

STUDI LITERATUR ASPEK EKONOMI, SOSIAL DAN LINGKUNGAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PT BUKIT ASAM TBK

Wuryan Andayani¹, Sutrisno T², Muhammad Ikb³, Maharani Wuryantoro⁴,
Alphasyah Lazuardy Sidarta⁵

^{1,2}Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

³Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

^{4,5}Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

Email: andayani@ub.ac.id¹, sutrisno@ub.ac.id², muhhammad.ikbal@feb.unmul.ac.id³,
maharaniwu@student.ub.ac.id⁴, alphasyah@gmail.com⁵

Abstrak

Tujuan studi ini adalah untuk memberikan pemahaman secara konseptual tentang perencanaan CSR pada situasi tertentu (khususnya kasus di PT Bukit Asam Tbk) tidak selalu menghasilkan kepuasan Masyarakat meskipun melibatkan partisipasi dalam proses perencanaannya, melalui perspektif filsafat ilmu pengetahuan dan kerangka teoretis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tinjauan literatur dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Studi literatur untuk memperoleh wawasan dan memahami fenomena konsep CSR di PT Bukit Asam Tbk. Perencanaan partisipatif CSR yang telah dilaksanakan sejauh ini masih belum berhasil menjawab mengapa masih terjadi ketidakpuasan di masyarakat dari segi ontologi. Hal ini disebabkan oleh kompleksitas hubungan antara perusahaan dan masyarakat, ketidakpastian dalam menentukan besaran CSR yang merupakan keputusan perusahaan, serta kurangnya peraturan yang mengatur penentuan besaran CSR. Hasil pembahasan dan kesimpulan menunjukkan bahwa perencanaan partisipatif CSR tidak secara langsung memberikan kepuasan kepada Masyarakat, karena terdapat elemen transaktif dalam perencanaan CSR yang perlu diuji kebenarannya. Pendekatan ini cenderung pada pertukaran nilai. Masyarakat mengharapkan Perusahaan memperhatikan kesejahteraan Masyarakat karena telah setuju untuk hidup berdampingan dengan operasional Perusahaan. Perusahaan beranggapan bahwa CSR tergantung pada keuntungan Perusahaan. Pandangan ini mencerminkan pemahaman transaktif antara Perusahaan dan Masyarakat dalam memaknai CSR. Dengan mempertimbangkan perencanaan CSR dari perspektif transaktif, dapat memberikan potensi untuk menjawab mengapa perencanaan partisipatif CSR belum berhasil memberikan kepuasan kepada Masyarakat. Hal tersebut disebabkan kurangnya pemenuhan aspek transaktif CSR yang belum sepenuhnya mencerminkan kepentingan kedua belah pihak.

Kata Kunci: aspek ekonomi, aspek sosial, aspek lingkungan, csr, stakeholder

Abstract

The aim of this study is to provide a conceptual understanding of how CSR planning in certain situations (especially the case at PT Bukit Asam Tbk) does not always produce community satisfaction even though it involves participation in the planning process, through the perspective of the philosophy of science and theoretical framework. This research uses qualitative methods with a literature review from economic, social and environmental aspects. Literature study to gain insight and understand the phenomenon of the CSR concept at PT Bukit Asam Tbk. The participatory CSR planning that has been implemented so far has not succeeded in answering why there is still dissatisfaction in society in terms of ontology. This is caused by the complexity of the relationship between companies and society, uncertainty in determining the amount of CSR which is the company's decision, and the lack of regulations governing the determination of the amount of CSR. The results of the discussion and conclusions show that participatory CSR planning does not directly provide satisfaction to the community, because there are transactive elements in CSR planning which need to be verified. This approach tends to be an exchange of value. The community expects the Company to pay attention to the welfare of the Community because it has agreed to coexist with the Company's operations. Companies assume that CSR depends on company profits. This view reflects a transactive understanding between the Company and Society in interpreting CSR. By considering CSR planning from a transactive perspective, it can provide the potential to answer why participatory CSR planning has not been successful in providing satisfaction to society.

This is due to the lack of fulfillment of the transactive aspects of CSR which do not fully reflect the interests of both parties.

Keywords: *economic aspects, social aspects, environmental aspects, CSR, stakeholders*

1. PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sangat penting untuk dilakukan. Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan karena merupakan wujud nyata dan komitmen perusahaan untuk memberikan nilai tambah kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Wujud nyata dan komitmen perusahaan diimplementasikan dalam bentuk Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang secara konsisten dan berkelanjutan dijalankan oleh perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk kepedulian perusahaan dalam pengembangan masyarakat Indonesia dapat dijadikan salah satu andalan untuk meringankan beban tuntutan dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Sektor usaha dalam hal ini perusahaan memiliki kemampuan pengembangan masyarakat melalui alokasi anggaran CSR yang dimilikinya (Theresia dkk, 2015; Zubaedi, 2013; Alfitri, 2011; Phillips dan Pitman, 2009; Suharto, 2005).

Strategi penerapan Tanggung Jawab Sosial terhadap Lingkungan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) dilaksanakan perusahaan agar bisa memberikan program yang bermanfaat. Strategi perusahaan dilaksanakan secara terstruktur. Pelaksanaan CSR terdiri dari tahap-tahap perencanaan, implementasi, evaluasi dan pelaporan. Pelaksanaan CSR oleh perusahaan ditetapkan berdasarkan kebijakan masing-masing perusahaan. Munculnya ketertarikan terhadap isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah meningkat (Grolin, 1998), gagasan bahwa perusahaan dapat bertanggung jawab atas komunitas dan lingkungan tempatnya beroperasi dan tidak hanya fokus untuk menciptakan nilai bagi perusahaan, menyebabkan CSR menjadi isu utama (Carroll dan Shabana, 2010; Hamann, 2003). CSR menekankan pada penguatan masyarakat sipil (pengembangan dan pemberdayaan masyarakat). Hal ini dapat dicapai dengan proyek pengembangan filantropi, pelatihan dan pengembangan

keterampilan atau pemberian bantuan melalui program-program yang direncanakan (United

Nation, 2017; ISO, 2009; Yakoleva, 2005; Sutarso, 1985; Unesco, 1954).

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Bukit Asam dilaksanakan oleh Satuan Kerja CSR yang memiliki tugas untuk melaksanakan perencanaan, pengembangan dan implementasi program CSR yang berupa program pendanaan UMK dahulu disebut dengan Program Kemitraan, Program Bantuan atau kegiatan lainnya (dahulu adalah program Bina Lingkungan), program pengelolaan system dan informasi CSR, program pelaksanaan kegiatan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dan koperasi, program pengelolaan dana kemitraan dan program pelaksanaan kegiatan pembinaan dan pengembangan komunitas serta pengelolaan administrasi dan pengelolaan dokumentasi.

Fenomena yang muncul bahwa Respon yang diterima dari masyarakat terhadap implementasi CSR seringkali tidak positif, terutama di negara-negara yang sedang berkembang (Litmanen, dkk, 2016; Nygaard, 2015; Jenkins dan Yakovleva, 2006; Kapelus, 2002). Hal ini disebabkan oleh kebijakan program yang kurang tepat karena tidak sesuai dengan harapan penerima manfaat (Abuya, 2016). Perusahaan hanya menentukannya berdasarkan interpretasi mereka sendiri dan evaluasi keuntungan ekonomi tanpa melakukan perencanaan CSR yang efektif (Haikola dan Anshelm, 2016; Hedin dan Ranängen, 2017; Ranängen, 2015; Banerjee, 2014). Perencanaan tidak memperhatikan strategi yang harus diadopsi dan cara melibatkan partisipasi masyarakat atau pemangku kepentingan (Friedmann, 2003). Di Indonesia, perencanaan partisipatif diterapkan dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat (Djunaedi, 2015). Sebagai bentuk kepedulian sosial, CSR seharusnya melibatkan partisipasi masyarakat dalam perumusannya (Dahlsrud, 2008). Namun, perencanaan CSR yang melibatkan partisipasi masyarakat ini tidak dapat menjelaskan alasan di balik ketidakpuasan yang masih ada di masyarakat.

