



Implementasi CSR PT Pupuk Kujang pada Program Kampung Nanasku

Rinad Riananda Widiastri Budiman^{1*}, Darajat Wibawa¹, Acep Muslim¹

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Humas, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

**Email : rinadrwbudiman01@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan manfaat CSR dalam konsep *Triple Bottom Line* pada dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan yang diperoleh perusahaan maupun masyarakat kelompok petani nanas dalam kegiatan CSR Pupuk Kujang pada program Kampung Nanasku. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah studi kasus, yang melibatkan pengumpulan data primer dan sekunder melalui wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Pupuk Kujang memperoleh manfaat sosial, seperti peningkatan hubungan dengan petani nanas, partisipasi pentahelix dalam pengambilan keputusan, pembinaan kompetensi masyarakat, penciptaan lapangan pekerjaan, serta peningkatan kepercayaan dan reputasi perusahaan. Manfaat ekonomi meliputi pembinaan kompetensi ekonomi masyarakat, pembukaan peluang pasar, peningkatan profitabilitas, dan penciptaan lapangan kerja. Manfaat lingkungan mencakup peningkatan kompetensi pengelolaan limbah dan penerapan *Zero Waste Agriculture* untuk mengurangi limbah produksi.

Kata Kunci : CSR; *Triple Bottom Line*; Humas Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to describe the benefits of CSR in the Triple Bottom Line concept in the social, economic, and environmental dimensions obtained by the company and the pineapple farmer group community in Pupuk Kujang's CSR activities in the Kampung Nanasku program. This research uses the constructivism paradigm with a qualitative approach. The method used is a case study, which involves collecting primary and secondary data through in-depth interviews and observations. The results of this study show that PT Pupuk Kujang obtained social benefits, such as improved relationships with pineapple farmers, pentahelix participation in decision-making, community competency building, job creation, and increased company trust and reputation. Economic benefits include fostering community economic competence, opening market opportunities, increasing profitability, and job creation. The environment benefits include improved waste management competencies and the implementation of Zero Waste Agriculture to reduce production waste.

Keywords : CSR; Triple Bottom Line; Corporate Public Relations

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan program penting yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan. CSR mengharuskan perusahaan mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasionalnya. PT Pupuk Kujang, sebagai salah satu perusahaan yang memiliki program CSR unggulan yang memberikan berbagai manfaat bagi sekitarnya, termasuk peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui program pendidikan, kesehatan, bina lingkungan, pembangunan infrastruktur, dan peningkatan ekonomi masyarakat.

PT Pupuk Kujang merupakan perusahaan BUMN yang memproduksi pupuk nasional dan merupakan anak perusahaan PT Pupuk Indonesia. Perusahaan ini menjalankan program CSR dengan baik, hal tersebut dibuktikan dengan beberapa ajang penghargaan CSR yang diterima PT Pupuk Kujang setiap tahun. Penghargaan ini didasarkan pada data dari website resmi, media sosial, dan media massa daring terkait aktivitas CSR Pupuk Kujang. Berdasarkan data penelitian bahwa PT Pupuk Kujang merupakan salah satu perusahaan yang banyak memiliki program CSR unggulan dalam komitmennya untuk memberikan banyak manfaat bagi masyarakat dan lingkungan. PT Pupuk Kujang juga berkomitmen dalam salah satu program yang dibuat yakni program Mitra Binaan Pupuk Kujang guna terciptanya kemajuan ekonomi yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Program mitra binaan Pupuk Kujang telah membantu masyarakat petani Subang pada program Kampung Nanasku yang menjadi salah satu program unggulan Pupuk Kujang dalam kegiatan CSR. Wilayah binaan Pupuk Kujang pada program Kampung Nanasku terletak di Desa, Sarireja Kabupaten Subang. Program tersebut memiliki tujuan untuk mendukung UMKM dan petani Nanas agar dapat meningkatkan kelasnya melalui pembiayaan modal usaha, edukasi mengenai pemupukan yang seimbang, serta pembinaan masyarakat secara keseluruhan.

