

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting bagi penulis sebagai referensi serta membandingkan, melihat perbedaan dan persamaan antara penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai pendukung untuk melakukan penelitian. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian terdahulu:

No.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Firda Diansyah dan Alifa Nur Fitri (2023)	Program CSR PT. Djarum Kudus Dalam Membangun Citra Perusahaan	Penggabungan Studi Literatur dan Search Proses	CSR PT. Djarum memberikan pemberdayaan masyarakat dan pembangunan citra positif secara umum berjalan dengan baik. Selain itu ada hubungan yang sangat penting antara komunikasi, pesan, saluran dengan hak-hak masyarakat dan citra perusahaan
2	Dani Amran, Agus Hermanto dan Arif Fikri (2019)	Kebijakaann Yuridis Pemerintah Daerah Provisi Lampung Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)	Penelitian Yuridis Normatif	Pemerintah daerah tidak hannya perancang kebijakan, tetapi juga menjadi jembatan antara perusahaan dan masyarakat, sehingga kegiatan yang dilakukan yaitu CSR memiliki dampak yang lebih positif pada perusahaan, terutama lingkungan.
3	Ester Sarah F, Khairani Rahma S, Santoso Tri R (2020)	Tanggungjawab Sosial Perusahaan di Bidang Lingkungan	Deskriptif Kualitatif	Membangun bisnis bersekala besar bukan hal yang mudah. Selain memerlukan birokrasi pemerintah, kadang-kadang juga memerlukan izin masyarakat lokal. Dampak masa depan pada lingkungan sangat berkaitan dengan mmembangun perusahaan. Banyak bisnis ditutup karena merusak lingkungan. Oleh karena itu, pengelolaan CSR harus dimaksimalkan untuk kebermanfaatn masyarakat



				dan lingkungan.
4	Anjar Nopriyanto (2024)	Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia	Kualitatif	CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan dimata publik dan memperkuat kepercayaan konsumen. Dengan adanya CSR perusahaan cenderung mengalami peningkatan loyalitas pelanggan dan investasi. Namun, tantangan seperti kondisi sosial ekonomi yang rumit dan berbagai peraturan mempengaruhi implementasi CSR di Indonesia.
5	Achmad Fauzi dan Marni Manao (2023)	Faktor Kebijakan Kedisiplinan SDM, CSR, Peningkatan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kesejahteraan Karyawan Pada PT. SKM	Kuantitatif dan Studi Literature atau Library Research	CSR yang baik melibatkan perusahaan dalam berbagai kegiatan sosial, lingkungan, dan ekonomi yang memberikan manfaat positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan karyawan pada umumnya dianggap sebagai tempat kerja yang baik, dalam hal ini termasuk menyediakan kondisi kerja yang aman dan sehat, fasilitas dan program kesejahteraan bagi karyawan serta dukungan untuk pengembangan karir dan keseimbangan kerja dan kehidupan karyawan
6	Dwi, Frisca dkk (2024)	Implementasi Program CSR Dibidang Sosial Perusahaan (Studi Kasus Pada PT.Sawit Sumbermas Sarana Tbk) SMSS	Kualitatif	PT.Sawit Sumbermas Sarana telah mengimplementasikan berbagai program CSR di bidang sosial secara baik sesuai dengan peraturan pemerintah Indonesia
7	Amanda Babilla dan Almisar Hamid (2021)	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Cihamerang	Kualitatif	Masyarakat menjadi penunjang utama dalam kemajuan desa. Program dalam pemberdayaan masyarakat pedesaan yang dilakanukan perusahaan melalui CSR, memanfaatkan



				potensi baik dari sumber daya manusia maupun sumber daya alam desa sebagai komponen-komponen yang dipadukan menjadi sumber baru yang membangun kualitas kehidupan sosial, ekonomi, dan lingkungan desa
--	--	--	--	--

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Tujuh penelitian terdahulu diatas memiliki objek dan metode yang berbeda-beda. Selain objek dan metode yang berbeda, penelitian terdahulu di atas juga memiliki persamaan yaitu membahas tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penelitian terdahulu berguna untuk bahan pembandingan, rujukan dan pendukung dalam melakukan penelitian ini. Yang juga membahas tentang CSR, yaitu *Corporate Social Responsibility* PT. Sumber Lancar Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Sukorejo Perak Jombang.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan proses pengelolaan yang bertujuan untuk mewujudkan visi dan misi organisasi, menjaga keterhubungan organisasi dengan lingkungannya khususnya dalam memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) serta mencakup pemilihan, pelaksanaan, dan pengendalian strategi guna memastikan misi dan tujuan organisasi dapat tercapai. (Sudiantini, n.d.)