Penelitian Utami dan Mutaqi (2023) menemukan bahwa realisasi tanggungjawab sosial dibidang ekonomi diwujudkan dengan memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat dan pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi dan kesejahteraan sosial, selain memberikan kontribusi kepada pemerintah melalui pembayaran pajak, royalti dan penerimaan negara bukan pajak (PNBP) lainnya. CSR itu penting karena membangun citra positif Perusahaan dan mensejahterakan masyarakat sehingga hubungan menjadi harmonis. Taufiq dan Iqbal (2021) menemukan bahwa Perusahaan ritel di Indonesia telah melaksanakan CSR secara berkelanjutan. Program CSR memiliki implikasi dalam beberapa aspek, diantaranya aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Pada program sosial, CSR Perusahaan ritel didominasi oleh kegiatan bantuan Pendidikan, bencana alam, dan donor darah. ERAA merupakan Perusahaan yang focus terhadap aspek ekonomi dengan pengembangan komunitas. Aspek lingkungan didominasi kegiatan tanam pohon dan pengurangan energi. *Community Development* harusnya menjadi dasar pelaksanaan program CSR agar lebih berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap fenomena tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sesuai dengan fenomena di atas, secara khusus tujuan dari studi ini adalah untuk memberikan pemahaman konseptual tentang mengapa perencanaan CSR pada situasi tertentu (terutama di perusahaan-perusahaan pertambangan khususnya kasus di PT Bukit Asam Tbk) tidak selalu menghasilkan kepuasan masyarakat meskipun melibatkan partisipasi dalam proses perencanaan-nya, melalui perspektif filsafat ilmu pengetahuan dan kerangka teoritis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan studi literatur yang berupa tinjauan literatur dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Studi literatur dipilih karena dapat memperoleh wawasan atau isu yang bisa mendapatkan wawasan dan memahami fenomena konsep CSR di PT Bukit Asam Tbk.

Respon masyarakat terhadap implementasi CSR sering kali tidak menggembirakan, terutama di negara-negara yang sedang mengalami perkembangan. Hal ini terjadi karena kebijakan program yang tidak tepat dan tidak memenuhi harapan

penerima manfaat. Perusahaan hanya menentukan kebijakan berdasarkan penafsiran dan evaluasi keuntungan ekonomi mereka sendiri, tanpa melakukan perencanaan CSR yang efektif. Selain itu, perencanaan juga kurang memperhatikan strategi yang harus diadopsi dan cara melibatkan partisipasi masyarakat serta pemangku kepentingan. Di Indonesia, perencanaan partisipatif digunakan dalam upaya pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.

Tujuan dari studi ini adalah untuk memberikan pemahaman konseptual teoritis tentang mengapa perencanaan CSR pada situasi tertentu pada perusahaan PT Bukit Asam Tbk tidak selalu menghasilkan kepuasan masyarakat meskipun melibatkan partisipasi dalam proses perencanaan-nya, melalui perspektif filsafat ilmu pengetahuan dan kerangka teoritis.

Studi ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bagaimana peran CSR dalam praktiknya memberikan kontribusi terhadap pengembangan ontologi yang terkait dengan ilmu pengetahuan. Kemudian sebaliknya bagaimana filsafat ilmu pengetahuan dapat menjawab berbagai macam permasalahan implementasi CSR di lapangan.

2. TELAAH LITERATUR

Konsep *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) bukan merupakan beban atau biaya (*cost*) akan tetapi merupakan investasi perusahaan. CSR adalah bagian dari integrasi bisnis perusahaan dan dibentuk berdasarkan strategi investasi yang dilaksanakan oleh perusahaan (Brabeek, 2009). Terjadinya kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh eksploitasi sumber daya alam dan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan. Indonesia telah menerbitkan Undang-undang No. 40 tahun 2007 bahwa perusahaan yang memiliki usaha terkait sumber daya alam, wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Koloay, dkk., 2018).

Perusahaan Perseroan wajib untuk membuat laporan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Laporan Tahunan. Pelaporan tanggung jawab sosial merupakan akuntabilitas perusahaan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan tanggung jawab perusahaan, agar

para stakeholder dan masyarakat yakin bahwa perusahaan sudah melaksanakan tanggung jawab nya (Amalia, 2019). Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR adalah konsep yang mengacu pada tanggung jawab suatu perusahaan terhadap dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan operasionalnya. Ini melibatkan prinsip bahwa perusahaan harus berkontribusi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya, selain mencapai tujuan ekonomi mereka. Tanggung jawab sosial perusahaan mencakup berbagai area, termasuk praktik bisnis yang etis, perlindungan lingkungan, kesejahteraan karyawan, partisipasi dalam komunitas lokal, kontribusi untuk pembangunan sosial dan ekonomi, serta transparansi dalam pelaporan kegiatan CSR. Perusahaan yang menganut prinsip tanggung jawab sosial sering berusaha untuk menciptakan dampak positif dalam berbagai cara, seperti menyumbangkan sebagian keuntungan mereka untuk program amal, mendukung pendidikan dan kesehatan masyarakat, mempromosikan keberlanjutan lingkungan, dan memperhatikan isu-isu sosial yang relevan dengan bisnis mereka.

Tanggung jawab sosial perusahaan bukan hanya tentang kepatuhan terhadap peraturan hukum, tetapi juga mencakup tanggung jawab moral dan etika. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan CSR dalam praktik bisnis mereka cenderung memperoleh manfaat jangka panjang, seperti reputasi yang baik, kepuasan pelanggan yang meningkat, dan pemenuhan ekspektasi pemangku kepentingan (*stakeholders*). Selain itu, CSR juga dapat berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan itu sendiri.

Beberapa masalah dalam Isu dan Masalah dalam Implementasi CSR

Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, beberapa masalah atau tantangan yang sering muncul (Nayenggita, dkk., 2019; Amalia, 2019), meliputi: a). Tantangan Keberlanjutan: Implementasi CSR yang berkelanjutan membutuhkan komitmen jangka panjang dan upaya yang berkesinambungan. Tantangan muncul ketika perusahaan menghadapi tekanan untuk mencapai hasil jangka pendek yang menguntungkan secara finansial, yang mungkin tidak selalu sejalan dengan tujuan

CSR jangka panjang. b). Kompleksitas dan Keanekaragaman Isu: CSR melibatkan berbagai isu sosial, lingkungan, dan ekonomi yang kompleks dan beragam. Perusahaan harus menghadapi tantangan dalam mengidentifikasi, memahami, dan merespons berbagai isu yang relevan dengan bisnis mereka. Isu-isu tersebut dapat meliputi hak asasi manusia, lingkungan, ketenagakerjaan, kesehatan masyarakat, kesetaraan gender, dan banyak lagi. c). Keterbatasan Sumber Daya: Implementasi CSR yang efektif seringkali membutuhkan sumber daya finansial, tenaga kerja, dan waktu yang signifikan. Perusahaan, terutama yang lebih kecil atau berada dalam kondisi keuangan yang terbatas, mungkin mengalami keterbatasan dalam mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk program CSR. d). *Stakeholder* yang Beragam: Perusahaan harus mengelola kepentingan dan ekspektasi dari berbagai pihak yang terlibat atau terpengaruh oleh kegiatan mereka (*stakeholders*). Tantangan muncul ketika perusahaan harus menjaga keseimbangan antara kepentingan para pemangku kepentingan yang berbeda, seperti karyawan, konsumen, masyarakat lokal, investor, pemerintah, dan lain-lain. e). Evaluasi dan Pengukuran Dampak: Mengukur dan mengevaluasi dampak dari program CSR dapat menjadi tantangan. Penilaian yang efektif membutuhkan indikator kinerja yang jelas, pengumpulan data yang akurat, dan analisis yang menyeluruh untuk memahami dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi yang dihasilkan oleh kegiatan CSR. f). *Greenwashing* dan Etika: Terdapat risiko *greenwashing*, yaitu ketika perusahaan memberikan kesan bahwa mereka melaksanakan praktik CSR yang bertanggung jawab, padahal sebenarnya hanya melakukan tindakan kosmetik atau pemasaran untuk meningkatkan citra mereka tanpa melakukan perubahan substansial. Etika dalam pelaksanaan CSR juga menjadi penting untuk memastikan kegiatan yang dilakukan sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang benar.

Penting bagi perusahaan untuk mengakui dan mengatasi tantangan ini dengan pendekatan yang berkelanjutan, melibatkan komunikasi dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan, serta melibatkan pemikiran strategis dalam merencanakan dan melaksanakan program CSR.

Model Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Ada beberapa model pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dapat digunakan oleh perusahaan (Suryandari & Mongan, 2020), antara lain: a). Model Filantropi: Model ini melibatkan perusahaan memberikan sumbangan keuangan atau sumber daya kepada organisasi atau proyek amal untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat. Perusahaan dapat memberikan donasi kepada lembaga pendidikan, rumah sakit, yayasan sosial, atau melibatkan diri dalam kegiatan bencana alam atau program kemanusiaan. b). Model Integrasi: Dalam model ini, CSR diintegrasikan ke dalam operasional perusahaan secara menyeluruh. Perusahaan mengadopsi praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, termasuk keberlanjutan, etika kerja, perlindungan lingkungan, dan keberagaman karyawan. Prinsip-prinsip CSR menjadi bagian dari nilai dan budaya perusahaan. c). Model Kemitraan: Perusahaan menjalin kemitraan dengan organisasi non-pemerintah (NGO), pemerintah, atau masyarakat lokal untuk mengatasi masalah sosial atau lingkungan yang spesifik. Melalui kemitraan ini, perusahaan dan mitra bekerja sama untuk merancang dan melaksanakan program CSR yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. d). Model Kewirausahaan Sosial: Dalam model ini, perusahaan berupaya menciptakan dampak sosial positif melalui produk atau layanan yang mereka tawarkan. Mereka menggabungkan tujuan sosial dengan tujuan ekonomi, dengan fokus pada inovasi yang berkelanjutan dan pemecahan masalah sosial. e). Model Perencanaan Partisipatif: Model ini melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan dan implementasi program CSR. Perusahaan bekerja sama dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengidentifikasi masalah sosial atau lingkungan yang relevan, merumuskan solusi, dan melaksanakan program yang melibatkan masyarakat secara langsung. f). Model Keberlanjutan: Dalam model ini, perusahaan berfokus pada aspek keberlanjutan dalam semua aktivitas bisnis mereka. Mereka mengintegrasikan pertimbangan sosial, lingkungan, dan ekonomi dalam pengambilan keputusan strategis, dengan tujuan

menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat.

