuhan masalah sosial dapat dilakukan beriringan oleh perusahaan. Melalui CSV, perusahaan dapat membuktikan dirinya bermanfaat secara ekonomi, sosial dan lingkungan untuk masyarakat luas, dan membantu memecahkan masalah sosial yang ada.

METODE

Dalam penulisan artikel ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan penelitian yang menekankan pada pencarian informasi, pengumpulan data, yang kemudian diinterpretasikan dan dianalisis. Menurut Moleong, penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2008). Dalam penelitian kualitatif, peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk

⁶Fitrianti, W. (2017). PENGEMBANGAN MODEL CREATING SHARED VALUE MELALUI PEMBINAAN PETANI KECIL SWADAYA DALAM INDUSTRI KELAPA SAWIT. *Seminar Nasional Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 10.

⁷ Abdul Manan (2020) *Implementasi Creating Shared Value (CSV) dalam Perumusan Kebijakan Departemen CSR di PT Semen Gresik Pabrik Rembang*. Thesis thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA.

⁸ *Ibid.*

menggambarkan secara tepat kondisi suatu fenomena realitas sosial.

Sumber data yang digunakan adalah: 1) Sumber data primer yaitu referensi yang menjadi sumber utama acuan penelitian. Dalam penelitian ini, sumber primer yang digunakan adalah hasil penelitian dari jurnal/artikel ilmiah dan laporan mengenai program CSR PT Pertamina Hulu Mahakam BSP; dan 2) Sumber data sekunder, yaitu sumber data pendukung untuk melengkapi sumber data primer. Sumber sekunder didapatkan melalui portal berita.

Proses pengumpulan data dalam penelitian studi kepustakaan ini menggunakan bahan-bahan literatur yang telah dicari, dipilih, disajikan, dan dinalisis. Secara spesifik, studi kepustakaan ini ditujukan untuk memperoleh gambaran yang luas berdasarkan pada teori dan konsep yang ditetapkan dimana penulis melakukan analisa mengenai tanggung jawab sosial PT Pertamina Hulu Mahakam yang khususnya terkait dengan Program Pemberdayaan Masyarakat Petani Maju 4.0. Penulis juga menggunakan hasil-hasil penelitian yang pernah ada sebelumnya yang relevan dengan tujuan untuk menghimpun data.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data berupa analisis konten isi (*content analysis*). Dalam hal ini, peneliti memahami konten atau isi bahan-bahan literatur seperti jurnal/artikel ilmiah, berita-berita, dan hasil penelitian, terkait konsep CSR, CSV, dan program Petani Maju 4.0 PT dalam implementasinya menerapkan konsep CSV. Pertamina Hulu Mahakam BSP, kemudian menarik kesimpulan terkait dengan itu.

HASIL PENELITIAN

Pertamina Hulu Mahakam adalah anak usaha PT Pertamina Hulu Indonesia yang juga

sebagai salah satu entitas perusahaan Subholding Upstream Pertamina Regional Kalimantan. Sejak 1 Januari 2018, PT Pertamina Hulu Mahakam selaku Operator dari Wilayah Kerja (WK) Mahakam melihat amanat Pengelolaan WK Mahakam sebagai tugas negara yang akan dijalankan dengan sebaik-baiknya sesuai tugas pokok dan fungsi Pertamina sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Program pengembangan masyarakat Petani Maju 4.0 PHM Lapangan BSP telah dilaksanakan sejak tahun 2018. Program ini muncul untuk menjawab permasalahan sosial yang ada di wilayah pengembangan masyarakat PHM Lapangan BSP. Program ini dimulai dengan membuat pemetaan sosial dan identifikasi terkait permasalahan yang ada di wilayah pengembangan masyarakat perusahaan. Identifikasi permasalahan sosial dilakukan dengan menggunakan teknik *social mapping* dan *focus grup discussion*.

