



Pendampingan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berbasis Partisipasi Masyarakat di Desa Tanakuraya Kabupaten Morowali Utara

Adis Nevi Yuliani¹, Widhy Andrian Pratama^{1*}

¹Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Syekh Yusuf Al-Makassari Gowa, Gowa, Indonesia

Article Information

Article history:

Received Juli 1, 2026

Approved Juli 30, 2026

Keywords:

Corporate Social Responsibility (CSR); Partisipasi Masyarakat; Pemberdayaan Masyarakat; Pengabdian Kepada Masyarakat; Pembangunan Pedesaan

ABSTRAK

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di wilayah pedesaan sering menghadapi kendala berupa rendahnya keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program, sehingga kegiatan yang dilaksanakan belum sepenuhnya mencerminkan kebutuhan masyarakat setempat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program CSR melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan perusahaan, pemerintah desa, perguruan tinggi, dan masyarakat. Kegiatan dilaksanakan pada 13 Januari 2026 di Desa Tanakuraya, Kecamatan Bungku Utara, Kabupaten Morowali Utara, Provinsi Sulawesi Tengah bekerja sama dengan PT Indo Mineral Mining. Metode pelaksanaan meliputi tahap perencanaan, sosialisasi dan pelatihan, Focus Group Discussion (FGD), pendampingan, serta evaluasi secara deskriptif melalui observasi, dokumentasi, dan pencatatan hasil diskusi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh tahapan pengabdian terlaksana sesuai rencana dengan partisipasi aktif masyarakat dalam proses diskusi dan penyampaian aspirasi. Melalui FGD berhasil diidentifikasi tiga kebutuhan prioritas masyarakat sebagai rekomendasi program CSR, yaitu penyediaan akses air bersih, penguatan kapasitas ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan usaha mikro dan kewirausahaan, serta peningkatan kualitas pendidikan. Selain itu, kegiatan ini memperkuat komunikasi dan membangun komitmen awal antara masyarakat, pemerintah desa, perguruan tinggi, dan perusahaan dalam penyusunan program CSR yang lebih partisipatif dan berkelanjutan. Dengan demikian, pendekatan partisipatif mampu menjadi strategi yang efektif dalam menghasilkan rekomendasi program CSR yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekaligus memperkuat kolaborasi antarpemangku kepentingan.

© 2026 JGEN

*Corresponding author email: widhyap@usy.ac.id

PENDAHULUAN

Di sejumlah kawasan pedesaan, termasuk di Kecamatan Bungku Utara, tingkat pemahaman masyarakat terhadap konsep, tujuan, dan mekanisme pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) masih relatif rendah. Kondisi ini menyebabkan implementasi program CSR belum berjalan secara maksimal, ditandai dengan rendahnya keterlibatan masyarakat serta belum sepenuhnya selarasnya program yang dilaksanakan dengan kebutuhan dan potensi lokal. Di sisi lain, perusahaan memerlukan masukan dan partisipasi aktif dari masyarakat agar program CSR yang dijalankan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan dan tepat sasaran. Oleh karena itu, diperlukan suatu model kolaboratif yang melibatkan perusahaan, masyarakat, dan perguruan tinggi sebagai mitra strategis dalam upaya peningkatan kapasitas masyarakat serta pendampingan pelaksanaan program CSR secara efektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, pendekatan berbasis pemberdayaan masyarakat menjadi pilihan yang tepat karena menitikberatkan pada peningkatan kemampuan, kesadaran kritis, dan kemandirian ekonomi masyarakat secara berkesinambungan (Senjaya, 2025). Keberhasilan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat bergantung pada partisipasi aktif berbagai pemangku kepentingan, khususnya masyarakat yang merasakan dampak operasional Perusahaan (Nisa & Pratama, 2025).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang berorientasi pada terciptanya keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Melalui program CSR, perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan, tetapi juga memiliki kewajiban untuk berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat serta pelestarian lingkungan di sekitar wilayah operasionalnya. Realisasi tanggung jawab tersebut dapat diwujudkan melalui berbagai kegiatan, seperti pemberdayaan masyarakat, perlindungan lingkungan, pemberian beasiswa bagi anak-anak dari keluarga kurang mampu, penyediaan dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, serta dukungan terhadap pembangunan desa dan penyelenggaraan berbagai fasilitas sosial yang memberikan manfaat bagi masyarakat (Haitimi *et al.*, 2020). Saat ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya dianggap sebagai pengeluaran perusahaan, tetapi juga sebagai investasi berkelanjutan yang dapat meningkatkan nilai dan keberlanjutan usaha perusahaan di daerah pedesaan. (Mulawarman *et al.*, 2025).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini merupakan implementasi Tridharma Perguruan Tinggi yang dilaksanakan oleh dosen Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Syekh Yusuf Al-Makassari Gowa melalui kerja sama dengan PT Indo Mineral Mining. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 13 Januari 2026 di Desa Tanakuraya, Kecamatan Bungku Utara, Kabupaten Morowali Utara, Provinsi Sulawesi Tengah. Sasaran kegiatan meliputi pemerintah desa, tokoh masyarakat, tokoh agama, perwakilan kelompok pemuda, serta unsur masyarakat yang berada di wilayah sekitar operasional perusahaan.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses identifikasi kebutuhan, penyampaian aspirasi, serta perumusan rekomendasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pendekatan ini dipilih untuk mendorong terbangunnya komunikasi yang kolaboratif antara masyarakat, pemerintah desa, perguruan tinggi, dan perusahaan sehingga pelaksanaan program CSR dapat lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan sebagai berikut.