Perusahaan dapat memilih atau menggabungkan beberapa model tersebut, tergantung pada konteks, ukuran, dan sumber daya yang tersedia. Penting bagi perusahaan untuk memiliki komitmen yang kuat terhadap tanggung jawab sosial dan memastikan bahwa pelaksanaan CSR sesuai dengan nilai-nilai perusahaan serta memenuhi kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan.

Model pelaksanaan CSR yang menggunakan Perencanaan Partisipatif

Model pelaksanaan CSR yang menggunakan Perencanaan Partisipatif melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program CSR (Taufiq, dkk., 2019). Berikut adalah langkah-langkah yang umumnya dilakukan dalam model ini: a). Identifikasi Masalah: Perusahaan bekerja sama dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengidentifikasi masalah sosial atau lingkungan yang perlu ditangani. Partisipasi masyarakat memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman, kekhawatiran, dan aspirasi mereka terkait dengan masalah tersebut. b). Perumusan Tujuan dan Strategi: Melalui dialog dan konsultasi dengan masyarakat, tujuan dan strategi program CSR dirumuskan. Perusahaan mendengarkan masukan dan saran dari masyarakat dalam merancang program yang relevan dan efektif untuk memecahkan masalah yang diidentifikasi. c). Pelaksanaan Program: Program CSR diimplementasikan dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Masyarakat dapat terlibat dalam berbagai kegiatan, seperti pelatihan, penanaman pohon, program kesehatan, atau pengembangan ekonomi lokal. Perusahaan bekerja sama dengan masyarakat untuk menjalankan program dengan memperhatikan kebutuhan dan harapan mereka. d). Evaluasi dan Pengawasan: Proses evaluasi dilakukan secara partisipatif untuk mengevaluasi dampak program CSR dan memperbaiki kegiatan yang dilakukan. Masyarakat memberikan masukan dan umpan balik terkait dengan keberhasilan program serta saran untuk perbaikan di masa depan.

Keuntungan dari model pelaksanaan CSR dengan Perencanaan Partisipatif adalah sebagai berikut: a). Peningkatan

Keberlanjutan: Melalui partisipasi aktif masyarakat, program CSR menjadi lebih relevan dengan kebutuhan dan aspirasi lokal, sehingga lebih mungkin untuk bertahan dan memberikan dampak jangka panjang. b). Pemecahan Masalah yang Lebih Efektif: Dengan melibatkan masyarakat dalam perencanaan, program CSR dapat lebih baik menargetkan akar permasalahan dan merancang solusi yang tepat dan berkelanjutan. c). Penguatan Kapasitas Masyarakat: Melalui partisipasi dalam program CSR, masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas mereka untuk mengatasi masalah sosial atau lingkungan secara mandiri. d). Meningkatkan Kepuasan Masyarakat: Partisipasi masyarakat memberikan mereka rasa memiliki dan keterlibatan dalam program CSR, yang dapat meningkatkan kepuasan mereka dan membangun hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan masyarakat.

Namun, penting untuk diingat bahwa implementasi perencanaan partisipatif membutuhkan waktu, komitmen, dan upaya kolaboratif yang kuat antara perusahaan dan masyarakat. Komunikasi yang efektif dan transparansi juga penting dalam menjaga keterlibatan masyarakat dan mencapai tujuan bersama dalam pelaksanaan CSR.

3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini memberikan pemahaman konseptual melalui tinjauan literatur dan perspektif filsafat ilmu pengetahuan. Pendekatan metodologi deskriptif evaluatif digunakan dalam penelitian ini, yang melibatkan deskripsi perdebatan teoretis dengan fakta-fakta empiris dan tinjauan realitas melalui perspektif filsafat ilmu pengetahuan.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa buku-buku literatur tentang Teori Perencanaan, CSR, Filsafat Ilmu Pengetahuan, dan jurnal (berdasarkan penelitian sebelumnya).

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini mencakup: 1. Konsep perencanaan dan CSR melalui

perspektif filsafat ilmu pengetahuan, 2. Aspek ontologis, epistemologi, dan aksiologi terkait kompleksitas CSR, 3. Perdebatan teori, fakta empiris, dan diskusi terkait topik tersebut.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Bukit Asam Tbk Tahun 2021. Pemilihan lokasi ini dilakukan berdasarkan penelusuran kepustakaan melalui website, surat kabar, buku, hasil penelitian, artikel-artikel penelitian, internet serta sumber-sumber lainnya.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Temuan Lapangan hasil Observasi

Hasil observasi sementara terhadap kondisi masyarakat di wilayah kerja PT Bukit asam beberapa tanggapan masyarakat yang cenderung kurang positif dari hasil kebijakan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Masyarakat merasa ada kebijakan gender yang kurang tepat sasaran yang tidak sesuai dengan keinginan masyarakat. Hal ini kemungkinan besar terjadi kesalahpahaman antara perencanaan yang dilakukan oleh Perusahaan cenderung dilakukan secara sepihak dan tidak sepenuhnya menggali informasi dari masyarakat tentang apa keinginan masyarakat terhadap pelaksanaan CSR tersebut.

Perusahaan cenderung memilih untuk menyerahkan uang kepada pihak-pihak tertentu yang bertanggung jawab menjalankan program CSR, tanpa melibatkan masyarakat secara langsung. Pendekatan ini lebih berfokus pada pemberian sumbangan keuangan atau dukungan ke lembaga atau organisasi tertentu yang memiliki tanggung jawab menjalankan program CSR tersebut. Namun, memang benar bahwa dalam beberapa kasus, perusahaan mungkin enggan melibatkan masyarakat secara penuh dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa alasan, seperti keterbatasan waktu, sumber daya, atau kurangnya pemahaman tentang pentingnya melibatkan masyarakat.

Namun, perlu dicatat bahwa melibatkan penuh masyarakat dalam pelaksanaan CSR memiliki beberapa keuntungan. Dengan melibatkan masyarakat, perusahaan dapat memperoleh wawasan langsung tentang kebutuhan dan harapan

masyarakat terkait program CSR. Melalui keterlibatan mereka, program CSR dapat lebih relevan dengan konteks lokal dan lebih mampu memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Selain itu, melibatkan masyarakat juga dapat meningkatkan kepuasan dan penerimaan program CSR, serta memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat.

Untuk itu, perusahaan dapat lebih memperhatikan pentingnya melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR. Melakukan survei, mengkaji, dan melibatkan masyarakat secara penuh dapat memperkuat keberlanjutan program CSR dan memastikan dampak yang lebih positif bagi masyarakat yang menjadi sasaran program tersebut.

Perspektif Filsafat Ilmu dan Teoretik Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Memahami Ontologi Kompleksitas CSR

Filsafat ilmu pengetahuan (FIP) adalah cabang filsafat yang secara khusus membahas berbagai aspek terkait ilmu pengetahuan. Disiplin ini mengeksplorasi pertanyaan-pertanyaan filosofis tentang sifat, metode, tujuan, dan batasan ilmu pengetahuan (Rofiq, 2018). Filsafat ilmu pengetahuan mempertimbangkan aspek epistemologis, metodologis, ontologis, aksiologis, dan etis dari ilmu pengetahuan. Secara epistemologis, FIP mempertanyakan bagaimana pengetahuan ilmiah diperoleh, bagaimana kebenaran dan keandalan pengetahuan tersebut dapat diketahui, dan bagaimana ilmu pengetahuan dapat membedakan antara pengetahuan yang sah dan klaim yang tidak dapat diuji (Sudiantara, 2020).

Dari segi metodologi, FIP mempertimbangkan metode ilmiah yang digunakan dalam penyelidikan ilmiah, seperti observasi, eksperimen, pengukuran, dan Pemodelan (Salim, 2019). Pertanyaan-pertanyaan tentang validitas, reliabilitas, dan generalisabilities data juga menjadi fokus perhatian dalam FIP. Dalam aspek ontologis, FIP membahas tentang sifat kenyataan yang dapat dijangkau oleh ilmu pengetahuan. Apakah dunia nyata objektif dan independen dari pengetahuan manusia, atau apakah realitas dipengaruhi oleh sudut pandang subjektif dan konstruksi manusia?.

