



Program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Wujud Kepedulian Sosial Perusahaan PT. Suryanusa Nadicipta pada Masyarakat Desa Pasir Datar Kab. Sukabumi

Herlina Siregar^{1*}, Fitri Pertiwi²

¹² Jurusan Pendidikan Nonformal, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received April 12, 2025

Revised May 13, 2025

Accepted May 21, 2025

Available online May 21, 2025

Kata Kunci:

Kepedulian Sosial, Perusahaan,
Program Corporate Social
Responsibility

Keywords:

Company, Corporate Social
Responsibility Programs, Social
Concern



This is an open access article under the
[CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2025 by Herlina Siregar,
Fitri Pertiwi. Published by CV.
Rifainstitut

ABSTRAK

Kepedulian sosial melalui program CSR berfungsi sebagai investasi jangka panjang untuk meningkatkan citra perusahaan dan memastikan keberlangsungan dalam masyarakat. Namun, sengketa tanah telah menimbulkan ketegangan antara hubungan masyarakat, dipicu oleh kekhawatiran warga setempat tentang keamanan kerja akibat potensi alih fungsi lahan untuk agrowisata. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis program CSR sebagai wujud kepedulian sosial perusahaan PT. Suryanusa Nadicipta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung dengan informan, yaitu staf perusahaan, tokoh masyarakat, dan penerima manfaat. Hasil menunjukkan bahwa program CSR, khususnya melalui strategi dukungan emosional seperti prinsip 3S (sapa, senyum, dan salam), mendorong kohesi sosial, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkuat kepercayaan, membentuk hubungan simbiosis antara perusahaan dan masyarakat, sekaligus menekankan perlunya keterlibatan keberlanjutan untuk memastikan dampak jangka panjang. Selain itu, dukungan penghargaan dan informasi terkait kesempatan kerja meningkatkan partisipasi masyarakat. Temuan penelitian menekankan pentingnya pendekatan humanistik dalam CSR, yang tidak hanya meningkatkan kesejahteraan psikologis dan emosional masyarakat, tetapi juga memperkuat ikatan sosial.

ABSTRACT

Social concern through CSR programs serves as a long-term investment to enhance the company's image and ensure sustainability within the community. However, land disputes have created tensions in community relations, driven by local residents' concerns about job security due to the potential conversion of land for agrotourism. This study aims to analyze the CSR program as a manifestation of social concern by PT. Suryanusa Nadicipta. Utilizing a qualitative approach with a descriptive method, data collection techniques included interviews and direct observations with informants, namely company staff, community leaders, and beneficiaries. The results indicate that the CSR program, particularly through emotional support strategies such as the 3S principles (Greet, Smile, and Salute), fosters social cohesion, enhances community welfare, and strengthens trust, forming a symbiotic relationship between the company and the community while emphasizing the need for sustainable engagement to ensure long-term impact. Additionally, recognition support and information related to job opportunities increase community participation. The research findings emphasize the importance of a humanistic approach in CSR, which not only improves the psychological and emotional well-being of the community but also strengthens social bonds.

1. PENDAHULUAN

Banyak upaya perusahaan dalam memberikan timbal balik kepada masyarakat sebagai komitmen dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar yang berdampak langsung maupun tidak langsung sebagai bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan

*Corresponding author

E-mail addresses: herlina.siregar@untirta.ac.id (Herlina Siregar)

tidak hanya berfokus pada keuntungan (*profit*), tetapi juga memperhatikan dampaknya terhadap Masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*). Bentuk komitmen tersebut dijalankan dengan memanfaatkan peran aktif pihak ketiga atau swasta melalui program *corporate social responsibility* (CSR) yang bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan komunitas lokal dan masyarakat luas apada umumnya untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Clutterbuck et al. dalam [Gunawan & Paramitha \(2024\)](#), mendefinisikan bahwa CSR merupakan manifestasi tanggung jawab perusahaan terhadap kondisi social dan lingkungan sekitarnya yang diwujudkan melalui kegiatan-kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat, menjaga lingkungan, atau memberikan kontribusi positif lainnya.

Dalam konteks ini, Perusahaan seringkali menjalankan CSR sebagai bentuk investasi social jangka Panjang yang tidak hanya bertujuan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat, tetapi juga menciptakan stabilitas social yang mendukung operasional mereka. Diperkuat pendapat [Cantika et al., \(2024\)](#) bahwa investasi social dalam CSR merupakan strategi saling menguntungkan antara Perusahaan dan Masyarakat untuk membangun jaringan social jangka panjang demi kesejahteraan Bersama. Investasi social dalam CSR tidak hanya bersifat berkelanjutan tetapi juga efisiensi, karena setiap program saling berkaitan dan berdampak luas dalam mendorong pengembangan Masyarakat.