Berdasarkan data penelitian, sejak dimulainya program Kampung Nanasku pada 2019, petani nanas yang dibina oleh Pupuk Kujang berhasil meningkatkan kualitas dan jumlah panen, memenuhi standar ekspor, dan meningkatkan taraf hidup mereka. Kesuksesan program ini di Desa Sarireja, Kabupaten Subang, diakui secara luas dengan penghargaan seperti TOP CSR Awards, TOP CSV Awards, dan Asia Responsible Enterprise Awards (AREA). Hal tersebut sejalan dengan pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diatur oleh pemerintah. Pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga telah tercantum oleh pemerintah melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74

mengenai Perseroan Terbatas (UU PT) dengan tujuan agar perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan lingkungan dan masyarakat setempat. Kegiatan CSR juga diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Pasal 15, 17, dan 34 mengenai Penanaman Modal (UU PM).

Program CSR Pupuk Kujang turut berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Urgensi penelitian ini terletak pada bagaimana CSR dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan, yang membuat peneliti tertarik untuk memahami upaya Pupuk Kujang dalam aspek ekonomi. Pada dimensi sosial, CSR dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat yang dibina, memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Pada dimensi lingkungan, perusahaan harus memastikan kegiatan CSR tidak merusak ekosistem. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana Pupuk Kujang menjaga aspek sosial dan lingkungan dalam pelaksanaan CSR.

Penelitian terdahulu kemudian disajikan untuk membedakan penelitian yang dilakukan dalam studi ini dengan penelitian sebelumnya, serta untuk menunjukkan hubungan dan keterkaitan dengan literatur yang relevan. Pertama, jurnal yang diteliti oleh Novia, Wibawa & Dulwahab (2019) berjudul "*Implementasi Corporate Social Responsibility melalui Program Bantuan Solar Tree Light.*" Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan CSR melalui program tersebut dimulai dengan tahap perencanaan, melibatkan rapat internal, penetapan tujuan, pelaksanaan proposal, sosialisasi, dan survei lokasi. Program ini diimplementasikan dengan pemasangan Solar Tree Light, serah terima perangkat, dan kegiatan berbagi pengetahuan. Tahap terakhir adalah evaluasi, termasuk pemantauan dan evaluasi internal. Penelitian ini memiliki kesamaan tema dengan , namun berbeda dalam objek penelitiannya.

Kedua, jurnal yang diteliti oleh Nurdin, Amin & Astuti (2018) berjudul "*Implementasi PT. POS Indonesia pada Program Bantuan Sarana Peribadatan.*" Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi CSR pada program bantuan sarana peribadatan melibatkan beberapa tahapan: perencanaan agenda, peninjauan proposal, perencanaan anggaran, pengorganisasian, pelaksanaan program, dan pengawasan dana. Penelitian ini memiliki kesamaan tema dengan skripsi ini, namun berbeda dalam objek penelitiannya.

Ketiga, skripsi yang diteliti oleh Rival (2023) berjudul "*Implementasi Program CSR PT. Shell dalam Membangun Hubungan Baik dengan Masyarakat Kampung Pasir Tukul.*" Penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Shell menjalankan tanggung jawab sosial melalui program Desa Bersemi, yang fokus pada pengembangan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Program ini mengelola sampah menjadi pupuk organik, memberikan pelatihan pengelolaan sampah, dan menerapkan pola tanam berkelanjutan. Partisipasi aktif masyarakat dalam program

ini meningkatkan kesadaran sosial dan memberikan keuntungan ekonomi. Penelitian ini memiliki kesamaan tema, metode, dan teori dengan skripsi ini, namun berbeda dalam objek penelitiannya.

Keempat, jurnal yang diteliti oleh Aqiela, Raharjo & Resnawaty (2018) berjudul "Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) El Corps." Penelitian ini menunjukkan bahwa El-Corps menggunakan motif political theories dalam melaksanakan program CSR mereka. Program CSR El-Corps diimplementasikan dalam dua bentuk: hubungan komunitas (melalui program adik-kakak asuh, sponsorship, penggalangan dana, dan seminar) dan bantuan komunitas (melalui program Duta Dauky dan kerja sama dengan majelis ta'lim Nurul Nisa). El-Corps memberikan dua bentuk CSR, yaitu kegiatan amal dan filantropi, namun belum melibatkan pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini memiliki kesamaan tema dan model analisis dengan skripsi ini, tetapi berbeda dalam objek penelitian dan teori yang digunakan.