Aspek aksiologi FIP mengeksplorasi nilai-nilai yang terlibat dalam ilmu

pengetahuan, seperti objektivitas, kebenaran, keadilan, dan keberlanjutan. Bagaimana nilai-nilai ini mempengaruhi proses dan hasil penelitian ilmiah menjadi pertanyaan yang diajukan dalam FIP.

Filsafat Ilmu Pengetahuan (FIP) memiliki peran penting dalam memahami ontologi kompleksitas CSR. Ontologi kompleksitas CSR merujuk pada pemahaman tentang sifat dan karakteristik yang kompleks dari CSR sebagai fenomena sosial dan ekonomi (Taufiq, dkk., 2019). Dalam konteks ini, FIP membantu dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan filosofis yang relevan (Porter & Reischer, 2018). Misalnya, bagaimana kita mendefinisikan CSR secara ontologis? Apakah CSR memiliki eksistensi obyektif yang terpisah dari persepsi dan tindakan manusia? Ataukah CSR merupakan konstruksi sosial yang bergantung pada konteks dan interpretasi subjektif?

FIP juga mempertimbangkan bagaimana ontologi kompleksitas CSR terkait dengan realitas sosial yang lebih luas (Taufiq, dkk., 2019). Bagaimana CSR berhubungan dengan struktur sosial, kekuatan politik, dan nilai-nilai masyarakat? Apa dampak dari faktor-faktor ini terhadap perencanaan dan pelaksanaan program CSR?. Selain itu, FIP mengajukan pertanyaan tentang relasi antara ontologi kompleksitas CSR dan pengetahuan ilmiah. Bagaimana pengetahuan ilmiah mempengaruhi pemahaman kita tentang CSR dan sebaliknya? Apakah ontologi kompleksitas CSR dapat didekati melalui metode ilmiah yang ada, atau apakah diperlukan pendekatan multidisiplin yang melibatkan berbagai perspektif dan pemahaman?

Melalui pendekatan filosofis ini, FIP membantu kita memperdalam pemahaman tentang ontologi kompleksitas CSR (Juwita, 2019). Ini memberikan dasar bagi perusahaan dan para praktisi untuk merumuskan perencanaan CSR yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat dan lingkungan. Dengan memahami kompleksitas ontologi CSR, kita dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang peran dan dampak CSR dalam konteks yang lebih luas.

A. CSR dan Struktur Sosial, Kekuatan Politik, dan Nilai-nilai Masyarakat

CSR memiliki hubungan yang kompleks dengan struktur sosial, kekuatan politik, dan nilai-nilai masyarakat. Hubungan ini mencerminkan interaksi dan saling pengaruh antara CSR dengan konteks sosial yang melingkupinya (Widhagdha, dkk., 2019; Porter & Reischer, 2018). Berikut adalah beberapa cara CSR berhubungan dengan aspek-aspek tersebut: Pertama, Struktur Sosial: CSR dapat dipengaruhi oleh struktur sosial yang ada dalam masyarakat. Struktur sosial mencakup hierarki sosial, peran dan posisi dalam masyarakat, serta pola interaksi antar individu dan kelompok. CSR dapat mencoba memperbaiki atau mengurangi ketidakadilan dan kesenjangan sosial yang terkait dengan struktur sosial. Misalnya, perusahaan dapat melibatkan masyarakat setempat dalam program CSR untuk meningkatkan akses mereka terhadap pendidikan, kesehatan, atau peluang ekonomi.

Kedua, Kekuatan Politik: CSR juga terkait dengan kekuatan politik yang ada dalam suatu negara atau wilayah. Kekuatan politik mencakup kebijakan publik, hukum, regulasi, dan pengambilan keputusan politik. Pemerintah dapat mempengaruhi atau mendorong perusahaan untuk melaksanakan CSR melalui kebijakan dan regulasi yang mendukung tanggung jawab sosial. Di sisi lain, perusahaan juga dapat menggunakan CSR sebagai alat untuk memengaruhi atau memperoleh dukungan dari pemerintah. Kekuatan politik juga dapat memengaruhi arah dan fokus program CSR yang dijalankan oleh perusahaan.

Ketiga, Nilai-nilai Masyarakat: CSR sering kali mencerminkan nilai-nilai yang dipegang oleh masyarakat tempat perusahaan beroperasi. Nilai-nilai ini dapat mencakup kepedulian terhadap lingkungan, keadilan sosial, hak asasi manusia, dan keberlanjutan. Perusahaan yang menjalankan CSR dengan memperhatikan nilai-nilai masyarakat setempat dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat, meningkatkan citra perusahaan, dan mendapatkan dukungan dari konsumen dan pemangku kepentingan lainnya.

Selain itu, penting untuk diingat bahwa hubungan antara CSR, struktur sosial, kekuatan politik, dan nilai-nilai masyarakat bersifat dinamis dan kompleks. Faktor-faktor ini saling mempengaruhi dan dapat berubah seiring waktu. Oleh karena itu, perusahaan

perlu memahami konteks sosial dan mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam merencanakan dan melaksanakan program CSR agar lebih relevan, berkelanjutan, dan memberikan dampak yang positif.

B. Perencanaan dan Pelaksanaan Program CSR

Faktor-faktor seperti struktur sosial, kekuatan politik, dan nilai-nilai masyarakat memiliki dampak yang signifikan terhadap perencanaan dan pelaksanaan program CSR (Pirson & Steckler, 2019; Wati, 2019). Berikut adalah beberapa dampak yang dapat terjadi: Pertama, Perencanaan yang Responsif: Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi bagaimana perusahaan merencanakan program CSR. Perusahaan perlu memahami struktur sosial dan nilai-nilai masyarakat untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang relevan. Faktor politik juga dapat memengaruhi kebijakan dan regulasi terkait CSR yang harus dipertimbangkan dalam perencanaan. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, perusahaan dapat mengembangkan program CSR yang lebih responsif terhadap konteks sosial dan lingkungan di mana mereka beroperasi.

Kedua, Penyesuaian Fokus dan Prioritas: Faktor-faktor tersebut juga dapat mempengaruhi fokus dan prioritas program CSR. Struktur sosial yang menghadirkan kesenjangan sosial tertentu dapat mendorong perusahaan untuk mengarahkan program CSR mereka pada inisiatif yang mengatasi masalah-masalah tersebut. Nilai-nilai masyarakat dan tuntutan politik juga dapat mempengaruhi isu-isu yang dianggap penting dalam program CSR. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor ini agar program CSR mereka relevan dan berdampak positif.

Ketiga, Keterlibatan Pemangku Kepentingan: Faktor-faktor ini juga mempengaruhi keterlibatan pemangku kepentingan dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR. Masyarakat, pemerintah, dan organisasi non-pemerintah dapat memiliki harapan dan kepentingan yang berbeda terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Melibatkan pemangku kepentingan dalam proses perencanaan dapat membantu memastikan bahwa program CSR mencerminkan kebutuhan dan aspirasi mereka. Ini juga dapat membantu membangun

dukungan dan legitimasi program CSR di mata masyarakat.

Keempat, Pengaruh Lingkungan Regulasi: Faktor politik dan regulasi juga memainkan peran penting dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR. Perusahaan harus mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku terkait tanggung jawab sosial. Lingkungan regulasi yang kondusif dapat mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik CSR yang lebih maju dan memberikan insentif bagi pelaksanaan program CSR yang efektif. Di sisi lain, ketidakkonsistenan atau ketidakjelasan dalam regulasi dapat menjadi hambatan dalam merencanakan dan melaksanakan program CSR.

Dalam rangka merencanakan dan melaksanakan program CSR yang efektif, perusahaan perlu mempertimbangkan dan beradaptasi dengan faktor-faktor tersebut. Mengenali dampak yang dihasilkan oleh struktur sosial, kekuatan politik, dan nilai-nilai masyarakat dapat membantu perusahaan untuk menghadapi tantangan, memanfaatkan peluang, dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan lingkungan sosial dan ekonomi di sekitarnya.

C. Pengetahuan Ilmiah dan Pemahaman tentang CSR

Pengetahuan ilmiah memainkan peran penting dalam mempengaruhi pemahaman kita tentang CSR, dan sebaliknya, pemahaman tentang CSR juga dapat mempengaruhi pengembangan pengetahuan ilmiah (Alfisanah, 2020; Porter & Reischer, 2018)). Berikut adalah hubungan saling mempengaruhi antara pengetahuan ilmiah dan pemahaman tentang CSR: Pertama, Pengetahuan Ilmiah memperkaya Pemahaman tentang CSR: Pengetahuan ilmiah, melalui hasil penelitian dan studi empiris, dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang aspek-aspek tertentu dalam CSR. Misalnya, penelitian dapat mengungkap dampak program CSR terhadap masyarakat, lingkungan, atau ekonomi. Pengetahuan ilmiah juga dapat membantu mengidentifikasi praktik terbaik, kerangka kerja, atau teori yang relevan dalam merancang dan melaksanakan program CSR. Dengan pemahaman yang didasarkan pada pengetahuan ilmiah, kita dapat mengambil keputusan yang lebih informasional dan berdasarkan bukti dalam konteks CSR.