Salah satu perusahaan yang menjalankan prinsip kemitraan dan kesukarelaan adalah PT. Suryanusa Nadicipta (SNN). PT. Suryanusa Nadicipta (SNN) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang agrowisata yang berlokasi di Kawasan Desa Pasir Datar Kecamatan Caringin Kabupaten Sukabumi Jawa Barat.

Implementasi program CSR PT. Suryanusa Nadicipta (SNN) sebagai wujud kepedulian sosial yang memberikan manfaat kepada komunitas local dan masyarakat secara umum. Kepedulian sosial adalah cara untuk memelihara hubungan dengan orang lain yang bermula dari perasaan dan ditunjukkan dengan perbuatan seperti memperhatikan orang lain, dan menolong orang yang membutuhkan pertolongan ([Kaharuddin, 2017](#)).

Kepedulian sosial melalui Program CSR sebagai investasi jangka Panjang untuk menumbuhkan citra perusahaan di mata masyarakat agar perusahaan bisa tetap eksis beroperasi di tengah-tengah masyarakat dengan cara membantu atau menolong masyarakat sekitar area perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup dari aspek ekonomi dan sosial. Menurut [Vegawati et al., \(2015\)](#), CSR dapat digunakan perusahaan sebagai strategi pencitraan bagi perusahaan.

Hubungan perusahaan dan masyarakat bersifat symbiosis mutualisme saling membutuhkan satu sama lain dengan memberi dan menerima informasi terkait perusahaan dalam rangka menciptakan opini positif kepada masyarakat. Membangun hubungan positif antara perusahaan dan masyarakat melalui kegiatan-kegiatan sosial misalkan pemberdayaan masyarakat, pengembangan mata pencaharian, pelatihan, dan lain sebagainya. Dampak langsung dari CSR dapat berupa peningkatan infrastruktur, pelatihan, keterampilan kerja, atau program Kesehatan yang diberikan langsung kepada Masyarakat sekitar. Sementara itu, dampak tidak langsung mencakup peningkatan citra Perusahaan, loyalitas Masyarakat, dan keberlanjutan hubungan antara perusahaan dan masyarakat lokal.

Namun, konflik yang diakibatkan perselisihan sengketa lahan membuat hubungan perusahaan dengan masyarakat bisa dikatakan kurang baik. Masyarakat setempat tidak percaya dan khawatir kehilangan pekerjaannya sebagai petani karena lahan akan dioperalkkan dan dijadikan objek wisata agro wisata. Tidak adanya komunikasi yang dua arah dan merata di duga menjadi permasalahan di awal proses, sehingga masyarakat memperoleh informasi tentang proyek agro wisata tidak utuh dan simpang siur.

PT Suryanusa Nadicipta berupaya untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dengan cara melakukan konsultasi publik yang melibatkan perwakilan

perusahaan, muspika Kabupaten Sukabumi, para tokoh masyarakat serta perwakilan masyarakat desa pasir datar dan desa sukamulya.

Selain itu, untuk menciptakan hubungan yang serasi dan seimbang dalam membangun kepedulian sosial di masyarakat, perusahaan juga menjalankan komitmen dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat seperti pembangunan koperasi masyarakat, memperbaiki fasilitas umum, pemberdayaan masyarakat dan perempuan, serta mengembangkan ekonomi kreatif (UMKM) bahkan pemberian lahan sekitar 31% dari lahan seluas 100 Ha untuk digarap oleh masyarakat sekitar. Melalui program CSR, perusahaan dapat memberikan pelayanan berupa pemberdayaan kepada masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial guna meningkatkan kualitas dan tingkat kesejahteraan hidup masyarakat ([Rahmadani dkk., 2019](#)).

Namun implementasinya dilapangan timbul permasalahan, lahan yang digarap masyarakat tidak optimal karena kurangnya pendampingan dan bimbingan dalam menggarap lahan. Walaupun begitu, PT. Suryanusa Nadicipta tetap berkomitmen untuk selalu mengembangkan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui proyek agrowisata. Berdasarkan penjelasan di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan program CSR Perusahaan PT. Suryanusa Nadicipta sebagai Wujud Kepedulian Sosial pada Masyarakat Desa Pasir Datar Kab. Sukabumi.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dengan alasan agar peneliti lebih leluasa dalam mengumpulkan, menyusun serta menganalisis fenomena yang berkaitan dengan program CSR sebagai wujud kepedulian sosial perusahaan pada masyarakat desa. Penelitian dilaksanakan di PT. Suryanusa Nadicipta yang berlokasi di Desa Pasir Datar Kecamatan Caringin Kabupaten Sukabumi. Menurut [Abdussamad \(2021\)](#) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Data triangulasi diperoleh dari berbagai sumber diantaranya 3 orang staf perusahaan dan 1 orang penerima manfaat yaitu masyarakat desa Pasir Datar melalui teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan observasi langsung kepada informan. Penelitian ini menekankan triangulasi sumber, dimana peneliti membandingkan hasil dokumentasi yang diamati dengan hasil analisis data untuk memperoleh validitas temuan. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program CSR bukan sekadar strategi filantropi perusahaan, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam membangun kepedulian sosial yang berkelanjutan. PT. Suryanusa Nadicipta menunjukkan komitmen melalui program CSR dalam pengembangan masyarakat lokal. Salah satu aspek penting dari kepedulian sosial Perusahaan adalah mengintegrasikan nilai-nilai etis dan sosial ke dalam strategi bisnis. Menurut ([Nugroho dkk., 2018](#)), aktifitas CSR sebagai bentuk kepedulian Perusahaan terhadap kelompok-kelompok rentan, termasuk anak-anak remaja sangat diperlukan untuk membangun hubungan harmonis antara Perusahaan dan Masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan bahwa kepedulian sosial yang diberikan oleh PT. Suryanusa Nadicipta kepada masyarakat setempat melalui program CSR mencerminkan pemahaman yang mendalam pentingnya aspek psikologi dalam pengembangan masyarakat. Dukungan ini tidak hanya sebatas pada pemberian bantuan