Kelima, jurnal oleh Gustiawan, Drikarsa & Aditya (2022) berjudul "Kampung Nanasku: *Implementation of Pineapple Cultivation Innovation by Mekarsari Maju Farmers Group Sarireja Village.*" Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR sukses melalui perencanaan, implementasi, evaluasi, dan publikasi. Program ini memperluas lahan nanas, meningkatkan hasil dengan teknologi baru, dan menciptakan efisiensi melalui diversifikasi produk olahan dan kewirausahaan sosial. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan skripsi ini dalam tema, objek, metode, dan paradigma, namun berbeda dalam konsep teori yang digunakan; penelitian ini menekankan konsep Elkington (*Triple Bottom Line*), sedangkan jurnal tersebut menggunakan konsep Wibisono dengan empat tahapan CSR.

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat tiga fokus utama pada penelitian ini yang mengkaji terkait implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pupuk Kujang melalui program Kampung Nanasku, yaitu (1) Manfaat CSR Kampung Nanasku pada dimensi sosial; (2) Manfaat CSR Kampung Nanasku pada dimensi ekonomi; dan (3) Manfaat CSR Kampung Nanasku pada dimensi lingkungan.

Lokasi penelitian ini berada di Kantor Pusat PT Pupuk Kujang yang terletak di Jalan Jendral Ahmad Yani No.39, Kalihurip, Kec. Cikampek, Karawang, Jawa Barat 41373. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah studi kasus, yang melibatkan pengumpulan data primer dan sekunder melalui wawancara mendalam dan observasi. Menurut Mulyana (2008:201) menjelaskan bahwa metode studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif tentang berbagai dimensi individu, kelompok, organisasi, program, atau situasi sosial. Metode ini digunakan peneliti karena mampu menyajikan gambaran mendalam dan detail tentang fenomena CSR yang diteliti, mengeksplorasi secara komprehensif, memberikan pemahaman yang

lebih baik tentang kompleksitasnya, dan penggalian informasi yang sulit diakses melalui metode penelitian lain.

LANDASAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan konsep *Triple Bottom Line* yang digagas oleh Elkington (1997) yang mengkaji tentang konsep pembangunan berkelanjutan sebuah perusahaan dalam kegiatan CSR. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi program yang sangat penting bagi perusahaan dalam menciptakan nilai jangka panjang. Mardikanto (2018:86) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diartikan sebagai tanggung jawab pengusaha untuk menetapkan kebijakan, mengambil keputusan, atau mengikuti langkah-langkah yang diinginkan sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai yang dihargai oleh masyarakat.

Kegiatan CSR berkaitan erat dengan pengusaha yang memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa kebijakan dan tindakan perusahaan atau organisasi sejalan dengan nilai dan kepentingan masyarakat. Hal tersebut juga menunjukkan pentingnya tanggung jawab sosial dan moral dalam praktik bisnis perusahaan, sehingga kegiatan CSR ini juga diatur oleh pemerintah.

Pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah tercantum oleh pemerintah melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 mengenai Perseroan Terbatas (UU PT) dengan tujuan agar perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan lingkungan dan masyarakat setempat. Kegiatan CSR juga diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Pasal 15, 17, dan 34 mengenai Penanaman Modal (UU PM).

Program CSR yang dibuat oleh suatu perusahaan bertujuan baik dalam membantu taraf hidup masyarakat sekitar. Kast (2003:212) juga menjelaskan Tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) sebagai keterlibatan organisasi dalam upaya mengatasi kelaparan, kemiskinan, mengurangi pengangguran, serta memberikan dukungan dalam bidang pendidikan dan kesenian. Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa pada pemahaman setiap organisasi merupakan sebuah sistem yang bergantung pada lingkungannya, dan karena itu perlu memperhatikan pandangan dan harapan masyarakat.