Tahap Perencanaan

Tahap ini diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian, pemerintah desa, dan pihak PT Indo Mineral Mining untuk mengidentifikasi permasalahan, menentukan sasaran kegiatan, menyusun materi sosialisasi, serta mempersiapkan teknis pelaksanaan. Materi yang disusun mencakup konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR), hak dan kewajiban para pemangku kepentingan, bentuk-bentuk program CSR, serta mekanisme penyusunan usulan program yang melibatkan masyarakat.

Tahap Sosialisasi dan Pelatihan

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan melalui penyampaian materi secara interaktif mengenai konsep, tujuan, manfaat, dan implementasi CSR. Selanjutnya peserta mengikuti pelatihan mengenai pentingnya keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program CSR. Penyampaian materi dilakukan dengan metode ceramah, diskusi, tanya jawab, dan studi kasus sehingga peserta memperoleh pemahaman mengenai pelaksanaan CSR yang partisipatif.

Tahap Focus Group Discussion (FGD) dan Pendampingan

Setelah kegiatan sosialisasi, peserta mengikuti *Focus Group Discussion* (FGD) yang difasilitasi oleh tim pengabdian. Diskusi bertujuan menggali aspirasi masyarakat, mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, serta merumuskan kebutuhan prioritas yang dapat diakomodasi dalam program CSR perusahaan. Selanjutnya dilakukan pendampingan kepada peserta untuk memperkuat komunikasi antara masyarakat dan perusahaan dalam menyusun rekomendasi program CSR yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat setempat.

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan secara deskriptif melalui observasi terhadap keterlaksanaan kegiatan, tingkat partisipasi peserta selama sosialisasi, pelatihan, dan FGD, serta hasil diskusi yang diperoleh. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi kegiatan, dan pencatatan hasil *Focus Group Discussion* (FGD). Selanjutnya data dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan tingkat keterlibatan peserta serta hasil identifikasi kebutuhan masyarakat sebagai dasar penyusunan rekomendasi program CSR.

Indikator keberhasilan kegiatan meliputi: (1) terlaksananya kegiatan sosialisasi dan pelatihan sesuai dengan rencana; (2) tingginya partisipasi masyarakat dalam diskusi dan *Focus Group Discussion* (FGD); (3) teridentifikasinya kebutuhan prioritas masyarakat sebagai rekomendasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR), meliputi penyediaan akses air bersih, penguatan kapasitas ekonomi masyarakat, dan peningkatan sektor pendidikan; serta (4) terbangunnya komunikasi dan komitmen awal antara masyarakat,

pemerintah desa, dan perusahaan dalam pelaksanaan program CSR yang lebih partisipatif dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara partisipatif melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, *Focus Group Discussion* (FGD), dan pendampingan masyarakat. Seluruh rangkaian kegiatan melibatkan pemerintah desa, tokoh masyarakat, tokoh agama, serta perwakilan masyarakat yang berada di sekitar wilayah operasional PT Indo Mineral Mining. Pendekatan partisipatif dipilih untuk membangun komunikasi dua arah sehingga masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga berperan sebagai mitra dalam penyusunan rekomendasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan Program CSR

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep, tujuan, dan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta pentingnya keterlibatan masyarakat dalam setiap tahapan pelaksanaan program. Materi disampaikan secara interaktif melalui ceramah, diskusi, dan sesi tanya jawab sehingga peserta memiliki kesempatan untuk menyampaikan pengalaman maupun permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan pelaksanaan program CSR di wilayah mereka.

Pelaksanaan sosialisasi berlangsung sesuai dengan rencana yang telah disusun. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung, ditandai dengan aktifnya diskusi mengenai bentuk program CSR yang telah berjalan maupun harapan masyarakat terhadap program yang akan datang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif mampu menciptakan ruang dialog antara masyarakat dan perusahaan sehingga informasi mengenai hak, kewajiban, serta mekanisme pelaksanaan CSR dapat dipahami secara lebih baik.