material, tetapi juga mencakup upaya untuk membangun ikatan emosional yang kuat antara perusahaan dan masyarakat.

Dalam praktik CSR PT. Suryanusa Nadicipta, penerapan 3S (Sapa, Senyum, dan Salam) berperan dalam membangun suasana yang positif, dimana masyarakat merasa lebih dihargai dan diperhatikan. Penerapan 3S tidak hanya berfungsi sebagai bentuk dukungan emosional dari perusahaan kepada masyarakat, tetapi juga sebagai strategi efektif dalam membangun kepercayaan dan kolaborasi yang akan memberikan manfaat berkelanjutan di kedua belah pihak. Dalam dunia perusahaan yang semakin berorientasi pada hubungan sosial, penguatan elemen-elemen ini dalam komunikasi dan interaksi perusahaan menjadi sangat penting. Perusahaan yang aktif menerapkan strategi 3S tidak hanya membangun citra positif tetapi juga menciptakan lingkungan yang mendukung kesejahteraan mental dan emosional komunitas ([Muharram, 2020](#)). Pembiasaan 3S sebagai bentuk strategi kepedulian sosial berbasis emosional yang dapat mempererat citra perusahaan sebagai entitas yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan emosional masyarakat. Kepedulian sosial berbasis emosional dapat memberikan berbagai manfaat psikologis. Dalam konteks penerapan 3S oleh perusahaan, nilai-nilai ini sangat relevan karena membantu menciptakan lingkungan yang lebih aman dan nyaman bagi masyarakat, sehingga mengurangi rasa keterasingan dan meningkatkan kepercayaan sosial. Diperkuat pendapat [Hogan et al., \(2013\)](#) bahwa interaksi sosial positif ini membantu membangun jaringan sosial yang kuat, sehingga individu merasa lebih terintegrasi dalam komunitas, mengurangi rasa keterasingan dalam situasi sulit. Penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa ketika individu merasa diakui dan didukung, mereka lebih cenderung untuk merasa puas dengan hidup mereka dan membangun hubungan yang lebih sehat dengan orang lain ([Russo dkk., 2015](#)).

Penerapan 3S dalam interaksi sehari-hari dapat mengubah dinamika sosial masyarakat. Ketika perusahaan berkomitmen untuk menerapkan sapa senyum dan salam mereka tidak hanya memberi dukungan emosional tetapi juga membantu membangun lingkungan yang inklusif. Hal seperti ini dapat mengurangi perasaan keterasingan di antara individu dalam kelompok ([Rifqoh et al., 2024](#)).

Dalam jangka panjang, dukungan emosional melalui 3S dapat menciptakan efek domino, di mana nilai-nilai positif ini menyebar ke berbagai aspek kehidupan sosial, meningkatkan kualitas interaksi antar individu, serta mendorong terciptanya komunitas yang lebih harmonis.

Selanjutnya bentuk kepedulian sosial yang memiliki dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan psikologis individu dan kohesi sosial dalam komunitas adalah dukungan penghargaan. Kepedulian sosial berbasis dukungan penghargaan dari perusahaan kepada masyarakat merupakan bagian integral dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan reputasi perusahaan tetapi juga untuk memajukan kesejahteraan masyarakat. Dukungan penghargaan ini dapat berupa pengakuan terhadap kontribusi individu atau kelompok, pemberian penghargaan, atau pengembangan program yang mempromosikan apresiasi terhadap upaya sosial di komunitas.