Menurut Miller Alex (1998), manajemen strategis dipandang sebagai sebuah disiplin yang bersifat berkelanjutan, bukan sekadar kegiatan yang dilakukan sekali saja. Artinya, manajemen strategis tidak hanya menjadi tugas



sebuah tim dalam organisasi, melainkan sebuah pola pikir yang perlu diterapkan oleh setiap individu di dalamnya. Beberapa aspek penting manajemen strategis menurut Miller (1998) meliputi:

- a. Mengintegrasikan berbagai aktivitas organisasi.
- b. Menjadikan tujuan organisasi sebagai pusat perhatian.
- c. Mempertimbangkan kepentingan seluruh pemangku kepentingan.
- d. Berorientasi pada jangka waktu yang panjang.
- e. Memfokuskan perhatian pada efisiensi dan efektivitas.

Berdasarkan definisi tersebut, manajemen strategi dapat diartikan sebagai seni sekaligus ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses ini menekankan integrasi berbagai bidang seperti manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, riset dan pengembangan, serta sistem informasi untuk mendukung keberhasilan organisasi.

Adapun tujuan dari manajemen strategi antara lain:

- a. Melaksanakan serta mengevaluasi strategi yang dipilih secara efektif dan efisien.
- b. Menilai kinerja, meninjau ulang kondisi yang ada, dan melakukan penyesuaian maupun koreksi jika terjadi penyimpangan.



- c. Memperbarui strategi secara berkala agar sesuai dengan dinamika lingkungan eksternal.
- d. Mengkaji kembali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi bisnis.
- e. Mengembangkan inovasi produk agar tetap relevan dengan selera konsumen.

Manfaat manajemen strategi adalah menjadikannya sebagai kerangka kerja untuk menyelesaikan berbagai permasalahan strategis dalam perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan persaingan. Dengan pendekatan ini, para manajer terdorong untuk berpikir lebih kreatif dan strategis.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh organisasi melalui penerapan manajemen strategi antara lain:

- a. Menentukan arah jangka panjang yang ingin dicapai.
- b. Membantu organisasi menyesuaikan diri terhadap berbagai perubahan yang terjadi.
- c. Meningkatkan efektivitas organisasi secara keseluruhan.
- d. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif organisasi dalam lingkungan yang penuh risiko.



2.1.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1) **Pengertian CSR**

Dalam arti yang lebih luas, *Corporate Social Responsibility (CSR)* mengacu pada tanggung jawab sosial dan kepemimpinan sosial. Tanggung jawab sosial dapat didefinisikan sebagai kewajiban perusahaan untuk membuat kebijakan, mengambil keputusan dan melakukan tindakan yang bermanfaat bagi masyarakat.(Fatmawatie, n.d.) Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen bisnis untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup keluarga mereka, karyawan, komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan.(Ernawan et al., n.d.)

Menurut Milton Friedman, tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan, biasanya untuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan mengikuti aturan dasar masyarakat yang diatur oleh hukum dan perundang-undangan. Oleh karena itu, tujuan utama suatu perusahaan korporasi adalah memaksimalkan nilai pemegang saham.(Ernawan et al., n.d.)

Menurut B Taman Achda, konsep *Corporate Social Responsibility* di Indonesia, di implementasikan dalam bentuk pemberdayaan dan pengembangan masyarakat, juga dikenal sebagai *Community Development* (pembangunan masyarakat). Menurutnya, program CD harus berfokus pada peningkatan pendapatan ekonomi atau kesejahteraan masyarakat, masalah pekerjaan, peningkatan pendidikan, kesehatan masyarakat,



penguatan kelembagaan lokal dan penyediaan infrastruktur dasar yang memadai.(Haliwela, 2011)

Kotler dan Lee (2006), program CSR dikelompokkan menjadi *cause promotion, cause related marketing, corporate societal marketing, corporate philanthropy, community volunteering dan societal responsible business practise*:(Ernawan et al., n.d.)