Keberhasilan pelaksanaan sosialisasi ini sejalan dengan pendapat Haitimi et al. (2020) yang menyatakan bahwa implementasi CSR akan memberikan manfaat yang lebih optimal apabila dirancang berdasarkan kebutuhan masyarakat serta melibatkan masyarakat dalam proses perencanaannya. Demikian pula Senjaya (2025) menjelaskan bahwa pendekatan pemberdayaan masyarakat menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas implementasi CSR karena masyarakat berperan sebagai subjek pembangunan, bukan hanya sebagai penerima manfaat.

Partisipasi Masyarakat dalam *Focus Group Discussion* (FGD)

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD) yang bertujuan menggali aspirasi masyarakat terkait kebutuhan pembangunan yang dapat diakomodasi dalam program CSR perusahaan. Selama proses diskusi, peserta menyampaikan berbagai pandangan mengenai kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan yang masih memerlukan perhatian dari perusahaan.

Diskusi berlangsung secara aktif dengan melibatkan berbagai unsur masyarakat sehingga tercipta proses komunikasi yang terbuka antara masyarakat, pemerintah desa, perguruan tinggi, dan perusahaan. Keterlibatan peserta dalam menyampaikan gagasan, memberikan masukan, serta mendiskusikan alternatif penyelesaian masalah menunjukkan

bahwa pendekatan partisipatif mampu meningkatkan kualitas komunikasi antarpemangku kepentingan.

Hasil tersebut mendukung pandangan Nisa dan Pratama (2025) yang menegaskan bahwa keberhasilan implementasi CSR sangat dipengaruhi oleh keterlibatan aktif masyarakat dalam proses identifikasi kebutuhan dan penyusunan program. Keterlibatan tersebut memungkinkan perusahaan memperoleh informasi yang lebih akurat mengenai kebutuhan masyarakat sehingga program CSR dapat disusun secara lebih tepat sasaran.

Identifikasi Kebutuhan Prioritas Masyarakat

Berdasarkan hasil *Focus Group Discussion* (FGD), diperoleh tiga kebutuhan prioritas yang dipandang paling mendesak untuk diakomodasi dalam program CSR perusahaan. Pertama, penyediaan akses air bersih melalui pembangunan sistem penampungan dan jaringan distribusi air. Kebutuhan ini muncul karena masyarakat masih menghadapi keterbatasan akses terhadap sumber air bersih yang memadai. Kedua, penguatan kapasitas ekonomi masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan, pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta pemberdayaan kelompok perempuan dan pemuda agar memiliki sumber pendapatan yang lebih berkelanjutan. Ketiga, peningkatan kualitas pendidikan melalui dukungan terhadap kegiatan pendidikan masyarakat, baik dalam bentuk penyediaan sarana maupun program pemberdayaan yang mendukung peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Ketiga rekomendasi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memandang program CSR tidak hanya sebagai bentuk bantuan sosial, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan konsep *triple bottom line* yang dikemukakan oleh Elkington, yaitu keseimbangan antara aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (Astri, 2022). Dengan demikian, penyusunan program CSR perlu mempertimbangkan aspirasi masyarakat sebagai dasar dalam menentukan prioritas kegiatan.

Terbangunnya Komunikasi dan Komitmen Kolaboratif

Selain menghasilkan rekomendasi kebutuhan masyarakat, kegiatan pengabdian ini juga memperkuat komunikasi antara masyarakat, pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pihak perusahaan. Selama proses diskusi berlangsung, masing-masing pihak memiliki kesempatan untuk menyampaikan pandangan serta membangun kesepahaman mengenai pentingnya pelaksanaan CSR yang transparan, partisipatif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Terbangunnya komunikasi tersebut menjadi modal awal dalam membangun kemitraan yang berkelanjutan. Peran perguruan tinggi sebagai fasilitator mampu menjembatani komunikasi antara perusahaan dan masyarakat sehingga proses penyusunan rekomendasi program CSR berlangsung secara lebih objektif dan partisipatif.

Menurut Budhaeri et al. (2024), keberhasilan implementasi CSR tidak hanya diukur dari besarnya bantuan yang diberikan perusahaan, tetapi juga dari kemampuan program tersebut dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat serta memberikan manfaat yang berkelanjutan. Oleh karena itu, komunikasi yang terbangun

selama kegiatan merupakan salah satu capaian penting yang dapat mendukung keberhasilan implementasi CSR pada masa mendatang.