Dukungan penghargaan dapat berfungsi sebagai motivator bagi masyarakat untuk terlibat lebih aktif dalam kegiatan sosial. Ketika perusahaan memberikan penghargaan atas upaya sosial yang dilakukan oleh individu atau kelompok, hal ini tidak hanya memberikan pengakuan tetapi juga dapat meningkatkan rasa kebersamaan dan loyalitas terhadap perusahaan. Dalam konteks CSR penting untuk menunjukkan bahwa perusahaan berinvestasi dalam upaya sosial yang bermanfaat bagi masyarakat ([Irawan dkk., 2023](#)). Hal ini terbukti efektif dalam menumbuhkan semangat kelompok yang kuat dan meningkatkan rasa saling peduli di antara anggota masyarakat.

Dalam penelitian ini, kepedulian sosial berbasis dukungan penghargaan yang diberikan PT. Suryanusa Nadicipta bertujuan untuk membangun rasa percaya diri, meningkatkan nilai diri, serta memberikan pengakuan kepada masyarakat. Partisipasi PT. Suryanusa Nadicipta dalam Perayaan Hari Ulang Tahun (HUT) Republik Indonesia setiap tahun melalui sumbangan dana atau barang bukan hanya sekadar bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga cerminan dari keterlibatan aktif dalam kehidupan sosial masyarakat. Dalam konteks kepedulian sosial, tindakan ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga memiliki komitmen untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan komunitas sekitar.

Keterlibatan perusahaan dalam momen penting seperti HUT RI memberikan rasa pengakuan terhadap keberadaan masyarakat. Ketika perusahaan turut serta dalam perayaan nasional yang penuh makna, hal ini memperkuat rasa memiliki dan identitas kolektif di dalam komunitas. Masyarakat merasa dihargai bukan hanya sebagai penerima manfaat ekonomi dari perusahaan, tetapi juga sebagai bagian penting dalam hubungan sosial yang lebih luas.

Kontribusi dalam perayaan HUT RI juga tidak hanya berfungsi sebagai dukungan material, tetapi juga sebagai sarana untuk mempererat solidaritas sosial. Perayaan ini menjadi ajang bagi masyarakat untuk berinteraksi, berbagi kebahagiaan, dan memperkuat hubungan sosial antar individu. Kepedulian sosial dalam bentuk ini memungkinkan masyarakat untuk membangun rasa kebersamaan dan meningkatkan keterlibatan sosial mereka dalam kehidupan komunitas.

Melalui kepedulian sosial dalam bentuk ini, masyarakat merasa diberdayakan dan memiliki tempat dalam struktur sosial yang lebih luas. Penghargaan yang diberikan kepada individu atau kelompok lokal dapat meningkatkan harga diri dan kepercayaan diri mereka, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan psikologis ([Handayani & Susanti, 2022](#)). Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai penyedia keuntungan material tetapi juga sebagai entitas yang mendukung pengembangan identitas dan jati diri masyarakat. Ini juga menciptakan persepsi positif terhadap perusahaan di mata masyarakat.

Pendekatan ini mendemonstrasikan bahwa kepedulian sosial berbasis dukungan penghargaan perusahaan tidak hanya sekadar formalitas, tetapi dapat menjadi langkah transformatif dalam menghubungkan perusahaan dengan masyarakat secara lebih mendalam. Dalam konteks ini, dukungan penghargaan juga dapat memperkaya interaksi sosial antara perusahaan dan komunitas, dan membangun reputasi yang kuat yang bermanfaat baik bagi perusahaan maupun masyarakat. Dengan kepedulian sosial yang berkelanjutan dari perusahaan, masyarakat akan termotivasi untuk berinovasi dan berpartisipasi dalam program-program sosial yang saling menguntungkan ([Junaidi, 2023](#)).

Secara keseluruhan, kepedulian sosial dalam dukungan penghargaan perusahaan kepada masyarakat berpotensi untuk menciptakan dampak positif yang signifikan. Hal ini tidak hanya perusahaan dan masyarakat, tetapi juga memfasilitasi proses pembangunan sosial yang lebih adil dan berkelanjutan. Dengan demikian, kepedulian sosial dalam bentuk dukungan penghargaan melalui perayaan HUT RI merupakan salah satu strategi kepedulian sosial yang efektif dalam memperkuat ikatan sosial, meningkatkan kesejahteraan emosional masyarakat, serta menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan komunitasnya.

Kepedulian sosial tidak hanya tercermin dalam bentuk bantuan materi, tetapi juga dalam penyediaan informasi yang dapat membantu individu atau kelompok dalam menghadapi tantangan yang mereka hadapi. Dukungan informasi menjadi salah satu aspek penting dalam kepedulian sosial karena memberikan penjelasan yang relevan mengenai situasi tertentu serta menawarkan solusi yang dapat membantu masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan mereka.

Salah satu bentuk nyata dari dukungan ini adalah penyediaan informasi terkait kesempatan kerja yang dapat membantu individu dalam meningkatkan taraf hidup mereka.