Program CSR yang dijalankan oleh sebuah lembaga atau perusahaan memberikan berbagai manfaat diberbagai sektor baik bagi masyarakat, lingkungan, maupun perusahaan itu sendiri. Mardikanto (2018: 141) menjelaskan bahwa menurut Untung (2008) manfaat dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup: (1) mempertahankan dan meningkatkan reputasi serta citra merek perusahaan, (2) memperoleh izin sosial untuk beroperasi, (3) mengurangi risiko bisnis, (4) meningkatkan akses sumber daya untuk operasi sosial, (5) membuka

peluang pasar baru, (6) mengurangi biaya terkait dampak lingkungan, (7) memperbaiki hubungan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*), (8) memperbaiki hubungan dengan regulator, (9) meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan, dan (10) peluang untuk meraih penghargaan.

Ruang lingkup kegiatan CSR juga terangkum oleh Kartini (2013:73) yang menjelaskan bahwa kegiatan CSR bukan hanya melakukan kegiatan berdasarkan kewajiban semata, lebih daripada itu aktivitas CSR digunakan sebagai investasi mendatang guna menciptakan kesejahteraan pada berbagai aspek seperti kesehatan, pemeliharaan lingkungan, keselamatan, pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional pada berbagai pemangku kepentingan baik itu internal maupun eksternal perusahaan.

Manfaat kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan mampu membawa mimpi indah bagi pembangunan berkelanjutan baik itu dari dimensi sosial, ekonomi, maupun lingkungan. Menurut Elkington (1997) menjelaskan bahwa konsep *Triple Bottom Line* (TBL) merupakan sebuah pendekatan yang menyatakan bahwa keberhasilan sebuah perusahaan tidak hanya dilihat dari segi keuangan, tetapi juga dari dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan. Konsep ini mengakui bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya terhadap pemegang saham (*profit*), tetapi juga terhadap masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*). TBL terdiri dari tiga dimensi yang saling terkait dan harus dikelola secara seimbang.

Pada dimensi sosial (*social*) menurut Mardikanto (2014) bahwa dalam menjalankan CSR (*Corporate Social Responsibility*) untuk pemberdayaan masyarakat, perusahaan tidak hanya harus menyediakan sumber daya fisik seperti dana atau infrastruktur. Kegiatan CSR juga harus memperhatikan dan memanfaatkan modal sosial (hubungan dan potensi masyarakat), modal spiritual (nilai-nilai keagamaan dan moral), kearifan lokal (pengetahuan dan praktik tradisional), dan budaya setempat. Pendekatan ini memastikan bahwa program CSR lebih holistik, berkelanjutan, dan sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik masyarakat yang diberdayakan.

Pada dimensi ekonomi (*profit*) CSR ini menurut Hadi (2011:57) menjelaskan bahwa sebuah perusahaan dapat melakukan berbagai cara untuk meningkatkan profitabilitas seperti dengan ditingkatkannya kesejahteraan karyawan, kesejahteraan pemegang saham hingga peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar dengan tujuan memperoleh keuntungan bagi perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, dalam konteks CSR perusahaan dapat meningkatkan keuntungan dengan memberikan berbagai program pada peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar.

Dimensi lingkungan (*planet*) dalam dipaparkan oleh Mardikanto (2018:149)

yang menjelaskan bahwa pada dimensi lingkungan ini perusahaan harus mampu mengelola dampak lingkungan yang diperoleh dari hasil operasinya seperti mengolah limbah dan melakukan berbagai aksi nyata lainnya yang mengurangi pengaruh negatif terhadap lingkungan dan ketersediaan sumber daya alam untuk generasi di masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi kegiatan CSR PT Pupuk Kujang dalam program Kampung Nanasku sebagai bentuk upaya tanggung jawab perusahaan kepada sekitarnya, dalam prosesnya memperoleh berbagai manfaat yang saling menguntungkan bagi beberapa pihak baik itu perusahaan, masyarakat mitra binaan, hingga lingkungan sebagai bentuk upaya pembangunan berkelanjutan.