Permasalahan yang muncul di PHM Lapangan BSP adalah isu pengangguran usia muda, minimnya regenerasi petani dan potensi kerusakan lingkungan karena kurangnya pemahaman masyarakat akan pola pertanian yang ramah lingkungan. Pada sisi lain, terdapat potensi pengembangan di bidang pertanian dengan cukup banyaknya ketersediaan lahan tidur yang belum dikelola secara optimal oleh masyarakat. Berangkat dari isu tersebut, PHM-BSP melalui Program Petani Maju 4.0 berupaya untuk melakukan pemberdayaan petani serta fasilitasi pengembangan pengelolaan usaha pertanian yang didukung oleh bantuan sarana prasarana penunjang usaha pertanian, pembentukan kelompok tani, pelatihan dan pendampingan kelompok tani, dan pelibatan instansi pemerintah terkait dan

potensi dunia usaha (Irma Juniar Nainggolan dan Dony Indrawan, 2020).

Petani Maju 4.0 yang dikembangkan PHM bersama mitra binaan ini memiliki keunikan. Pertama, adanya kolaborasi petani muda dan tua. Kedua, inovasi dekomposer “biotasuke” dari limbah organik, dan integrasi teknologi dan pertanian.

Kebaruan pada program Petani Maju 4.0 terletak pada sistem pertanian Pertakultur. Nama Pertakultur memiliki arti pertanian yang dijalankan Pertamina. Kata “Perta” ialah sinonim dari “Pertamina” yang berarti energi dan “Kultur” berarti pertanian sehingga Pertakultur memiliki makna “Pertanian Pertamina yang memberikan energi kepada para petani”.

Konsep sistem pertanian Pertakultur muncul karena adanya identifikasi masalah dari masyarakat yang tinggal di Kelurahan Sanipah, Kecamatan Samboja. Para petani mengalami kesulitan berkaitan dengan sistem pertanian yang dijalani. Ditambah lagi kurangnya kesadaran anak-anak muda akan pentingnya pertanian membuat anak muda tidak mau untuk menjadi petani. Pendekatan *bottom-up* pola kedua dijalani dalam mengatasi masalah tersebut. Di tahun 2019, diadakan diskusi antara PHM Lapangan BSP dan petani yang menghasilkan kesepakatan terkait bagaimana menjalankan pertanian lingkungan dengan sistem Pertakultur.

Berangkat dari identifikasi masalah yang dijelaskan di atas, PHM menargetkan para pemuda dalam implementasi program karena mereka memiliki potensi yang diharapkan dengan kemauan dan kemampuan yang mereka punya dapat meneruskan budaya bertani. Pertamina Hulu Mahakam Lapangan BSP melalui program Petani Maju 4.0 mengubah mindset anak muda untuk menjadi

produktif di tanah sendiri dan menjaga kelestarian hidup. Sehingga dengan adanya program ini, generasi muda dapat membuka usaha yang membantu kebutuhan hidupnya.

Selain inovasi program yang hadir untuk mengurangi permasalahan dengan berbasis pada potensi lokal, program juga diusung dengan tujuan membuat sistem yang ramah lingkungan dan berlaku adil untuk alam. Konsep Permakultur proses pengelolaan pertanian yang tidak merusak alam dan berkelanjutan guna meminimalkan dampak suatu kawasan kebun terhadap lingkungan sekitarnya. Permakultur akan membuat petani melakukan penanaman dengan cara yang ramah lingkungan, baik pengairan maupun penggunaan pupuk. Operasional metode pertanian Permakultur memanfaatkan potensi sumber daya sekitar dengan cara *reuse to useful*. Permakultur ini menggunakan pupuk organik yang diproduksi sendiri oleh kelompok petani dan memanfaatkan limbah sawit sebagai media tanam. Hal tersebut mampu memberikan dampak perbaikan lingkungan, mulai dari pengurangan penggunaan bahan kimia, penghematan penggunaan air serta mengurangi emisi sebesar 163,6 CH₄ pada tahun 2020 dengan penggunaan limbah organik yang berasal dari alam.

Untuk menunjang keberlangsungan program Petani Maju 4.0, perusahaan memberikan kebutuhan dasar kelompok tani berupa pupuk, skema irigasi, dan peluang perluasan pasar. Selain itu, PHM juga membina kelompok-kelompok tani yang menguasai pengetahuan bertani dengan teknik pertakultur. Contohnya: limbah pertanian dan peternakan diolah menjadi pupuk organik secara mandiri yang saat ini telah mampu memproduksi pupuk organik cair (PCO)

hingga 500 liter per bulan. PCO ini juga digunakan untuk pemupukan dalam proses penyemaian tumbuhan langka di *greenhouse* BSP untuk mendukung program keanekaragaman hayati. Saat ini, petani yang berada dalam naungan PHM bisa mengurangi penggunaan pupuk kimia.