PT. Suryanusa Nadicipta menunjukkan komitmennya terhadap aspek ini dengan membuka peluang kerja bagi masyarakat di lahan perusahaan yang selalu tersedia bagi siapa saja. Namun, meskipun perusahaan telah memberikan manfaat langsung melalui penyediaan lapangan pekerjaan, aspek pengembangan kapasitas masyarakat melalui seminar atau pelatihan belum menjadi prioritas utama. Hal ini menunjukkan bahwa kepedulian sosial dalam bentuk dukungan informasi masih berfokus pada dampak jangka pendek, sementara potensi pengembangan edukasi dan peningkatan keterampilan masih perlu dipertimbangkan sebagai langkah strategi untuk keberlanjutan sosial dan ekonomi.

Dengan menyediakan informasi tentang peluang kerja, perusahaan membantu individu untuk mengakses pekerjaan yang sesuai dengan keterampilan dan kualifikasi mereka. Program pengembangan keterampilan kerja yang dirancang untuk masyarakat secara langsung dapat meningkatkan akses mereka terhadap kesempatan kerja yang layak ([Harahap dkk., 2023](#)). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya informasi promosi mengenai lowongan pekerjaan dan penempatan kerja sebagai bagian dari upaya kepedulian sosial perusahaan.

Perusahaan juga memiliki peran dalam membangun jaringan sosial yang lebih luas melalui penyediaan informasi kerja ([Jamhari & Khotimah, 2022](#)). menjelaskan bahwa dalam implementasi program dukungan informasi, penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengatasi tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dalam mencari pekerjaan. Dengan cara ini, masyarakat dapat saling mendukung, berbagi informasi dan mengembangkan hubungan kerja yang lebih baik. Medan sosial yang kuat ini sangat penting dalam menciptakan iklim ekonomi yang produktif dan positif.

Dalam konteks kepedulian sosial, dukungan informasi menjadi salah satu komponen yang sangat penting dalam memberikan akses kepada masyarakat terhadap peluang dan sumber daya yang dibutuhkan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Informasi yang tepat dan sumber daya yang dibutuhkan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Informasi yang tepat dan relevan dapat memfasilitasi individu dalam mengakses berbagai aspek kehidupan seperti kesempatan kerja. Salah satu bentuk nyata dari dukungan ini adalah penyediaan informasi terkait kesempatan kerja, yang berpotensi membantu individu dalam meningkatkan taraf hidup mereka.

Kepedulian informasi berbasis dukungan informasi yang baik membantu masyarakat dalam mengetahui dan memahami peluang kerja yang tersedia di lingkungan mereka. Dalam banyak kasus, individu tidak menyadari adanya kesempatan kerja yang sesuai dengan keterampilan dan minat mereka. Melalui program-program yang diselenggarakan perusahaan, informasi mengenai lowongan pekerjaan, persyaratan pekerjaan dan aspek penting lainnya dapat diakses dengan lebih mudah. Hal ini penting untuk memperkecil kesenjangan informasi yang sering kali menghalangi individu dari mendapatkan pekerjaan yang layak.

Dukungan informasi dalam konteks kepedulian sosial memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui akses terhadap informasi yang mencapai individu, terutama di bidang kesempatan kerja, program-program-program berbasis informasi dapat memberdayakan masyarakat untuk memperbaiki taraf hidup mereka, membangun keterampilan yang dibutuhkan untuk sukses, serta memperkuat jaringan sosial. Sebagai hasilnya, dukungan informasi mendukung upaya penciptaan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri.

Kepedulian sosial tidak hanya diwujudkan dalam bentuk perhatian dan keterlibatan emosional, tetapi juga tindakan nyata yang memberikan dampak langsung bagi individu atau kelompok yang membutuhkan. Salah satu bentuk kepedulian sosial yang memiliki peran signifikan adalah dukungan instrumen, yaitu bantuan berupa barang atau dana yang dapat meringankan beban masyarakat. Dalam konteks ini, PT. Suryanusa Nadicipta menunjukkan komitmennya terhadap kesejahteraan sosial melalui pemberian bantuan yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan, kebutuhan penerima manfaat, serta jenis kegiatan yang

dilaksanakan. Dukungan ini tidak hanya mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat, menciptakan rasa kebersamaan, serta berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan komunitas secara berkelanjutan. Kepedulian sosial perusahaan dalam bentuk dukungan instrumental berupa dana dan barang merupakan bagian penting dari program CSR yang diterapkan oleh banyak organisasi. Melalui dukungan ini, perusahaan menunjukkan komitmennya untuk berkontribusi secara langsung terhadap kesejahteraan masyarakat, terutama yang berada dalam kondisi sulit atau membutuhkan.