Kedua, Pemahaman tentang CSR Mengarahkan Penelitian Ilmiah: Pemahaman yang ada tentang CSR dapat menjadi landasan bagi penelitian ilmiah lebih lanjut. Melalui pemahaman kita tentang isu-isu, tantangan, dan kontroversi dalam CSR, kita dapat mengidentifikasi area penelitian yang belum terpenuhi atau pertanyaan yang perlu dijelaskan. Pemahaman ini dapat mendorong penelitian baru, pengembangan konsep, atau pengujian hipotesis yang dapat memperluas pengetahuan kita tentang CSR.

Ketiga, Pertukaran Pengetahuan dan Pemahaman: Ada hubungan timbal balik antara pengetahuan ilmiah dan pemahaman tentang CSR. Penelitian ilmiah yang dilakukan oleh para ahli dapat memberikan kontribusi kepada pemahaman kita tentang CSR melalui publikasi, seminar, dan diskusi akademik. Sebaliknya, pemahaman dan pengalaman praktis dalam CSR dapat memotivasi penelitian ilmiah baru dan memberikan input yang berharga bagi para peneliti. Pertukaran pengetahuan antara dunia akademik dan praktisi dapat memperkaya pemahaman dan pengembangan CSR secara keseluruhan.

Keempat, Mendorong Perubahan dan Inovasi: Pengetahuan ilmiah tentang CSR dapat menghasilkan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan sosial dan lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan dan masyarakat. Ini dapat mendorong perubahan dan inovasi dalam praktik bisnis, kebijakan publik, dan strategi pembangunan berkelanjutan. Di sisi lain, pemahaman dan praktik CSR yang ada dapat memberikan umpan balik kepada peneliti dan memotivasi penelitian lebih lanjut untuk menjawab pertanyaan yang belum terjawab atau mengatasi kekurangan dalam pemahaman yang ada.

Dengan demikian, pengetahuan ilmiah dan pemahaman tentang CSR saling mempengaruhi dan memperkaya satu sama lain. Keduanya berkontribusi dalam pengembangan praktik CSR yang lebih baik, kebijakan yang lebih efektif, dan pemahaman yang lebih komprehensif tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam konteks sosial, lingkungan, dan ekonomi yang lebih luas.

D. Ontologi Kompleksitas CSR dan Metode ilmiah dengan Pendekatan Multidisiplin Berbagai Perspektif dan Pemahaman

Ontologi kompleksitas CSR tidak dapat sepenuhnya didekati melalui metode ilmiah tunggal yang ada (Pirson & Steckler, 2019). Dalam rangka memahami ontologi kompleksitas CSR dengan lebih baik, diperlukan pendekatan multidisiplin yang melibatkan berbagai perspektif dan pemahaman. Pendekatan ilmiah tunggal mungkin hanya dapat mengungkapkan sebagian dari kompleksitas CSR. CSR melibatkan berbagai dimensi seperti aspek sosial, lingkungan, ekonomi, budaya, politik, dan nilai-nilai masyarakat. Setiap dimensi ini memiliki kompleksitasnya sendiri dan mempengaruhi pelaksanaan dan dampak program CSR.

Dengan demikian, pendekatan multidisiplin yang melibatkan berbagai bidang ilmu seperti ilmu sosial, ilmu lingkungan, ilmu ekonomi, filsafat, sosiologi, psikologi, dan lain-lain diperlukan untuk memahami ontologi kompleksitas CSR secara holistik (Arrigoni, 2018). Melalui pendekatan ini, berbagai perspektif dapat disatukan, pemahaman yang lebih luas dapat dikembangkan, dan kompleksitas CSR dapat dijelaskan dengan lebih baik. Pendekatan multidisiplin juga memungkinkan kita untuk mengakui keragaman dan kompleksitas dalam konteks CSR. Hal ini memungkinkan pemahaman yang lebih inklusif dan beragam terhadap isu-isu sosial dan lingkungan yang terlibat dalam CSR, serta mengakui berbagai sudut pandang dan kepentingan yang berbeda dari pemangku kepentingan yang terlibat.

Dalam konteks ontologi kompleksitas CSR, pendekatan multidisiplin juga mendorong kolaborasi antara ilmuwan, praktisi, dan masyarakat secara lebih luas. Ini memungkinkan untuk membangun pengetahuan yang lebih holistik, menggabungkan wawasan akademik dengan kebijakan dan praktik yang relevan (Porter & Reischer, 2018). Dengan demikian, untuk mendekati ontologi kompleksitas CSR dengan lebih baik, penting untuk mengadopsi pendekatan multidisiplin yang melibatkan berbagai perspektif, disiplin ilmu, dan pemahaman. Ini akan membantu kita mengatasi kompleksitas dan tantangan yang terkait dengan CSR, dan menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual.

Ontologi Perencanaan sebagai Alat Pengambilan Keputusan

Ontologi perencanaan sebagai alat pengambilan keputusan bersama dalam konteks CSR menunjukkan pentingnya melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan CSR dan pengambilan keputusan yang terkait (Hatipoglu, *et al.*, 2019). Dalam praktik CSR yang berpusat pada partisipasi masyarakat, perencanaan CSR harus didasarkan pada kolaborasi dan dialog antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat yang terkena dampak (Walter, 2014).

Secara ontologi, perencanaan CSR yang melibatkan partisipasi masyarakat mempertimbangkan aspek penting dalam mencapai kebijakan CSR yang sesuai dengan azas demokrasi (Smith, 2007). Ontologi mengacu pada studi tentang hakikat realitas atau eksistensi, dan dalam konteks ini, melibatkan pemahaman tentang keberadaan dan peran masyarakat dalam merumuskan kebijakan CSR. Berikut adalah beberapa alasan mengapa perencanaan CSR melibatkan masyarakat (Asif, *et al.*, 2013), perencanaan CSR yang melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan bersama sangat penting: Pertama, Keberlanjutan dan Relevansi: Melibatkan masyarakat dalam perencanaan CSR memastikan keberlanjutan dan relevansi program. Dengan melibatkan mereka yang terkena dampak langsung, kebijakan CSR dapat mempertimbangkan kebutuhan aktual dan masalah yang relevan bagi masyarakat tersebut. Hal ini membantu memastikan bahwa program yang dirancang berdampak positif dan relevan bagi mereka yang berpartisipasi.

Kedua, Legitimisasi dan Akseptabilitas: Melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait CSR juga memberikan legitimasi dan akseptabilitas yang lebih besar terhadap kebijakan dan program yang diimplementasikan. Dengan memperhitungkan pendapat, masukan, dan aspirasi masyarakat, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan dukungan yang lebih luas dari masyarakat yang terlibat. Ini penting dalam menciptakan kebijakan yang diterima secara sosial dan menjaga hubungan yang baik antara perusahaan dan komunitas.

Ketiga, Pengetahuan Lokal dan Kepemilikan: Masyarakat yang terlibat dalam pengambilan keputusan bersama dalam

perencanaan CSR membawa pengetahuan lokal yang berharga dan memiliki rasa kepemilikan terhadap program. Masyarakat memiliki pemahaman mendalam tentang isu-isu dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan mereka. Dengan melibatkan mereka secara aktif, kebijakan dan program CSR dapat lebih sensitif terhadap konteks lokal, memanfaatkan pengetahuan lokal, dan membangun rasa kepemilikan dalam implementasinya.

Keempat, Pemberdayaan Masyarakat: Proses perencanaan yang melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan bersama memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang isu-isu yang mempengaruhi kehidupan mereka. Ini dapat memberikan pemberdayaan kepada masyarakat dengan meningkatkan keterlibatan mereka dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi mereka secara langsung. Dengan demikian, perencanaan CSR yang partisipatif dapat menjadi alat untuk memperkuat masyarakat dan memberikan mereka peran aktif dalam pembangunan yang berkelanjutan.

Partisipasi masyarakat dalam perencanaan CSR mencerminkan prinsip dasar demokrasi yang menekankan pentingnya keterlibatan dan pengambilan keputusan yang partisipatif oleh masyarakat yang terkena dampak (Tuulentie, *et al.*, 2019). Berikut adalah beberapa cara di mana partisipasi masyarakat dalam perencanaan CSR berhubungan dengan azas demokrasi: Pertama, Kesetaraan dan Keadilan: Partisipasi masyarakat dalam perencanaan CSR memungkinkan peningkatan kesetaraan dan keadilan. Dalam kerangka demokrasi, semua pemangku kepentingan memiliki hak yang sama untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Dengan melibatkan masyarakat yang terkena dampak, kebijakan CSR dapat mencerminkan kebutuhan dan aspirasi yang adil bagi mereka.