a. Cause Promotions

Pada program ini, perusahaan memberikan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap masalah sosial. Mereka juga dapat mendukung pengumpulan dana, partisipasi masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk kegiatan tertentu.

b. Cause Related Marketing

Pada program ini, perusahaan berkomitmen untuk menyumbangkan presentase tertentu dari keuntungan mereka untuk kegiatan sosial yang didasarkan pada jumlah penjualan produknya. Kegiatan ini didasarkan pada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu. Program ini membantu perusahaan menarik pelanggan baru, menjangkau lebih banyak pasar, meningkatkan penjualan produk dan membangun reputasi merek yang baik.

c. Corporate Social Marketing

Pada program ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup dan meningkatkan kesejahteraan



masyarakat. Kampanye ini lebih banyak berfokus pada perubahan perilaku yang berkaitan dengan masalah seperti kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan dan kerugian, lingkungan dan keterkaitan sosial. Perusahaan mendapatkan banyak keuntungan dari program ini, seperti meningkatkan posisi merek perusahaan, menumbuhkan preferensi merek, meningkatkan penjualan dan menarik mitra yang dapat diandalkan. Perusahaan juga sangat tertarik untuk mengubah perilaku masyarakat dan memiliki dampak yang signifikan terhadap perubahan sosial.

d. Corporate Philanthropy

Perusahaan melakukan pemberian langsung kepada masyarakat tertentu melalui program ini. Sumbangan biasanya berbentuk uang secara tunai, paket bantuan atau layanan gratis. Perusahaan mendapatkan banyak keuntungan dari program ini, seperti meningkatkan reputasi mereka, memperkuat masa depan mereka dengan menciptakan reputasi yang baik di mata masyarakat, memperoleh pemasok dengan produk berkualitas tinggi dan memperoleh reputasi yang baik dari para pembuat peraturan yang akan mempengaruhi operasi masa depan mereka. Selain itu, untuk mempengaruhi proses penyelesaian masalah sosial di komunitas lokal.

e. Community Volunteering

Perusahaan mendorong dan mendukung karyawan, pemegang franchise, dan rekan bisnis untuk menyisihkan waktu secara sukarela untuk membantu organisasi lokal dan masyarakat. Perusahaan memanfaatkan program ini untuk membangun hubungan yang tulus



dengan komunitas, memberikan kontribusi ke program untuk mencapai tujuan perusahaan, dan meningkatkan kepuasan karyawan dan motivasi mereka.

f. Socially Responsible Business Paractise (Community Development)

Perusahaan dalam program ini tidak hanya melakukan hal-hal bisnis yang diharuskan oleh hukum, tetapi juga melakukan investasi yang mendukung kegiatan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan menjaga lingkungan.

2) Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Manfaat yang dihasilkan dari penerapan tanggungjawab sosial perusahaan mencakup keuntungan bagi perusahaan sendiri, pemerintah, masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut Wibisono (2007:99) beberapa keuntungan yang akan diperoleh dari implementasi CSR adalah sebagai berikut:(Ernawan et al., n.d.)

- a) Untuk perusahaan dengan menerapkan CSR, perusahaan mendapatkan keuntungan. Pertama, perusahaan dapat tetap ada dan berkelanjutan, dan masyarakat melihatnya dengan baik. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh modal. Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas. Dan yang keempat, organisasi dapat meningkatkan pengambilan keputusan kritis dan mempermudah manajemen resiko.
- b) Praktik CSR yang efektif bagi masyarakat akan meningkatkan nilai perusahaan dii suatu daerah, karena akan menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kualitas sosial. Pekerja lokal yang diserap akan



memiliki hak-haknya sebagai pekerja. Praktek *CSR* akan mengganggu tradisi dan budaya lokal jika ada masyarakat atau masyarakat lokal.

- c) Dalam hal lingkungan, tindakan *CSR* akan mencegah sumber daya alam dieksploitasi secara berlebihan, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi, dan perusahaan sendiri akan memiliki dampak lingkungan.
- d) Bagi negara, praktik *CSR* yang efektif akan mencegah pelanggaran perusahaan atau malpraktik bisnis, seperti penyuapan terhadap aparat negara atau hukum yang menyebabkan korupsi yang tinggi. Selain itu, perusahaan akan menghasilkan pajak yang wajar dan tidak digelapkan untuk negara.