Bimbingan dan pelatihan berkaitan dengan konsep Permakultur yang dilakukan PHM-BSP dapat dikatakan berhasil karena mampu mendorong petani menerapkan penanaman maupun pengairan yang ramah lingkungan sehingga mampu menciptakan hasil pertanian yang ramah lingkungan terhadap lingkungan sekitarnya, sekaligus menumbuhkan ekonomi masyarakat. Banyak masyarakat—khususnya dari kelompok petani yang memiliki kolam ikan di belakang rumah mereka. Selain ikan yang bisa menjadi tambahan penghasilan, air dari kolam tersebut bisa digunakan untuk menyirami tanaman yang ditanam. Pada tempat pembuatan pupuk kita juga akan menjumpai kandang yang berisi ayam, gunanya adalah sebagai *Chicken Tractor* untuk membantu pembuatan pupuk kandang. Lahan tidur dan pekarangan rumah mampu dimanfaatkan petani dengan menggunakan demplot pertanian ramah lingkungan yang dikelola secara mandiri, sehingga di setiap pekarangan rumah terdapat kebun kecil yang kebanyakan tempat media penanamannya terbuat dari barang-barang bekas. Selain itu PHM-BSP juga melibatkan kader pemuda dan wanita tani untuk berkontribusi pada kelompok tani. Generasi muda ini dilatih untuk bisa menggunakan aplikasi tanam digital yang dapat membantu memasarkan produk-produk hasil pertanian melalui sistem *online*. Pemasaran secara *online* mulai dilakukan untuk memperluas dan menciptakan pasar baru. Inovasi ini juga akan

membantu masyarakat dari kalangan muda yang semula tidak memiliki pekerjaan menjadi produktif dan menguntungkan bagi kebutuhan hidup mereka.

Menurut keterangan salah seorang penerima manfaat program PT PHM-BSP ini, sisi menarik lainnya adalah *Creating Shared Value* dari program Petani Maju 4.0 (dunia-energi.com, 2021). Selain bermanfaat bagi masyarakat, hasil pertanian juga memberikan dampak positif terhadap perusahaan PHM sendiri. Dalam hal ini, hasil tani mitra binaan PHM di Kecamatan Samboja dipasok untuk catering perusahaan PHM melalui kontraktor perusahaan jasa catering yang melayani PHM di fasilitas BSP. Pasokan yang dikirim berupa buah-buahan dan sayuran seperti; pepaya, nanas, tomat, timun, terong dan lain lain. Terlebih lagi dimasa pandemi ini pasokan sayur dan buah-buahan akan turut meningkatkan imunitas para pekerja dan mitra PHM untuk kelancaran produksi minyak dan gas di BSP khususnya.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan sebelumnya, bahwa program Petani Maju 4.0 PT Pertamina Hulu Mahakam BSP memiliki manfaat bagi banyak pihak. Dalam bentuk peningkatan kapasitas, Program Petani Maju 4.0 dengan rangkaian sistem Pertakultur menjadikan masyarakat sebagai subyek pembangunan. PHM aktif memberikan pelatihan dan pendampingan secara individu dan kelompok yang dilakukan bertahap melalui berbagai metode. Dalam proses penuangan ide program, kelompok sasaran dilibatkan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi. Proses ini merupakan karakter *bottom-up* dalam proses pemberdayaan masyarakat. Menurut Soetomo

(2013), pendekatan *bottom up* bisa dilakukan melalui dua pola. Pertama, identifikasi masalah didentifikasi dan diselesaikan langsung oleh kelompok sasaran. Kedua, kelompok bersama *stakeholders* di luar kelompok berdiskusi bersama sehingga muncul partisipasi dan kemandirian anggota kelompok (Azwar et al., 2021).

Dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya, PT PHM-BSP tidak terbatas pada konsep karitatif tetapi juga menciptakan program-program sosial yang melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta masyarakat setempat (lokal). Hal ini terlihat dalam Program Petani Maju 4.0 yang melibatkan kelompok tani dari kalangan usia muda dan tua, pelibatan instansi pemerintah terkait, dan potensi dunia usaha dalam mengembangkan program.