Kedua, Pemenuhan Kebutuhan Lokal: Melalui partisipasi masyarakat, perencanaan CSR dapat lebih memahami kebutuhan dan prioritas lokal. Masyarakat yang terlibat dapat memberikan wawasan tentang masalah yang paling penting bagi mereka, serta memberikan perspektif yang beragam dan berbasis pengalaman langsung. Dengan demikian,

kebijakan CSR yang dihasilkan lebih mungkin memenuhi kebutuhan nyata dan relevan bagi masyarakat yang terlibat.

Ketiga, Akuntabilitas dan Transparansi: Partisipasi masyarakat dalam perencanaan CSR juga mempromosikan akuntabilitas dan transparansi. Melibatkan masyarakat berarti memberikan mereka kesempatan untuk menyuarakan kekhawatiran, memberikan masukan, dan mengawasi pelaksanaan kebijakan CSR. Ini dapat meningkatkan transparansi perusahaan dan memastikan pertanggungjawaban terhadap masyarakat yang terkena dampak.

Keempat, Penguatan Masyarakat: Partisipasi masyarakat dalam perencanaan CSR dapat menjadi alat untuk penguatan masyarakat. Melalui proses partisipatif, masyarakat dapat meningkatkan pemahaman tentang isu-isu yang relevan dan mengembangkan kemampuan untuk berperan aktif dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Ini memperkuat aspek demokrasi dengan memberikan warga negara akses dan kekuasaan yang lebih besar dalam pengambilan keputusan.

Namun, penting untuk diakui bahwa implementasi partisipasi masyarakat dalam perencanaan CSR juga harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti representasi yang adil, inklusivitas, dan aksesibilitas informasi. Hal ini untuk memastikan bahwa partisipasi tersebut mencerminkan keragaman dan kepentingan masyarakat yang lebih luas, terutama mereka yang mungkin menghadapi hambatan untuk berpartisipasi secara aktif (O'Faircheallaigh, 2010). Secara keseluruhan, partisipasi masyarakat dalam perencanaan CSR mencerminkan prinsip-prinsip demokrasi, seperti kesetaraan, keadilan, akuntabilitas, transparansi, dan penguatan masyarakat. Dengan melibatkan masyarakat yang terkena dampak, kebijakan CSR dapat menjadi lebih inklusif, relevan, dan responsif terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat yang terlibat.

Epistemologi Obyek Kajian: Upaya menyusun metode Kajian yang disusun berdasarkan Filsafat Ilmu Pengetahuan

Epistemologi adalah cabang filsafat yang berkaitan dengan sifat, sumber, dan batasan pengetahuan (Aarons, 2011). Dalam

konteks CSR perusahaan tambang PT Bukit Asam, epistemologi mengacu pada pemahaman tentang bagaimana pengetahuan diperoleh, diverifikasi, dan digunakan dalam mempelajari, memahami, dan mengatasi isu-isu yang terkait dengan CSR dalam industri tambang. Dalam obyek kajian CSR perusahaan tambang PT Bukit Asam Tbk. di masyarakat, terdapat beberapa pertanyaan epistemologi yang muncul, antara lain: Pertama, Sumber Pengetahuan: Pertanyaan mendasar dalam epistemologi adalah dari mana pengetahuan diperoleh. Dalam konteks CSR perusahaan tambang PT Bukit Asam Tbk., pengetahuan dapat berasal dari berbagai sumber, seperti penelitian ilmiah, pengalaman praktis, data dan informasi yang dikumpulkan dari masyarakat terkena dampak, laporan dan evaluasi independen, serta perspektif akademis dan ahli.

Kedua, Validitas dan Keandalan Pengetahuan: Epistemologi juga berkaitan dengan validitas dan keandalan pengetahuan yang dihasilkan. Dalam obyek kajian CSR perusahaan tambang PT Bukit Asam Tbk., penting untuk mempertimbangkan keabsahan pengetahuan yang dikumpulkan dan digunakan. Ini dapat melibatkan penggunaan metode ilmiah yang benar, verifikasi dan validasi data, peninjauan oleh pihak independen, dan keterbukaan terhadap revisi dan koreksi jika diperlukan.

Ketiga, Perspektif dan Subyektivitas: Epistemologi juga mempertimbangkan peran perspektif dan subyektivitas dalam pembentukan pengetahuan. Dalam konteks CSR perusahaan tambang PT Bukit Asam Tbk di masyarakat, penting untuk mengakui bahwa berbagai pemangku kepentingan memiliki perspektif yang berbeda dan pengalaman yang unik. Pemahaman yang holistik dan inklusif tentang berbagai pandangan dan pengalaman dapat membantu dalam memperoleh pengetahuan yang lebih komprehensif dan objektif.

Keempat, Pemahaman Kontekstual: Epistemologi juga mempertimbangkan pentingnya pemahaman kontekstual dalam memperoleh pengetahuan yang relevan. Dalam CSR perusahaan tambang PT Bukit Asam Tbk, konteks lokal, budaya, sosial, ekonomi, dan lingkungan harus dipahami dengan baik untuk menghargai dan mengintegrasikan pengetahuan dalam konteks yang tepat.

Dalam kajian CSR perusahaan tambang PT Bukit Asam Tbk pemahaman yang mendalam tentang epistemologi dapat membantu dalam memastikan bahwa pengetahuan yang digunakan dalam pengambilan keputusan CSR didasarkan pada sumber yang sah, metode penelitian yang valid, keandalan yang terverifikasi, pemahaman yang inklusif, dan pemahaman kontekstual yang tepat. Ini membantu memastikan bahwa kebijakan dan program CSR yang diimplementasikan relevan, berdampak, dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan yang terkena dampak.

Pembahasan

Pentingnya perencanaan partisipatif dalam penanganan CSR

Kesenjangan pengetahuan mengenai mengapa perencanaan partisipatif dalam penanganan CSR belum efektif dalam memberikan kepuasan kepada masyarakat adalah isu yang kompleks dan dapat disebabkan oleh berbagai faktor (Beckman, *et al.*, 2009; Nejadi & Ghasemi, 2012). Beberapa faktor yang mungkin berkontribusi terhadap kesenjangan ini antara lain: Pertama, Keterbatasan Partisipasi: Perencanaan partisipatif dalam CSR dapat menghadapi keterbatasan dalam tingkat partisipasi yang sebenarnya dari masyarakat. Meskipun perusahaan mungkin telah melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan, partisipasi masyarakat yang efektif dan luas mungkin tidak tercapai. Hal ini dapat disebabkan oleh kendala waktu, aksesibilitas, pengetahuan, keterampilan, atau faktor-faktor lain yang membatasi partisipasi aktif dari masyarakat.

Kedua, Ketimpangan Kekuasaan: Ketimpangan kekuasaan antara perusahaan dan masyarakat dapat menjadi hambatan dalam perencanaan partisipatif yang efektif. Masyarakat yang terkena dampak mungkin menghadapi tantangan dalam mempengaruhi keputusan yang diambil dan memiliki kekuasaan nyata dalam proses perencanaan. Ketika kekuasaan tidak seimbang, kepentingan masyarakat mungkin tidak sepenuhnya terwakili, dan keputusan yang diambil mungkin tidak memenuhi harapan mereka.

Ketiga, Komunikasi yang Tidak Efektif: Komunikasi yang tidak efektif antara perusahaan dan masyarakat juga dapat

menyebabkan kesenjangan dalam perencanaan partisipatif CSR. Ketidakjelasan informasi, kesenjangan bahasa, kurangnya aksesibilitas informasi, atau kurangnya transparansi dalam proses komunikasi dapat menghambat pemahaman dan keterlibatan masyarakat secara efektif. Kurangnya komunikasi yang terbuka dan jelas dapat mengurangi kepuasan masyarakat terhadap perencanaan CSR.

Keempat, Perbedaan Harapan dan Prioritas: Terkadang, perbedaan dalam harapan dan prioritas antara perusahaan dan masyarakat dapat menyebabkan kesenjangan dalam kepuasan. Masyarakat mungkin memiliki harapan yang berbeda tentang apa yang dianggap sebagai solusi atau manfaat yang diinginkan dari perencanaan CSR, sementara perusahaan mungkin memiliki prioritas yang berbeda berdasarkan tujuan bisnis dan pembangunan berkelanjutan. Kesenjangan ini dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat terhadap hasil perencanaan partisipatif CSR. Kurangnya Keterlibatan dari *Stakeholder* Lainnya: Perencanaan partisipatif yang efektif dalam CSR melibatkan tidak hanya masyarakat, tetapi juga berbagai pemangku kepentingan lainnya, seperti pemerintah, LSM, dan akademisi. Kurangnya keterlibatan atau kerjasama dari stakeholder lainnya dalam proses perencanaan dapat mengurangi keefektifan perencanaan partisipatif dan dampak positif yang dihasilkan.