Pupuk Kujang dalam praktik CSR-nya menerapkan konsep *Triple Bottom Line* yang digagas oleh Elkington dimana dalam prosesnya terdapat tiga manfaat utama yang diperoleh dari program Kampung Nanasku ini yakni; manfaat pada dimensi sosial; manfaat pada dimensi ekonomi; dan manfaat pada dimensi lingkungan. Manfaat-manfaat tersebut diperoleh perusahaan Pupuk Kujang, masyarakat mitra binaan hingga lingkungan tempat aktivitas CSR yang dilakukan.

Manfaat CSR Kampung Nanasku pada Dimensi Sosial

Manfaat pada aspek sosial dalam konsep *Triple Bottom Line* yang diperoleh peneliti dalam program Kampung Nanasku mengacu pada, peningkatan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat mitra binaan, adanya keterlibatan pentahelix dalam setiap proses pengambilan keputusan, terciptanya lapangan pekerjaan dengan berbagai pembinaan kompetensi masyarakat yang diberikan Pupuk Kujang, serta adanya peningkatan kepercayaan masyarakat hingga terciptanya reputasi baik bagi perusahaan.

Menurut Mardikanto (2018), dimensi sosial dalam konsep *Triple Bottom Line* harus mencakup peningkatan produktivitas masyarakat, pengembangan keterampilan teknis, dan jaminan keamanan pekerjaan. Pupuk Kujang, melalui program Kampung Nanasku, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perusahaan dengan kegiatan yang sesuai dengan konsep *Triple Bottom Line* Elkington.

Temuan manfaat pertama dalam dimensi sosial adalah peningkatan hubungan antara masyarakat mitra binaan dan Pupuk Kujang. Pupuk Kujang memberikan kesempatan kepada kelompok petani nanas di Desa Sarireja untuk berkolaborasi dalam perencanaan, pendampingan, pembinaan keahlian olahan nanas, serta evaluasi dan monitoring kegiatan Kampung Nanasku. Menurut Mardikanto (2018:149) pada konsep *Triple Bottom Line* ini perusahaan akan

memperoleh hasil yang baik jika turut berkontribusi dalam menjalankan pengembangan masyarakat dengan melibatkan masyarakat lokal dalam memberikan konsultasi.

Pupuk Kujang selalu melibatkan masyarakat binaan dalam setiap tahap program, dari perencanaan hingga evaluasi, sehingga terjalin ikatan kekeluargaan antara perusahaan dan masyarakat. Hal ini diungkapkan oleh pihak Pupuk Kujang dan dikonfirmasi oleh *Key Opinion Leader* (KOL) dari Kampung Nanasku.

Zhao dan Kong (2017) menjelaskan bahwa KOL adalah individu yang menyampaikan ide kepada publik dan dapat mempengaruhi perilaku, pemikiran, dan ide orang lain. Konfirmasi dari ketua Kampung Nanasku, yang juga KOL dalam kelompok petani nanas binaan PT Pupuk Kujang menunjukkan bahwa peningkatan hubungan kekeluargaan dalam program ini dapat dipertanggungjawabkan.

Temuan ini menunjukkan keterkaitan dengan penelitian Afriani et al. (2023), yang meneliti implementasi CSR PT Pratomo Putra Teknik Palopo. Penelitian tersebut menemukan bahwa pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, melalui partisipasi aktif dan keterlibatan karyawan, merupakan cara efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, pada prosesnya Pupuk Kujang dalam program Kampung Nanasku juga memberikan partisipasi aktif dari masyarakat mitra binaan, sehingga masyarakat juga turut andil dalam meningkatnya kesejahteraannya. Perbedaannya dengan penelitian Afriani et al (2023), Pupuk Kujang sebagai perusahaan bisnis juga melibatkan partisipasi pentahelix yang tidak hanya perusahaan dengan masyarakat saja yang turut andil dalam program ini, akan tetapi membawa akademisi dari Universitas Padjajaran, pemerintah setempat, dan media.

Keterkaitan pada penelitian lain menurut Aqiela, Raharjo, dan Resnawaty (2018) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa penerapan *Program Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh El Corps menekankan pada motif *Political Theory*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, El Corps menjalankan CSR dalam dua bentuk, yaitu kegiatan amal dan filantropi, namun belum terdapat upaya untuk melibatkan pemberdayaan masyarakat dalam program CSR yang penelitian tersebut lakukan.