Prakarsa PHM Lapangan BSP yang membina dan meningkatkan kapasitas masyarakat di wilayahnya untuk menjadi petani ini sekaligus dapat membukakan akses untuk pemasaran. Para petani mendapat alternatif pemasaran untuk meningkatkan penyerapan hasil panennya. Sementara itu manfaat yang diperoleh perusahaan adalah secara ekonomis dan sosial karena berkontribusi mengurangi jumlah pengangguran 13% karena tenaga kerja yang diutamakan dari masyarakat sekitar pabrik, dan turut menciptakan pelestarian lingkungan melalui pemanfaatan limbah organik. Di sisi lain, sebuah interdependensi antara perusahaan dan masyarakat setempat terjalin hubungan yang saling menguntungkan.

Dari pemaparan-pemaparan di atas, faktor yang tidak kalah penting untuk dicermati adalah implementasi konsep *Creating Shared Value* (CSV) yang dilakukan

PHM Lapangan BSP dalam pelaksanaan program Petani Maju 4.0, misalnya program kemitraan antara PHM BSP dan kelompok tani yang ada di sekitar perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, bahkan karyawan perusahaan. Sebagaimana yang dijelaskan menurut Moon et al. (2011), bahwa dalam hal ini PHM-BSP telah menjadi "*Smart Corporate*" yang mempraktikkan etika bisnis untuk meningkatkan manfaat sosial, sambil mempertahankan manfaat perusahaannya.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan PHM-BSP tentu juga berkaitan dan mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs). Dalam hal ini, Program Petani Maju 4.0 turut mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) pada Tujuan No. 2 "Menghilangkan Kelaparan, Mencapai Ketahanan Pangan dan Gizi yang Baik, serta Meningkatkan Pertanian Berkelanjutan" dan Tujuan No. 8 "Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan, Kesempatan Kerja yang Produktif dan Menyeluruh, serta Pekerjaan yang Layak untuk Semua"

SIMPULAN

Perusahaan yang sadar arti penting CSR bagi perusahaan tentu akan melihat tanggungjawab sosial bukan sebatas hanya sebagai sebuah kewajiban, namun merupakan sebuah kebutuhan dan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan.

Melihat urgensi praktek CSR bagi perusahaan, paradigma baru yang tak jauh berbeda dengan konsep CSR muncul. Konsep *Creating Shared Value* (CSV) menekankan implementasi tanggung jawab sosial perusahaan dilihat sebagai proses yang berorientasi pada solusi pemecahan masalah

sosial yang selaras dengan usaha menghasilkan keuntungan ekonomi. CSV juga berfokus pada bisnis utama perusahaan. Adanya optimasi keterlibatan *multistakeholder* yang menciptakan situasi saling menguntungkan.

Melalui CSV, perusahaan dapat membuktikan dirinya bermanfaat secara ekonomi, sosial dan lingkungan untuk masyarakat luas, dan membantu memecahkan masalah sosial yang ada. Hal tersebut terlihat dalam Program Petani Maju 4.0 Pertamina Hulu Mahakam Lapangan BSP. Program ini adalah inovasi program sosial di bidang pertanian dengan sistem Pertanian Pertakultur. Kebaruan sistem yang ditawarkan dalam Pertakultur mampu meningkatkan perekonomian warga, serta meminimalisir risiko kerusakan lingkungan dari sistem pertanian yang dijalani. Program Petani Maju 4.0 dengan kebaruan sistem berupa pertanian pertakultur dengan pengelolaan lahan ramah lingkungan, baik pengairan maupun penggunaan pupuk. Selain manfaat lingkungannya, banyak petani yang dapat memproduksi komoditas yang dapat membantu perekonomian mereka. Selain itu, program ini sekaligus menciptakan lapangan kerja tidak hanya bagi kelompok tani tua namun juga kesempatan kerja bagi pemuda-pemudi.

Kemajuan Program Petani Maju 4.0 yang mendatangkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan juga didukung dengan kapasitas serta kreativitas kelompok tani yang dikembangkan dan dilatih PHM-BSP dari sisi pengetahuan dan keterampilan. Petani juga semakin pintar memanfaatkan keadaan sekitar untuk menunjang kegiatan sekaligus menambah penghasilannya, seperti penggunaan air kolam ikan untuk menyirami tanaman yang ditanam dan lahan tidur dan

pekarangan rumah dijadikan kebun kecil untuk media penanamannya. Di era globalisasi ini juga PHM-BSP melatih petani muda menggunakan aplikasi tanam digital yang dapat membantu memasarkan produk-produk hasil pertanian melalui sistem *online*.