Perusahaan memberikan dana yang bisa digunakan untuk berbagai tujuan, seperti program pendidikan, kesehatan, peningkatan infrastruktur dan pengentasan kemiskinan. Misalnya, dana yang dialokasikan untuk memberikan beasiswa kepada siswa dari keluarga kurang mampu dapat membantu meningkatkan akses mereka terhadap pendidikan yang berkualitas ([Duarte, 2010](#)).

Perusahaan juga dapat memberikan barang berupa makanan, pakaian, peralatan kesehatan atau perlengkapan belajar. Contohnya, di saat bencana alam, perusahaan bisa menyalurkan bantuan obat-obatan dan kebutuhan pokok lainnya kepada masyarakat yang terdampak. Bentuk bantuan ini. Sangat penting untuk meringankan beban masyarakat yang sedang mengalami kesulitan ([Chernev & Blair, 2015](#)).

Dukungan barang yang diberikan sesuai dengan kebutuhan lokal dan kondisi khusus masyarakat akan sangat efektif dalam mencapai tujuan CSR. Dukungan instrumental dari perusahaan, baik dalam bentuk dana maupun barang memiliki banyak manfaat. Pertama, dukungan ini memperlihatkan bahwa perusahaan peduli terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitarnya, yang dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan. Kemudian, program bantuan yang tepat sasaran dapat menciptakan dampak jangka panjang, seperti pengurangan angka kemiskinan dan peningkatan kualitas hidup di tengah masyarakat ([Chung dkk., 2018](#)). Lebih dari sekadar manfaat ekonomi, dukungan ini juga menciptakan ikatan sosial yang erat antara perusahaan dan masyarakat. Kepedulian sosial yang dilakukan melalui dukungan instrumental juga memiliki dampak terhadap hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Ketika perusahaan secara aktif berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan komunitas, kepercayaan dan loyalitas masyarakat terhadap perusahaan akan meningkat. Hal ini dapat menciptakan hubungan yang lebih harmonis serta memperkuat citra perusahaan sebagai entitas bisnis yang bertanggung jawab secara sosial. Diperkuat pendapat ([Lee & Je, 2024](#)) bahwa program CSR yang memberikan bantuan ini juga meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Ketika perusahaan menunjukkan komitmennya untuk berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, mereka akan dilihat sebagai entitas yang tidak hanya mementingkan keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dari aktivitas bisnis mereka, ini akan mengarah pada peningkatan dukungan dari stakeholder dan masyarakat luas.

Pemberian dukungan instrumental oleh PT. Suryanusa Nadicipta dalam bentuk mulai dari bantuan HUT RI, pembagian sembako hingga pengadaan infrastruktur seperti pipanisasi dan pembukaan jalan kampung, mencerminkan bentuk kepedulian sosial yang tidak hanya bersifat insidental tetapi juga memiliki dampak yang lebih luas bagi kesejahteraan masyarakat. Salah satu langkah paling signifikan adalah kebijakan perusahaan dalam membagikan lahan seluas 100 hektare kepada masyarakat, yang mencerminkan pendekatan kepedulian sosial yang lebih berorientasi pada pemberdayaan ekonomi dan keberlanjutan jangka panjang.

Dukungan instrumental yang dilakukan oleh PT. Suryanusa Nadicipta merupakan bentuk kepedulian sosial yang tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Melalui kombinasi bantuan langsung, pembangunan infrastruktur, dan redistribusi aset, perusahaan telah menunjukkan komitmennya dalam menciptakan hubungan yang lebih harmonis dengan

masyarakat. Melalui inisiatif ini, PT. Suryanusa Nadicipta menunjukkan kominteman untuk memberdayakan masyarakat dan mendukung pembangunan berkelanjutan. Infrastruktur yang kuat berfungsi sebagai fondasi untuk pertumbuhan ekonomi, dengan adanya akses yang lebih dan mudah, masyarakat dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan kesejahteraan mereka ([Herman & Badrunsyah, 2024](#)).

Pemberian lahan juga dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan ketahanan pangan dan menciptakan sumber pendapatan yang berkelanjutan. Dengan pengelolaan yang baik, lahan yang diberikan dapat dimanfaatkan untuk pertanian atau usaha lainnya yang dapat menghasilkan keuntungan ekonomis ([Mashudi dkk., 2023](#)). Hal ini menciptakan ikatan yang kuat antara perusahaan dan masyarakat serta meningkatkan rasa memiliki di dalam komunitas.

PT. Suryanusa Nadicipta melalui kepedulian sosial berbasis dukungan instrumental berupa pengadaan infrastruktur dan pemberian lahan telah menetapkan contoh nyata bagaimana perusahaan dapat berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan pemberdayaan ekonomi. Langkah-langkah ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, perusahaan dapat mengambil peran yang signifikan dalam menciptakan dampak positif di tingkat komunitas, yang pada gilirannya dapat membawa manfaat bagi perusahaan itu sendiri dalam jangka panjang.