Secara keseluruhan, pelaksanaan pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif mampu menghasilkan rekomendasi program CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekaligus memperkuat sinergi antara perusahaan, pemerintah desa, masyarakat, dan perguruan tinggi. Kolaborasi tersebut menjadi fondasi penting dalam mewujudkan pelaksanaan CSR yang lebih efektif, transparan, dan berkelanjutan.



Gambar 1. Bantuan CSR Kepada Tokoh Agama Untuk Pembangunan Gereja



Gambar 2. Bantuan CSR Kepada Tokoh Agama Islam Untuk Pembangunan Masjid

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai peran yang penting dalam membangun hubungan yang selaras antara perusahaan dan masyarakat. Berbagai kegiatan sosialisasi, diskusi, pelatihan, dan *Focus Group Discussion* berhasil memfasilitasi masyarakat dalam memahami mekanisme

pelaksanaan CSR serta menyusun rekomendasi kebutuhan prioritas secara partisipatif. Melalui *Focus Group Discussion* (FGD) serta interaksi langsung, masyarakat juga berhasil mengidentifikasi sejumlah kebutuhan utama, di antaranya penyediaan air bersih, penguatan kapasitas ekonomi, dan peningkatan sektor pendidikan. Kegiatan ini juga memberikan ruang dialog yang konstruktif dengan pihak perusahaan, sehingga tercapai pemahaman awal mengenai kemungkinan pengintegrasian aspirasi masyarakat ke dalam program CSR perusahaan. Selain itu, kegiatan pengabdian ini turut mempererat sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan perusahaan dalam upaya mewujudkan pelaksanaan CSR yang lebih tepat sasaran, berkelanjutan, serta berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, CSR tidak lagi semata-mata dipahami sebagai kewajiban perusahaan, melainkan juga sebagai investasi sosial jangka panjang yang mendukung keberlanjutan pembangunan serta memperkuat legitimasi perusahaan di mata masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346–364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Aryaputra, M. I., & Astanti, D. I. (2020). Penguatan Pemahaman Masyarakat Terhadap Akses Bantuan Hukum Cuma - Cuma. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal OfLegal Community Engagement) JPHI*, 3(1), 1–13.
- Astri, H. (2022). Pemanfaatan Corporate Social Responsibility Bagi Peningkatan Kualitas Hidup Manusia Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 3(2), 151–165.
- Budhaeri, L. K., Ariani, D. V., Rahman, I. M., Rohmah, A., & Astarina, Y. (2024). Implementasi CSR (Xorporate Social Responsibility) Sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perseroan Terbatas. *Kultura Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(6), 254–263.
- Crowther, D., & Aras, G. (2008). *Corporate social responsibility*. Ventus Publishing ApS.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Haitimi, A. W. Al, Darsono, & Ratna Ani Lestari. (2020). Corporate Social Responsibility dan Pembangunan Desa: (Studi Kasus Kebijakan CSR PT Solusi Bangun Indonesia dalam Mendukung Kemandirian Pembangunan Desa Merkawang Kecamatan Tambakboyo Kabupaten Tuban). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 5(1), 71–75.
- Ife, J. (2016). *Community development in an uncertain world: Vision, analysis and practice* (2nd ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316342855>
- Jamali, D., & Karam, C. (2018). Corporate social responsibility in developing countries as an emerging field of study. *International Journal of Management Reviews*, 20(1), 32–61. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12112>
- Mulawarman, L., Nugraha Putra, D., Marganda Bako, S., & Zaini, M. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Loyalitas Konsumen. *Balance: Jurnal*

- Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1), 161–170.
<https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jam>
- Muthuri, J. N., Moon, J., & Idemudia, U. (2012). Corporate innovation and sustainable community development in developing countries. *Business & Society*, 51(3), 355–381.
<https://doi.org/10.1177/0007650312446441>
- Nisa, A. C., & Pratama, W. A. (2025). Penguatan Pemahaman dan Implementasi CSR Berbasis Partisipasi Masyarakat di Kecamatan Bungku Utara. *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(6), 828–833.
<https://doi.org/10.60126/jgen.v3i6.1284>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.
- Pratama, W. A., Widyaningsih, H. E., Yuliani, A. N., Nisa, C., Pusvita, D. E., Asriyani, A., Syekh, U., Gowa, Y. A., Indonesia, U. M., Universitas, H., Yusuf, S., & Gowa, K. (2025). Penyelesaian sengketa perdata melalui mediasi di kelurahan tombolo kecamatan somba opu. *Ibadatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 81–90.
- Sejaya, B., Helena, D., Firdaus, & Kurnia, I. (2025). Efektivitas implementasi CSR berbasis pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan citra perusahaan pada industri migas. *JISIP UNJA (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jambi)*, 9(2), 252–262. <https://doi.org/10.22437/jisipunja.v9i2.47074>