Berdasarkan hal tersebut, pada implementasi kegiatan CSR kedua perusahaan yakni El Corps dan Pupuk Kujang, terdapat perbedaan yang cukup signifikan dimana pada prosesnya El Corps belum menciptakan program CSR yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat sekitar, sedangkan Pupuk Kujang menjalankan segala upaya untuk sekaligus menjalankan kegiatan CSR dengan

fokusnya pada pemberdayaan masyarakat khususnya program mitra binaan.

Temuan manfaat kedua dalam kegiatan CSR Pupuk Kujang yakni adanya keterlibatan pentahelix di setiap proses kegiatan Kampung Nanasku. Menurut Riyanto (2018) pentahelix sendiri merupakan sebuah konsep kolaborasi yang melibatkan lima unsur utama dalam penggerak sebuah inovasi perekonomian yakni pelaku bisnis, komunitas atau masyarakat kelompok tertentu, akademisi, pemerintahan dan media.

Pupuk Kujang melibatkan pihak-pihak profesional dalam setiap pelaksanaan kegiatan program, hal tersebut disebutkan oleh pihak Pupuk Kujang, pertama partisipasi pemerintah setempat selaku pembina dan pemberi dukungan, kedua akademisi yang melibatkan pihak Fakultas Peternakan Universitas Padjajaran untuk membantu mengelola limbah kulit nanas menjadi silase pakan ternak domba.

Ketiga, media internal dan eksternal Pupuk Kujang yang membantu meliput kegiatan Kampung Nanasku menjadi lebih dikenal khalayak luas, kemudian juga peran Pupuk Kujang sendiri dalam membantu memfasilitasi setiap kegiatan program baik sarana maupun prasarana, serta masyarakat mitra binaan kelompok petani nanas Desa Sarireja juga yang turut berkontribusi dalam setiap program yang direncanakan bersama. Pernyataan tersebut juga dikonfirmasi oleh ketua Kampung Nanasku sebagai *Key Opinion Leader* dari pihak masyarakat mitra binaan.

Khoury dan Farah (2018) menjelaskan bahwa *Key Opinion Leader* dianggap memiliki jaringan komunitas yang luas, keterampilan dalam komunikasi publik, dan kemampuan untuk mempengaruhi massa secara signifikan. Berdasarkan hal tersebut, pernyataan Efrizal sebagai ketua Kampung Nanasku terkait keterlibatan berbagai stakeholder pentahelix dalam pengambilan keputusan dianggap sebagai pernyataan yang dapat dipertanggungjawabkan.

Temuan tersebut menunjukkan keterkaitan terhadap penelitian lain menurut Syafari (2018) dalam jurnal penelitiannya menjelaskan bahwa kegiatan CSR PT Adaro Indonesia dalam pemberdayaan masyarakat ibu rumah tangga di Desa Maburai cukup berhasil karena adanya kerja sama *multi-stakeholder*.

Proses pemberdayaan ini melibatkan banyak pemangku kepentingan yang dikelompokkan ke dalam lima kelompok utama dengan pendekatan Penta Helix. Kelompok-kelompok tersebut meliputi pemerintah lokal, perusahaan swasta, kelompok masyarakat sipil seperti Widyawarsa LPMP Provinsi Banjarbaru dan DPC HIPMIKKINDO, komite CSR, perintis desa Maburai, komunitas Kerajinan Kain Batik Sasirangan khas Tabalong, serta media massa seperti Tabalong TV.

Keterkaitan terhadap penelitian lain juga ditunjukkan Lestari et al. (2023)

dalam jurnalnya mengungkapkan bahwa keterlibatan pentahelix sangat berperan penting dalam mendukung pengembangan UMKM di Kabupaten Purworejo. Sinergi antara akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media berperan dalam memperkuat daya saing UMKM, melalui kolaborasi ini, UMKM dapat bertransformasi menjadi *technososiosiopreneur* yang menciptakan inovasi teknologi dan memanfaatkannya untuk kepentingan sosial.

Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami bahwa program CSR Pupuk Kujang yang melibatkan pentahelix menjadi lebih mudah dan berhasil karena adanya keterlibatan dari berbagai pihak. Keterlibatan berbagai pemangku kepentingan ini memastikan program Kampung Nanasku berjalan lebih efektif dan efisien, serta memperoleh dukungan luas dari seluruh lapisan masyarakat.

Manfaat ketiga pada aspek sosial adalah pembinaan dan pelatihan yang diberikan oleh Pupuk Kujang dalam program Kampung Nanasku, termasuk pengolahan produk turunan dan limbah nanas. Program ini mengintegrasikan sumber daya alam dengan potensi masyarakat binaan. Menurut Mardikanto (2014), CSR harus memperhatikan modal sosial, spiritual, kearifan lokal, dan budaya setempat. Pendekatan ini memastikan bahwa program CSR lebih holistik, berkelanjutan, dan sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik masyarakat yang diberdayakan.

Hal tersebut menunjukkan keterkaitan terhadap penelitian lain, Ayun dan Fitriyah (2019) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa pada proses kegiatan CSR Grup Astra dalam Sentra Industri Logam memberikan banyak pembinaan dan pelatihan pada UKM berupa fasilitas peluang pasar dan fasilitas permodalan.

Pelatihan yang diberikan Astra dalam kegiatan CSR-nya merupakan kegiatan sentral dalam pemberdayaan karena melalui pelatihan terjadi transfer pengetahuan dari perusahaan ke UKM. Bagi UKM, pelatihan memberikan pengetahuan dan keterampilan baru, sedangkan bagi perusahaan, pelatihan membantu UKM memproduksi barang secara efisien dan sesuai spesifikasi yang diharapkan.

Berdasarkan hal tersebut, Pupuk Kujang juga memahami bahwa secara sosial, pembinaan dan pelatihan yang diberikan kepada masyarakat mitra binaan sangat bermanfaat bagi peningkatan pengetahuan masyarakat akan kompetensi diri dan kesadaran masyarakat akan potensi sumber daya alam dari hasil budidaya nanas yang dapat dikembangkan.

Manfaat keempat dalam aspek sosial adalah terciptanya lapangan pekerjaan melalui program pembinaan dan pelatihan oleh Pupuk Kujang. Kampung Nanasku melibatkan pengangguran, orang terdampak PHK, dan kelompok rentan, sejalan dengan pandangan Mardikanto (2018) bahwa CSR harus meningkatkan kesejahteraan sosial dan produktivitas perusahaan.

Pupuk Kujang berhasil membuka peluang kerja bagi masyarakat binaannya dengan menyediakan pelatihan, mengembangkan potensi pengolahan nanas, dan meningkatkan kualitas hidup. Hal ini mencerminkan aspek peningkatan kesejahteraan sosial dalam konsep *Triple Bottom Line*.

Hal tersebut juga menunjukkan keterkaitan terhadap penelitian lain menurut Trianingrum (2021) pada jurnalnya bahwa program DERMAYU, yang merupakan hasil kerja sama antara CSR PT. Pertamina Integrated Terminal Balongan dan pengelola Pantai Tirta Ayu (dikelola oleh BUMDES), berhasil meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat setempat. Program ini telah membuka lapangan pekerjaan baru, memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat, dan membantu meningkatkan taraf hidup mereka melalui pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat adanya perbedaan pada fokus utama CSR yang dijalankan PT. Pertamina Integrated Terminal Balongan dengan Pupuk Kujang dimana PT Pertamina berfokus pada pengembangan pariwisata desa mitra binaannya, sedangkan Pupuk Kujang berfokus pada budidaya pertanian nanas dan pengembangan masyarakatnya, namun keduanya memiliki tujuan sama yakni pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar salah satunya membuka peluang pekerjaan baru.

Manfaat sosial kelima dari program Kampung Nanasku adalah terciptanya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, yang meningkatkan reputasi dan citra Pupuk Kujang. Keberhasilan program ini dalam memberikan pendampingan, pelatihan, dan sarana prasarana telah mengukuhkan kepercayaan masyarakat Desa Sarireja terhadap Pupuk Kujang.