3) Fungsi *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Berbagai hal seperti lingkungan kerja, hubungan masyarakat sekitar dan perlindungan lingkungan usaha adalah bagian *CSR*. Karena pada dasarnya, pelaksanaan program adalah upaya untuk menyeimbangkan dan menyelaraskan tujuan ekonomi, lingkungan dan sosial. Perencanaan, implementasi, evaluasi dan pelaporan adalah langkah-langkah yang sama yang digunakan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Kegiatan hubungan puublik sangat penting untuk menjaga reputasi sebuah perusahaan. Fungsi *CSR* adalah untuk membangun hubungan yang baik antara manajemen interperusahaan dan pelanggan atau konsumen, sehingga tercipta pemahaman yang baik. Tujuan dari hubungan publik ini adalah untuk membantu menciptakan citra yang baik tentang perusahaan.



Kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dapat dibangun dengan menerapkan program CSR.(Diansyah & Fitri, 2023)

4) Tahapan Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Hurairah (2008), melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dalam mengembangkan masyarakat terdiri dari 6 tahapan: *assessmet, plan of treatment, treatment action, monitoring dan evaluation, termination* dan *after care*. Karena CCSR baru berdiri satu tahun, penelitian ini hanya membahas tiga tahapan pertama dari ke enam tahapan tersebut. Ketiga tahapan tersebut yaitu:(Fatmawatie, n.d.)

- a. *Assessment*. Proses mengidentifikasi masalah, yaitu kebutuhan yang dirasakan, kebutuhan yang diekspresikan dan sumber daya yang dimiliki komunitas target. Masyarakat dilibatkan dalam proses ini agar mereka dapat merasakan bahwa masalah yang dibahas tidak sesuai dengan perspektif mereka.
- b. *Plant Of Treatment*. Merupakan strategi untuk menangani masalah yang dirasakan masyarakat dan memenuhi kebutuhan. Berkembangnya metodologi perencanaan dari bawah didorong oleh wacana tentang program-program berbasis masyarakat.
- c. *Treatment Action*. Tahap pelaksanaan adalah yang paling penting. Jika tidak ada kerjasama antara masyarakat, fasilitator dan antar warga, sesuatu yang sudah direncanakan dengan baik dapat menyimpang saat dilaksanakan dilapangan.



5) **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.

6) CSR Sebagai Strategi Perusahaan

CSR atau tanggung jawab sosial hadir berkaitan dengan adanya isu mengenai pentingnya hubungan antara *shareholders* dan *stakeholders*. *Shareholders* disini berarti pihak perusahaan atau pemilik saham. Sedangkan, *stakeholder* disini berarti pihak-pihak pemangku kepentingan sebut saja pekerja, masyarakat, pemasok, pemerintah dan sebagainya, dimana pihak-pihak ini sangat berkepentingan terkait keberlangsungan perusahaan sekaligus pihak yang terkena dampak langsung dari operasional perusahaan. Seperti yang tertuang dalam bukunya yang berjudul “*Business and Society, Corporate Strategy, Public Policy,*



Ethics” William C. Frederick, et al (1988) mengungkapkan bahwa CSR adalah implementasi dari tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan dan social dengan cara memberikan perlindungan dan berkontribusi pada masyarakat disekitar usaha dilakukan.

Dibalik kewajiban dalam pelaksanaan CSR ini, ada motivasi yang dimiliki perusahaan sebagai bentuk strategi perusahaan dalam mencari benefit dari pelaksanaan CSR-nya. Berikut adalah beberapa motif perusahaan dalam pelaksanaan CSR:

- a. Mendongkrak dan mempertahankan citra baik perusahaan
- b. Resiko bisnis perusahaan dapat tereduksi
- c. Hubungan yang baik terjalin dengan *stakeholder*
- d. Keberlangsungan perusahaan
- e. Dipermudah dalam mendapatkan *social licence to operate*