Program CSR bukan sekadar sumbangan perusahaan, tetapi juga bentuk kepedulian sosial yang berkelanjutan. Program CSR yang efektif adalah memahami kebutuhan masyarakat dan melibatkan mereka secara aktif, bukan hanya memberikan bantuan sesaat. Ketika perusahaan menjalankan CSR dengan prinsip keberlanjutan, dampaknya bisa dirasakan dalam jangka panjang, seperti meningkatkan kesejahteraan, pendidikan, dan nilai sosial di komunitas. Dengan demikian, CRS yang berbasis kepedulian sosial tidak hanya menguntungkan masyarakat, tetapi juga memperkuat citra dan keberlanjutan perusahaan. Tabel dan Gambar diletakkan di dalam kelompok teks sesudah tabel atau gambar tersebut dirujuk. Setiap gambar harus diberi judul gambar (*Figure Caption*) di sebelah bawah gambar tersebut dan bernomor urut angka diikuti dengan judul gambar. Setiap tabel harus diberi judul tabel (*Table Caption*) dan bernomor urut angka di sebelah atas tabel tersebut diikuti dengan judul tabel. Gambar-gambar harus dijamin dapat tercetak dengan jelas (ukuran font, resolusi dan ukuran garis harus yakin tercetak jelas). Gambar dan tabel dan diagram/skema sebaiknya diletakkan sesuai kolom diantara kelompok teks atau jika terlalu besar diletakkan di bagian tengah halaman. Tabel tidak boleh mengandung garis-garis vertikal, sedangkan garis-garis horisontal diperbolehkan tetapi hanya yang penting-penting saja.

Meskipun PT. Suryanusa Nadiciptas telah menunjukkan komitmen kuat terhadap Pembangunan sosial melalui berbagai program CSR, pelaksanaan program ini tetap menghadapi beberapa tantangan yang perlu diperhatikan untuk memastikan keberlanjutan jangka Panjang. Tantangan dari program CSR yang terlalu menekankan pada pemberian bantuan secara langsung (baik dukungan instrumental maupun penghargaan) adalah potensi munculnya ketergantungan masyarakat terhadap Perusahaan. Program CSR yang berhasil tidak hanya dilihat dari jumlah bantuan yang diberikan, tetapi dampak transformasional yang ditimbulkan. Untuk menjawab tantangan tersebut diperlukan strategi penguatan keberlanjutan CSR yang lebih partisipatif, terstruktur dan terukur. Keterlibatan Masyarakat secara aktif sejak tahap perencanaan program memungkinkan identifikasi kebutuhan yang lebih akurat, berbasis aspirasi dan kondisi riil Masyarakat lokal. Keterlibatan tersebut tidak hanya memperkuat rasa memiliki terhadap program, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan partisipasi Masyarakat dalam implementasi dan pemeliharaan program secara berkelanjutan. CSR idealnya mengintegrasikan komponen Pendidikan nonformal seperti pelatihan keterampilan, penyuluhan Kesehatan, pelatihan kewirausahaan, serta literasi digital khususnya bagi kelompok pemuda di wilayah pedesaan. Pendekatan ini tidak semata-mata

ditujukan untuk menjawab permasalahan sosial ekonomi saat ini, melainkan juga bertujuan membangun kapasitas Masyarakat dalam menghadapi dinamika dan tantangan masa depan secara lebih adaptif dan mandiri.

4. KESIMPULAN

Program CSR PT. Suryanusa Nadicipta mencerminkan komitmen Perusahaan terhadap kesejahteraan social dan pemberdayaan komunitas. Melalui penerapan pendekatan 3S (Sapa, Senyum, dan Salam), perusahaan tidak hanya memberikan dukungan material, tetapi juga membangun ikatan emosional yang kuat dengan Masyarakat. Dukungan penghargaan, informasi, dan bantuan instrumental seperti penyediaan lahan dan infrastruktur menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan psikologis dan social Masyarakat. Keterlibatan Perusahaan dalam momen penting seperti HUT RI dan penyediaan informasi kerja menunjukkan bahwa CSR tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan dan pengembangan komunitas. Dengan pendekatan tersebut, PT. SUryanusa Nadicipta berperan signifikan dalam menciptakan dampak positif yang berkelanjutan, sekaligus memperkuat citra Perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab secara social.