Pada akhirnya pendekatan CSV oleh PT PHM-BSP tidak saja mengatasi persoalan sosial berupa sulitnya para masyarakat sekitar perusahaan mencari pekerjaan. Dalam waktu yang sama juga dapat membantu kebutuhan dasar karyawan perusahaan. Misalnya hasil produksi mitra binaan PHM di Kecamatan Samboja dipasok untuk catering perusahaan PHM melalui kontraktor perusahaan jasa catering yang melayani PHM di fasilitas BSP untuk meningkatkan imunitas para pekerja dan mitra PHM untuk kelancaran produksi minyak dan gas di BSP khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, L. M., Wijaya, R., & Radityorini, K. (2021). Dimensi Inovasi Sosial pada Sistem Pertanian Pertakultur Program Petani Maju 4.0 Pertamina Hulu Mahakam Lapangan BSP. *Jurnal Program Studi Pendidikan Masyarakat*, 2(1), 16–30.
- Carroll, Archie B., 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons, Elsevier*, vol. 34(4), 39-48.
- Dunia-energi. 2021. Keren! Banyak Keunggulan Inovasi Pertakultur Petani Maju 4.0 Binaan PHM, <https://www.dunia-energi.com/keren-banyak-keunggulan-inovasi-pertakultur-petani-maju-4-0-binaan-phm/>, diakses pada 29 Juni 2022.

- Fitrianti, W. (2017). Pengembangan Model Creating Shared Value Melalui Pembinaan Petani Kecil Swadaya dalam Industri Kelapa Sawit. *Seminar Nasional Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 10.
- Hadiyana, S., Yuli, A., & Luhur, R. (2021). Implementasi Praktik Corporate Social Responsibility PT Pertamina Hulu Mahakam Melalui Program Pemberdayaan Nelayan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 3(2), 74. <https://doi.org/10.36722/jpm.v3i2.672>
- Nainggolan, Irma Juniar., & Indrawan, Dony. (2020). *Mutiara Hijau Bumi Borneo "Kontribusi Pertamina Hulu Indonesia dalam Melestarikan Lingkungan Bersama Masyarakat."*
- Ismail, Maimunah. (2009). Corporate Social Responsibility and Its Role in Community Development: An International Perspective. *The Journal of International Social Research*, 2(9), 200-209.
- Manan, Abdul. (2020). *Implementasi Creating Shared Value (CSV) dalam Perumusan Kebijakan Departemen CSR di PT Semen Gresik Pabrik Rembang*. Thesis thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Nurwulan, R. L. (2019). Peran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Telkom dalam Pemberdayaan Masyarakat di Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung. *HUMANITAS: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 1(1).
- Prayudi. "Analisis CSR sebagai Implementasi Praktek Etika Bisnis Perusahaan: Antara Kewajiban dan Kebutuhan", *Jurnal Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta*.
- Ramadhanti, Fadhlillah. (2017). *Analisis Pengembangan Biogas Berbasis Creating Share Value (CSV) Perusahaan Gas Negara di Ciherang Bogor*. Masters thesis, Institut Pertanian Bogor.
- Santoso, M. B., & Raharjo, S. T. (2014). Corporate Social Responsibility (CSR) dari Sudut Pandang Perusahaan. *Share : Social Work Journal*, 4(1), 13–29. <https://doi.org/10.1177/0007650305281658>
- Saputra, Putra R., Ramadhani, Tiara. (2020). Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial (CSR) pada Pemberdayaan Kelompok Usaha Tani-Perikanan di Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(2), 374-390.
- Soetomo. (2015). *Masalah Sosial dan Upaya Pemecahannya*. Pustaka Belajar.
- Tsamara, Y. N., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Strategi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT Pertamina Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dalam Pertamina Sehati. *Share : Social Work Journal*, 8(2), 219. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20083>
- Wardani, Yulia K., Sunaryo., Yoga, I Ketut. (2018). Implementasi Konsep Creating Shared Value (csv) Sebagai Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Peningkatan Kesejahteraan Stakeholder (Studi pada PT. Nestle Indonesia Panjang Factory). *Pactum Law Journal*, 1(3), 258-271.