Penting untuk memperhatikan dan memperbaiki faktor-faktor tersebut, untuk mengatasi kesenjangan ini. Pelibatan masyarakat secara aktif dan memastikan partisipasi yang inklusif, mengurangi ketimpangan kekuasaan, meningkatkan komunikasi yang efektif, menghargai perbedaan harapan dan prioritas, serta melibatkan stakeholder lainnya dalam proses perencanaan dapat membantu meningkatkan efektivitas perencanaan partisipatif dalam penanganan CSR (Yekini & Jallow, 2012). Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk membangun sinergi dengan berbagai pemangku kepentingan atau stakeholder yang bervariasi, baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Pemahaman dan interaksi yang baik dengan stakeholder ini sangat penting dalam operasionalisasi perusahaan dan pencapaian tujuan bisnis yang berkelanjutan.

Melalui keterlibatan dan kerjasama dengan stakeholder, perusahaan dapat

membangun hubungan yang kuat, membangun kepercayaan, dan menciptakan nilai bersama. Operasionalisasi perusahaan yang memperhatikan stakeholder juga membantu dalam mengidentifikasi risiko, mengelola tantangan, serta memanfaatkan peluang yang muncul. Dalam jangka panjang, pendekatan ini berkontribusi pada keberlanjutan dan keberhasilan perusahaan dalam lingkungan yang kompleks dan dinamis (Hansen & Spitzeck, 2011). Penting bagi perusahaan untuk memiliki strategi komunikasi yang efektif, mengadopsi praktik tata kelola yang baik, melibatkan stakeholder dalam proses pengambilan keputusan, dan secara aktif berpartisipasi dalam inisiatif yang memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, perusahaan dapat memenuhi tuntutan dan harapan stakeholder serta berkontribusi positif kepada masyarakat secara luas (Capriotti, *et al.*, 2021).

Kasus dan Konflik Perusahaan dengan Masyarakat

Studi ini memahami fenomena ini dari perspektif masyarakat, perlu melihat latar belakang permasalahan yang muncul dan alasan mengapa masyarakat menentang kehadiran perusahaan di tengah-tengah mereka sebagai akibat dari berbagai kasus operasional perusahaan (Ajayi & Mmutle, 2021). Biasanya, kasus-kasus terkait CSR ini sering terjadi pada perusahaan pertambangan yang berskala besar. Beberapa contoh kasus yang melibatkan konflik yang meluas antara perusahaan pertambangan dan masyarakat lokal di Indonesia mencakup: a). Salah satu kasus adalah keterlibatan Exxon Mobil (migas) di Lhokseumawe (Aceh) yang terkait dengan pelanggaran hak asasi manusia. Perusahaan ini dihadapkan pada tuntutan terkait pelanggaran HAM yang dilakukan selama operasionalnya. b). PT Caltex Pacific Indonesia (minyak) di Duri (Riau) juga menghadapi kasus yang melibatkan tuntutan masyarakat terkait kompensasi. Masyarakat menuntut kompensasi atas dampak negatif operasional perusahaan ini terhadap kondisi ekonomi, kesehatan, dan lingkungan yang semakin memburuk. Tuntutan ini bahkan mencapai tingkat DPR pusat. c). Kasus lainnya melibatkan PT. Newmont Minahasa Raya (emas dan mineral) di Minahasa (Sulut). Perusahaan ini terlibat dalam pencemaran Teluk Buyat akibat pembuangan tailing ke

dasar laut. Dampaknya adalah tercemarnya laut, menyebabkan penurunan tangkapan ikan dan menurunnya kualitas kesehatan masyarakat lokal. d). PT. Freeport Indonesia (tembaga, emas, dan perak) di Timika (Papua) juga terlibat dalam konflik terkait tanah ulayat, pelanggaran adat, serta kesenjangan sosial dan ekonomi. Kasus ini mencakup isu-isu terkait kepemilikan tanah, pelanggaran norma adat, dan dampak negatif terhadap masyarakat lokal secara sosial dan ekonomi.

Berdasarkan kejadian di atas dapat dianalisis secara ontologis. Secara ontologis, terdapat nilai yang terkait dengan dinamika antara perusahaan dan masyarakat. Masyarakat merasakan bahwa perusahaan memperoleh keuntungan secara tidak langsung dari interaksi dengan mereka, melalui kegiatan yang dilakukan di sekitar komunitas. Oleh karena itu, masyarakat berusaha untuk mendapatkan manfaat dari perusahaan dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan mereka. Sementara itu, perusahaan memiliki keinginan untuk beroperasi di tengah-tengah masyarakat sesuai dengan targetnya dan mempertahankan operasionalnya sejauh mungkin hingga batas tertentu (Schultz & Wehmeier, 2010). Namun, fenomena ini telah menyebabkan perencanaan partisipatif CSR yang dilakukan selama ini belum mampu memberikan kepuasan yang memadai bagi masyarakat. Hal ini disebabkan oleh fokus perencanaan yang hanya terbatas pada partisipasi masyarakat, tanpa memberikan pemahaman yang memadai mengenai nilai-nilai atau karakteristik yang melekat dalam CSR itu sendiri.

Penting untuk mengakui bahwa CSR bukanlah sekadar kegiatan partisipatif semata, melainkan juga melibatkan pemahaman tentang nilai-nilai yang ada di dalamnya. Dalam merencanakan CSR, perlu ada pengakuan terhadap karakteristik CSR sebagai upaya untuk menciptakan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat. Ini termasuk memahami bagaimana kegiatan CSR dapat mencerminkan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, serta bagaimana hal itu dapat berkontribusi pada pembangunan yang berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan (El-Bassiouny, *et al.*, 2018). Penggabungan pemahaman partisipatif dan pemahaman tentang nilai-nilai yang melekat dalam CSR, perencanaan CSR dapat menjadi lebih holistik

dan dapat meningkatkan kepuasan masyarakat secara signifikan. Masyarakat akan merasakan manfaat yang lebih nyata dan berkelanjutan, sementara perusahaan akan memperoleh legitimasi dan dukungan yang lebih kuat dari masyarakat (Park & Kim, 2022).

Kesenjangan pelaksanaan CSR

Kesenjangan dalam pelaksanaan CSR disebabkan oleh kelemahan dalam perencanaan transaktif. Perencanaan transaktif bertujuan untuk mengatasi perbedaan pandangan (*communication gap*) antara pengetahuan teknis dari perencana dengan pengetahuan lokal dari masyarakat (Glavas & Fitzgerald, 2020). Perencanaan transaktif adalah pendekatan yang mengakui pentingnya komunikasi dan dialog antara perencana atau pihak perusahaan dengan masyarakat lokal. Melalui perencanaan transaktif, pengetahuan dan pengalaman lokal yang dimiliki oleh masyarakat dapat diintegrasikan dengan pengetahuan teknis yang dimiliki oleh perencana. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pemahaman yang lebih baik, mengakui kebutuhan dan aspirasi masyarakat, serta menghindari kesenjangan informasi yang dapat menyebabkan ketidakpuasan (Kennedy, *et al.*, 2017).

Perencanaan transaktif, melibatkan komunikasi yang efektif dan partisipasi aktif dari masyarakat lokal menjadi kunci. Perencana harus mampu mendengarkan dengan baik, menghargai pengetahuan lokal, dan berupaya untuk menjembatani perbedaan pandangan. Dalam proses ini, pengetahuan teknis dari perencana dapat disesuaikan dengan pengetahuan lokal untuk mencapai solusi yang lebih holistik dan berkelanjutan. Dengan memperkuat perencanaan transaktif, diharapkan kesenjangan antara perencana dan masyarakat dalam pelaksanaan CSR dapat diatasi. Melalui dialog, kerjasama, dan integrasi pengetahuan, perencanaan CSR dapat lebih responsif terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat, sehingga pelaksanaannya dapat lebih berhasil dan memberikan kepuasan yang lebih besar bagi semua pihak yang terlibat (Mutale, *et al.*, 2017).

5. SIMPULAN

Perencanaan partisipatif CSR yang telah dilaksanakan sejauh ini masih belum berhasil menjawab mengapa masih terjadi

ketidakpuasan di masyarakat dari segi ontologi. Hal ini disebabkan oleh kompleksitas hubungan antara perusahaan dan masyarakat, ketidakpastian dalam menentukan besaran CSR yang merupakan keputusan perusahaan, serta kurangnya peraturan yang mengatur penentuan besaran CSR.

Di sisi lain, perencanaan partisipatif dalam CSR tidak secara langsung memberikan kepuasan kepada masyarakat karena terdapat elemen transaktif dalam perencanaan CSR yang perlu diuji kebenarannya. Pendekatan ini lebih cenderung pada pertukaran nilai, yaitu "siapa mendapatkan apa", daripada hanya mengandalkan aspek partisipatif. Masyarakat mengharapkan perusahaan tetap memperhatikan kesejahteraan mereka karena mereka telah setuju untuk hidup berdampingan dengan daerah operasional perusahaan yang rentan terhadap dampak sosial (seperti perusahaan pertambangan).