5. REFERENSI

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Cantika, S. A., Siregar, H., & Fikri, A. N. (2024). INVESTASI SOSIAL: STRATEGI CSR DI BIDANG PENGEMBANGAN MASYARAKAT OLEH PT. PLN INDONESIA POWER CILEGON PGU. *Media Mahardhika*, 22(2), 243–252.
- Chernev, A., & Blair, S. (2015). Doing well by doing good: The benevolent halo of corporate social responsibility. *Journal of Consumer Research*, 41(6), 1412–1425. <https://doi.org/10.1086/680089>
- Chung, C. Y., Jung, S., & Young, J. (2018). Do CSR activities increase firm value? Evidence from the Korean market. *Sustainability (Switzerland)*, 10(9). <https://doi.org/10.3390/su10093164>
- Duarte, F. (2010). Working with Corporate Social Responsibility in Brazilian Companies: The Role of Managers' Values in the Maintenance of CSR Cultures. *Journal of Business Ethics*, 96(3), 355–368. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0470-9>
- Gunawan, V. O., & Paramitha, M. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Komite Audit sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bei Tahun 2019-2021). *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, 8(1), 89–98.
- Handayani, S., & Susanti, D. (2022). ANALISIS PSIKOLOGIS MASYARAKAT BERDASARKAN HOSPITAL ANXIETY AND DEPRESSION SCALE (HADS) SELAMA PANDEMI COVID-19 DI DESA PULO KEMIRI KECAMATAN BABUSSALAM KABUPATEN ACEH TENGGARA. 3(1).
- Harahap, M. A. K., Azis, A. A., & Choerudin, A. (2023). Pengembangan Keterampilan Kerja dan Peluang Kerja bagi Masyarakat Terpinggirkan. *East Journal of Innovative Community Services*, 1(03), 184–194. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v1.i03>
- Herman, K., & Badrunsyah. (2024). Legal Obligations of Mining Companies in the Implementation of CSR Based on Laws and Regulations. *Indonesian Journal of Social Technology*, 5(10), 3915–3924. <http://jst.publikasiindonesia.id/>
- Hogan, A., Tanton, R., Lockie, S., & May, S. (2013). Focusing resource allocation-wellbeing as a tool for prioritizing interventions for communities at risk. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 10(8), 3435–3452. <https://doi.org/10.3390/ijerph10083435>

- Irawan, S. A., Gitosaputro, S., Rangga, K. K., Hasanuddin, T., & Syarif, Y. A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Implementasi CSR sebagai Upaya Penyelesaian Terjadinya Konflik antara Masyarakat dengan Perusahaan. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 2(01), 8–22. <https://doi.org/10.58812/ejpcs.v2i01>
- Jamhari, T., & Khotimah, N. (2022). Program Tenaga Kerja Mandiri (TKM): Konsep dan Implementasi. *Jurnal Ketenagakerjaan*, 17(3), 268–284. <https://doi.org/10.47198/naker.v17i3.133>
- Junaidi, A. A. (2023). Kongres Ulama Perempuan Indonesia (KUPI) and Mubādalāh Approach in Interpreting the Gender Biased-Qur’anic Verses. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 18(1), 1–24. <https://doi.org/10.21580/sa.v18i1.17269>
- Kaharuddin, K. (2017). Pengaruh Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial dan Kematangan Emosi Terhadap Kepedulian Sosial. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(4), 479–485.
- Lee, V., & Ie, M. (2024). Peran Efikasi Diri dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan. 4(6), 1102–1116.
- Mashudi, Fauziah, L., & Kurniawati, N. I. (2023). Essential Integration of eHRM 4.0 Approach, IT Infrastructure and CEO Support to Support Supply Chain Performance in Small-Scale Logistics Companies. *EAI Endorsed Transactions on Scalable Information Systems*, 10(6). <https://doi.org/10.4108/eetsis.4040>
- Muharram, M. A. (2020). Analisis Hubungan Dukungan Sosial Dan Efikasi Diri Dengan Perilaku Penggunaan Alat Pelindung Diri di PT. Pertamina (Persero) DPPU Juanda Sidoarjo. *Journal of Health Science and Prevention*, 4(2), 111–124. <https://doi.org/10.29080/jhsp.v4i2.410>
- Nugroho, D. R., Vitayala Hubeis, A. S., Saleh, A., & Priatna, W. B. (2018). MEMBANGUN MODEL KOMUNIKASI PROGRAM TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN UNTUK KEBERDAYAAN MASYARAKAT SEKITAR (Studi Kasus Desa Lulut, Kabupaten Bogor) 1. *Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 20(1), 70.
- Rahmadani, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Fungsi Corporate social responsibility (CSR) Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Share : Social Work Journal*, 8(2), 203. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20081>
- Rifqoh, F., Moh. Farozin, & Astuti, B. (2024). Peer Support in Forming Self Esteem in the Millennial Era. *Journal of Insan Mulia Education*, 2(1), 31–36. <https://doi.org/10.59923/joinme.v2i1.106>
- Russo, A., Lewis, B., Joyce, A., Crockett, B., & Luchters, S. (2015). A qualitative exploration of the emotional wellbeing and support needs of new mothers from Afghanistan living in Melbourne, Australia. *BMC Pregnancy and Childbirth*, 15(1). <https://doi.org/10.1186/s12884-015-0631-z>
- Vegawati, S. M., Kumadji, S., & Fanani, D. (2015). PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (Survey Pada Warga di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 20(1).