7) Indikator Keberhasilan CSR

Untuk mengetahui seberapa efektif program CSR, diperlukan pendekatan menyeluruh yang melibatkan berbagai indikator kinerja. Untuk menyelesaikannya, evaluasi dampak langsung dan tidak langsung dari tindakan CSR untuk masyarakat dan lingkungan merupakan salah satu solusi. Misalnya, peningkatan pendidikan atau keterampilan masyarakat dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan program pendidikan yang dilaksanakan perusahaan. Kesadaran dan kepuasan pemangku kepentingan yang dapat diukur melalui wawancara atau survei, merupakan indikator penting lainnya. Selain itu, sebagai indikator keberhasilan, bisnis dapat menggunakan metrik non finansial dan finansial seperti peningkatan



loyalitas pelanggan, retensi karyawan dan penurunan resiko reputasi. Selain itu, laporan *CSR* tahunan yang jelas dan rinci merupakan alat penting untuk mengukur dan menyampaikan hasil program *CSR* kepada masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

2.1.2 Kesejahteraan Masyarakat

a) Definisi Kesejahteraan

Kamus besar bahasa indonesia menyatakan bahwa sejahtera merujuk kepada keadaan aman, sentosa dan makmur. Aman berarti tidak terpengaruh atau terancam. Kehidupan yang aman didefinisikan sebagai kehidupan yang tidak terpengaruh oleh kesulitan dan bencana. Oleh karena itu, hidup yang aman adalah ketika tinggal ditempat yang aman, damai dan tidak ada kekacauan. Kesejahteraan dalam arti yang lebih luas adalah ketika seseorang terbebas dari kemiskinan, kebodohan dan ketakutan, sehingga dapat menjalani kehidupan yang aman dan tentram secara fisik dan mental. Masyarakat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kelompok orang yang terkait oleh suatu kebudayaan yang dianggap sama. Charles Horton menganggap masyarakat sebagai entitas luas yang terdiri dari berbagai bagian yang saling berhubungan dan berfungsi secara teratur. (Studies & Sukmasari, 2020)

Kesejahteraan masyarakat adalah ukuran untuk suatu masyarakat yang telah mengalami peningkatan kesejahteraan Kadeni dan Srijani (2020). Kesejahteraan berarti dapat memenuhi kebutuhan pokok atau pakaian, makanan dan tempat tinggal tanpa mengalami kesulitan. Indeks



pembangunan manusia terdiri dari indikator pendidikan, ekonomi dan kesehatan, dapat digunakan untuk mengukur kesejahteraan masyarakat.(Saha et al., 2022)

Menurut Todaro dan Smith (2006), kesejahteraan masyarakat adalah aspek dari pembangunan masyarakat yang dapat meningkatkan kehidupan dimasa depan. Ini mencakup:

- a. Peningkatan kesempatan dan kesetaraan dalam hal kebutuhan pokok seperti makan, minum, pemasukan dan pendidikan yang lebih baik
- b. Peningkatan skala ekonomi dan kesiapan untuk preferensi sosial individu dan kelompok.

Keadaan seseorang yang mampu mencukupi kehidupan hidupnya seperti fisik, rohani dan sosial sesuai dengan martabatnya sebagai makhluk disebut kesejahteraan masyarakat.(Saha et al., 2022)

b) Indikator Kesejahteraan Sosial

Untuk engetahui seberapa banyak pembangunan yang telah dicapai di suatu wilayah, diperlukan indikator yang dapat mengukur kesejahteraan rakyat dan berfungsi sebagai dasar untuk mengukur keberhasilan. Indikator kesejahteraan rakyat sangat luas dan kompleks, hanya dapat diukur dengan menggunakan berbagai indikator yang diukur dari berbagai aspek pembangunan. Indikator kesejahteraan masyarakat terdiri dari indikator pendidikan, ketenaga kerjaan, demografi, kesehatan dan sosial.(Bustamam et al., 2021)



2.1.3 Sosiologi Industri

Secara umum, sosiologi dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari masyarakat serta berbagai aspek yang ada di dalamnya. Untuk memperluas pemahaman mengenai sosiologi, berikut ini disajikan beberapa pendapat para ahli:

- a) Auguste Comte menjelaskan bahwa sosiologi merupakan ilmu positif yang mempelajari hukum-hukum dasar yang mengatur gejala sosial. Menurutnya, sosiologi terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu sosiologi statis yang mengkaji struktur sosial yang tetap, dan sosiologi dinamis yang mempelajari proses perubahan dalam masyarakat.
- b) Emile Durkheim berpendapat bahwa sosiologi adalah ilmu yang meneliti fakta sosial, yaitu cara bertindak, berpikir, dan berperasaan yang berada di luar individu namun memiliki kekuatan memaksa terhadap individu tersebut.
- c) Max Weber mendefinisikan sosiologi sebagai ilmu yang berusaha memahami makna di balik tindakan sosial, serta bagaimana tindakan-tindakan tersebut dipengaruhi oleh konteks sosialnya.
- d) Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi mengartikan sosiologi sebagai ilmu tentang masyarakat yang fokus pada studi mengenai struktur sosial dan proses sosial, termasuk di dalamnya proses perubahan sosial.

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa sosiologi pada dasarnya mengkaji hubungan antar manusia dalam masyarakat, baik dari sisi



struktur, interaksi, maupun perubahan-perubahan yang terjadi sebagai bagian dari dinamika sosial.(Hikmat, n.d.)

Dalam kajian sosiologi, terdapat empat pokok utama yang menjadi dasar pemahaman terhadap dinamika sosial, yaitu fakta sosial, tindakan sosial, khayalan sosiologis, dan realitas sosial. Keempat unsur ini penting untuk menganalisis dampak industrialisasi dan implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) terhadap kesejahteraan masyarakat.

1) Fakta Sosial

Fakta sosial mencerminkan cara berpikir, bertindak, dan merasakan yang tumbuh di luar individu, tetapi memiliki kekuatan memaksa yang mengarahkan perilaku individu dalam kehidupan sosial. Misalnya, ketika perusahaan melalui program CSR mewajibkan adanya pelatihan kerja atau program kedisiplinan bagi masyarakat sekitar, hal itu menciptakan norma baru yang memengaruhi cara masyarakat menjalani kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, fakta sosial berperan dalam mengarahkan perubahan perilaku masyarakat melalui struktur sosial yang diciptakan oleh industri atau perusahaan.

2) Tindakan Sosial

Tindakan sosial adalah segala bentuk perilaku yang dilakukan individu dengan mempertimbangkan respons atau ekspektasi dari orang lain. Ketika perusahaan menjalankan program CSR, misalnya bantuan usaha kecil atau pemberdayaan perempuan, maka masyarakat yang menerima bantuan akan menyesuaikan tindakannya agar sesuai dengan harapan perusahaan maupun komunitas sekitarnya. Dengan



kata lain, CSR menjadi pemicu terbentuknya tindakan sosial yang berorientasi pada perubahan dan peningkatan taraf hidup masyarakat.

3) Khayalan Sosiologis

Khayalan sosiologis, sebagaimana dijelaskan oleh Wright Mills, merupakan kemampuan untuk mengaitkan pengalaman individu dengan kondisi sosial yang lebih luas. Dalam konteks CSR, masyarakat yang sebelumnya mengalami kesulitan ekonomi dapat memahami bahwa kondisi mereka bukan hanya disebabkan oleh kegagalan pribadi, tetapi juga oleh struktur ekonomi yang lebih besar. Ketika perusahaan hadir dan menjalankan program CSR, mereka tidak hanya menyelesaikan masalah individu, tetapi juga menjawab isu sosial yang lebih luas seperti kemiskinan, pengangguran, dan keterbatasan akses pendidikan.

4) Realitas Sosial

Realitas sosial adalah upaya untuk mengungkap fakta-fakta sosial yang tersembunyi melalui pendekatan ilmiah dan objektif. Dalam konteks CSR, penting bagi peneliti untuk melihat secara jujur bagaimana dampak nyata program CSR terhadap kesejahteraan masyarakat. Apakah benar program tersebut memberi manfaat atau sekadar simbolis? Melalui pengamatan dan analisis yang sistematis, sosiologi membantu menjelaskan realitas di balik pelaksanaan CSR dan sejauh mana program tersebut mampu menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan.



2.1.4 Keberadaan Industri Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi

1) Keberadaan Industri

Salahsatu upaya manusia untuk meningkatkan kualitas hidup adalah pembangunan industri. Salah satu tujuan pembangunan industri adalah untuk meningkatkan lapangan kerja, mendorong pemerataan pembangunan, meningkatkan pendapatan, dan kesejahteraan masyarakat.(Saebani & Si, n.d.)