Di sisi lain, perusahaan beranggapan bahwa CSR sangat tergantung pada keuntungan perusahaan dan stabilitas produksi, serta dukungan dari masyarakat. Pandangan-pandangan ini mencerminkan pemahaman transaktif antara perusahaan dan masyarakat dalam memaknai CSR. Namun, kedua pandangan ini belum sepenuhnya mencerminkan aspek transaktif yang terjadi antara kedua belah pihak dalam perencanaan CSR. Dengan mempertimbangkan perencanaan CSR dari perspektif transaktif, dapat memberikan potensi untuk menjawab mengapa perencanaan partisipatif CSR belum berhasil memberikan kepuasan maksimal kepada masyarakat. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemenuhan aspek transaktif dalam CSR yang belum sepenuhnya mencerminkan kepentingan kedua belah pihak.

6. DAFTAR PUSTAKA (REFERENSI)

- Aarons, J. (2011). Epistemology and knowledge management. *Encyclopedia of Knowledge Management, Second Edition*, 270-279.
- Ajayi, O. A., & Mmutle, T. (2021). Corporate reputation through strategic communication of corporate social responsibility. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(5), 1-15.
- Alfitri. (2011). *Community Development: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta (ID): Pustaka Pelajar.
- Amalia, E. (2019). Regulasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Indonesia. *ADIL: Jurnal Hukum*, 10(2).
- Arrigoni, A. (2018). CSR and Social Ontology: A Missing, but Necessary Link. Towards a Realist Account of the Firm☆. In *The Critical State of Corporate Social Responsibility in Europe*. Emerald Publishing Limited.
- Asif, M., Searcy, C., Zutshi, A., & Fisscher, O. A. (2013). An integrated management systems approach to corporate social responsibility. *Journal of cleaner production*, 56, 7-17.
- Beckman, T., Colwell, A., & Cunningham, P. H. (2009). The emergence of corporate social responsibility in Chile: The importance of authenticity and social networks. *Journal of Business Ethics*, 86, 191-206.
- Capriotti, P., Zeler, I., & Camilleri, M. A. (2021). Corporate communication through social networks: The identification of the key dimensions for dialogic communication. *Strategic corporate communication in the digital age*.
- El-Bassiouny, N., Darrag, M., & Zahran, N. (2018). Corporate social responsibility (CSR) communication patterns in an emerging market: An exploratory study. *Journal of Organizational Change Management*.
- Glavas, A., & Fitzgerald, E. (2020). The process of voluntary radical change for corporate social responsibility: The case of the dairy industry. *Journal of Business Research*, 110, 184-201.
- Hansen, E. G., & Spitzeck, H. (2011). Measuring the impacts of NGO partnerships: The corporate and societal benefits of community involvement. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 11(4), 415-426.
- Hatipoglu, B., Ertuna, B., & Salman, D. (2019). Corporate social responsibility

- in tourism as a tool for sustainable development: An evaluation from a community perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Jenkins, H., & Yakovleva, N. (2006). Corporate Social Responsibility in the Mining Industry: Exploring Trends in Social and Environmental Disclosure. *Journal of Cleaner Production*. 14:271–284.
- Juwita, R. (2019). *Discourse Technologist Praktisi Public Relations Tentang Program Corporate Social Responsibility Industri Pertambangan Batu Bara di Kalimantan Timur* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Kapelus, P. (2002). Mining, Corporate Social Responsibility and the Community: the Case of Rio Tinto, Richards Bay Minerals and the Mbonambi. *Journal of Business Ethics*. 39:275–296.
- Kennedy, S., Whiteman, G., & van den Ende, J. (2017). Radical innovation for sustainability: The power of strategy and open innovation. *Long Range Planning*, 50(6), 712-725.
- Koloay, N., Montolalu, J., & Mangindaan, J. V. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Pada Perusahaan Tambang Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(002).
- Litmanen, T., Jartti, T., & Rantala, E. (2016). Refining the Preconditions of A Social Licence to Operate (SLO): Reflections on Citizens' Attitudes Towards Mining in Two Finnish Regions. *the Extractive Industries and Society*. 3:782–792.
- Mutale, I., Franco, I. B., & Jewette, M. (2019). Corporate sustainability performance: an approach to effective sustainable community development or not? A case study of the Luanshya copper mine in Zambia. *Sustainability*, 11(20), 5775.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik corporate social responsibility (csr) di Indonesia. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61-66.
- Nejati, M., & Ghasemi, S. (2012). Corporate social responsibility in Iran from the perspective of employees. *Social Responsibility Journal*, 8(4), 578-588.
- Nygaard, V. (2015). Do Indigenous Interests Have A Say in Planning of New Mining Projects? Experiences from Finnmark, Norway. *the Extractive Industries and Society*. 3:17–24.
- O'Faircheallaigh, C. (2010). Public participation and environmental impact assessment: Purposes, implications, and lessons for public policy making. *Environmental impact assessment review*, 30(1), 19-27.
- Park, H., & Kim, S. Y. (2022). Consumer empowerment in corporate social responsibility: the effect of participatory CSR on company admiration and word-of-mouth communications. *Corporate Communications: An International Journal*, 27(2), 346-367.
- Phillips, R., & Pitman R. (2009). *An Introduction to Community Development*. Routledge.
- Pirson, M., & Steckler, E. (2019). A humanistic ontology for responsible management. In *Business Ethics* (Vol. 3, pp. 295-322). Emerald Publishing Limited.
- Porter, T. B., & Reischer, R. (2018). A complexity perspective on CSR and sustainability: Theory and a longitudinal case study. *Complex Systems Studies*, 87.
- Rofiq, M. N. (2018). Peranan filsafat ilmu bagi perkembangan ilmu pengetahuan. *FALASIFA: Jurnal Studi Keislaman*, 9(1), 161-175.

- Salim, H. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Kencana.
- Schultz, F., & Wehmeier, S. (2010). Institutionalization of corporate social responsibility within corporate communications: Combining institutional, sensemaking and communication perspectives. *Corporate Communications: an international journal*, 15(1), 9-29.
- Shahin, A., & Zairi, M. (2007). Corporate governance as a critical element for driving excellence in corporate social responsibility. *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Smith, A. D. (2007). Making the case for the competitive advantage of corporate social responsibility. *Business Strategy Series*, 8(3), 186-195.
- Sudiantara, Y. (2020). *Filsafat Ilmu Pengetahuan: Bagian pertama, Inti Filsafat Ilmu Pengetahuan*. SCU Knowledge Media.
- Suharto, E. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial*. Bandung (ID): Refika Aditama.
- Suryandari, N. N. A., & Mongan, F. F. A. (2020). Nilai Perusahaan Ditinjau Dari Tanggung Jawab Sosial, Tata Kelola, Dan Kesempatan Investasi Perusahaan. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 2(2), 94-103.
- Sutarso. (1985). *Praktek Pekerjaan Sosial dalam Pembangunan Masyarakat*. Bandung (ID): STKS.
- Taufiq, M., Suhirman, S., Sofhani, T. F., & Kombaitan, B. (2019). Kajian Csr Melalui Sudut Pandang Perencanaan Transaktif: Studi Kasus Perencanaan Csr Di Indonesia. *INDONESIAN JOURNAL OF ACCOUNTING AND GOVERNANCE*, 3(2), 176-194.
- Taufiq, abd Rohman dan Achmad Iqbal. 2021. Analisis Peran Corporate Social Responsibility terhadap Aspek Sosial, Ekonomi dan Lingkungan pada Industri Ritel. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*. Vol. 6, No. 1, Hal 22-36. Juni.
- Theresia, A., Andini, K.S., Nugraha, P.G.P. & Mardikanto, T. (2015). *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Bandung (ID): Penerbit Alfabeta.
- Tuulentie, S., Halseth, G., Kietäväinen, A., Ryser, L., & Similä, J. (2019). Local community participation in mining in Finnish Lapland and Northern British Columbia, Canada—Practical applications of CSR and SLO. *Resources policy*, 61, 99-107.
- Unesco. (1956). the Definition of Community Development. *Unesco Working Paper for Acc Working Group on Community Development*.
- United Nation. (2017). *the Sustainable Development Goals Report 2017*.
- Utami, Asri dan Ahmad Saifudin Mutaqi. 2023. Studi Literatur Aspek Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. ANTAM Tbk. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Teknik*. Vol. 2 No. 1. DOI: <https://doi.org/10.55606/jurritek.v2i1.901>
- Walter, B. L. (2014). Corporate social responsibility communication: towards a phase model of strategic planning. In *Communicating corporate social responsibility: Perspectives and practice* (Vol. 6, pp. 59-79). Emerald Group Publishing Limited.
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. myria publisher.
- Widhagdha, M. F., Wahyuni, H. I., & Sulhan, M. (2019). Relasi sosial dalam praktik kebijakan CSR. *The Journal of Society and Media*, 3(1), 105-125.

Yakoleva, N. (2005). *Corporate Social Responsibility in the Mining Industries*. Cornwall (GB): Ashgate Publishing Limited.

Yekini, K., & Jallow, K. (2012). Corporate community involvement disclosures in annual report: A measure of corporate community development or a signal of CSR observance?. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 3(1), 7-32.

Zubaedi. (2013). *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*. Jakarta (ID): Fajar Interpratama Mandiri.