Alfian (Syaifullah, 2009), memberikan gambaran tentang berbagai akses atau berbagai dampak industrialisasi yang terjadi di komunitas masyarakat, meliputi:

- a. Dari perspektif ekonomi, keberhasilan pasti akan menghasilkan perubahan besar dalam struktur ekonomi masyarakat.
- b. Dalam bidang sosial, menaksirkan bahwa industrialisasi akan menghasilkan struktur sosial dimana sebagian besar anggota masyarakat akan bergantung pada industri untuk mendapatkan uang
- c. Dari perspektif budaya, industrialisasi diperkirakan akan menyebabkan perubahan signifikan dalam nilai-nilai masyarakat dan pola gaya hidup.

Selain dampak yang disebutkan di atas, keberadaan industri memiliki efek positif, seperti penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Disisi lain, efek negatifnya termasuk pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh industri. Baik dampak positif maupun negatif dari keberadaan industri akan menimbulkan perubahan bagi masyarakat, baik sosial, ekonomi maupun budaya.(Saebani & Si, n.d.)



2) Pengaruh Industri

Baik industri skala besar maupun kecil disuatu wilayah akan memberi pengaruh dan membawa perubahan terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitarnya. Sebagaimana dinyatakan oleh Singgih (1991), pembukaan lapangan pekerjaan disuatu industri yang besar menyebabkan munculnya kesempatan baru. Ini memiliki konsekuensi langsung dari industri, seperti munculnya pekerjaan untuk karyawan di unit bisnis baru. Selain itu, konsekuensi langsung lain, seperti peluang dalam usaha ekonomi bebas. Usaha ekonomi bebas adalah merupakan usaha yang langsung memenuhi kebutuhan industri.

Menurut Idris (2011), pendidikan sebagai bagian dari sosial budaya berdampak pada perubahan sosial budaya dan ekonomi masyarakat. Keberadaan industri didalam masyarakat tidak hanya akan meningkatkan mentalitas masyarakat, tetapi juga akan membantu meningkatkan infrastruktur pendidikan daerah tersebut.(Saebani & Si, n.d.)

3) Perubahan Sosial

Ini dimulai dengan sifat manusia yang selalu menginginkan hal-hal yang lebih baik. Untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia di dunia, itu sudah mencakup aspek biologis dan psikologis manusia. Tidak diragukan lagi, kebutuhan hidup itu harus dipenuhi oleh manusia sendiri dengan menggunakan metode dan upaya tertentu. Semakin lama manusia hidup di dunia ini, semakin banyak pula tuntutan mereka untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan, yang tidak selalu dapat diperoleh dengan mudah dari alam semesta. Semakin banyak manusia yang membutuhkannya, semakin terbatas pula sumber-sumber untuk memenuhi kebutuhan mereka.



Gejala yang sering terjadi menunjukkan bahwa perubahan sosial benar-benar terjadi. Ini berdampak pada masyarakat secara keseluruhan. Karena inti dari perubahan sosial berkaitan dengan aspek sosio-demografis masyarakat dan aspek struktural dari organisasi sosial, perubahan sosial biasanya didefinisikan sebagai suatu proses perubahan struktur atau tatanan masyarakat, yang mencakup perubahan sikap, pola pikir dan kehidupan sosial untuk mencapai kehidupan yang lebih bermartabat.

Perubahan sosial merupakan proses perubahan yang dilakukan oleh masyarakat itu sendiri dan oleh interaksi dengan masyarakat luar. Menurut Gaama (1992), perubahan sosial terjadi karena proses pembangunan yang dilakukan oleh masyarakat itu sendiri oleh masyarakat luar. “Pembangunan masyarakat telah lama diakui dan dipandang oleh para sosiolog, ekonom, pekerja sosial dan ahli lainnya sebagai alat utama perubahan sosial”, kata Iskandar(2004).

Pada dasarnya, pembangunan masyarakat adalah proses pergeseran masyarakat dari masyarakat yang tidak maju ke masyarakat yang maju dalam hal ekonomi, sosial dan politik.(Saebani & Si, n.d.)



2.3 Kerangka pemikiran