Menurut Untung (2008), salah satu manfaat CSR adalah mempertahankan dan meningkatkan reputasi perusahaan. Keberhasilan program Kampung Nanasku membawa manfaat serupa, di mana Pupuk Kujang mendapatkan banyak pengakuan dan penghargaan bergengsi dalam kontestasi CSR.

Penghargaan-penghargaan yang diperoleh Pupuk Kujang dalam program Kampung Nanasku khususnya pada ajang PROPER, TOP CSR Awards, TOP CSV Awards, hingga ajang penghargaan *Asia Responsible Enterprise Awards* (AREA) menunjukkan validasi peningkatan kepercayaan dan reputasi yang baik di khalayak publik.

Hal tersebut juga menunjukkan keterkaitan terhadap penelitian lain menurut Ansar et al. (2023) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa penerapan pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi salah satu faktor utama yang mendukung reputasi perusahaan.

Keterkaitan lain pada penelitian Agung, et al (2020) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa CSR bagi PT. Furama Villa and Spa Ubud berperan penting dalam meningkatkan *brand*, pemasaran, dan reputasi perusahaan, selain memenuhi peraturan yang berlaku, CSR juga membangun hubungan positif dengan masyarakat, menjaga citra perusahaan di mata para pemangku kepentingan.

Penelitian lain yang juga menunjukkan keterkaitan yaitu oleh Rival (2023) menjelaskan bahwa PT Shell dalam kegiatan CSR-nya di Kampung Pasir Tukul memperoleh kesan baik di masyarakat dimana pada setiap prosesnya masyarakat diajak mengembangkan diri dengan difasilitasi lapangan pekerjaan baru.

Berdasarkan hal tersebut, Pupuk Kujang juga memperoleh kepercayaan dari masyarakat khususnya pada program Kampung Nanasku dengan adanya kontribusi Pupuk Kujang dalam setiap kegiatan CSR sehingga terciptalah reputasi baik dimana hal tersebut juga sejalan dengan tujuan dari konsep *Triple Bottom Line*.

Manfaat CSR Kampung Nanasku pada Dimensi Ekonomi

Manfaat dari segi ekonomi yang diperoleh Pupuk Kujang dalam kegiatan CSR Kampung Nanasku yakni, adanya pembinaan kompetensi masyarakat pada peningkatan aspek ekonomi; membuka peluang pasar bagi masyarakat mitra binaan; peningkatan profitabilitas perusahaan dan masyarakat mitra binaan; dan terciptanya lapangan pekerjaan yang bermanfaat bagi pertumbuhan ekonomi.

Pupuk Kujang memahami pentingnya ekonomi dalam keberlanjutan bisnisnya, sehingga menerapkan konsep *Triple Bottom Line* pada kegiatan CSR, terutama dalam dimensi ekonomi. Menurut Urip (2014), CSR dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pembangunan ekonomi di negara berkembang. Pupuk Kujang memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat binaan dan perusahaan dengan mengadakan pembinaan dan pelatihan mencakup pembuatan produk turunan dari nanas seperti keripik nanas, wajik nanas, sirup nanas, es buah nanas, dan cuka nanas.

Pembinaan dan pelatihan lainnya diberikan Pupuk Kujang dalam segi manajemen, dengan mengundang orang-orang profesional untuk kemudian dilatih bagaimana caranya membentuk dan mengelola kelompok dengan baik. Hal tersebut dikonfirmasi oleh Efrizal sebagai ketua Kampung Nanasku yang dalam penelitian ini dianggap sebagai *Key Opinion Leader*, Efrizal juga ditunjuk sebagai ketua koperasi Singgalang Sarimaju yang dibentuk bersamaan dengan adanya program ini.

Pembinaan dan pelatihan yang diberikan Pupuk Kujang baik dari segi produksi turunan buah nanas maupun dari segi manajemen memperoleh manfaat pada pertumbuhan ekonomi masyarakat mitra binaan. Pertumbuhan ekonomi ini merupakan salah satu komponen penting dalam konsep *Triple Bottom Line*.

Hal tersebut terkonfirmasi oleh jurnal yang juga meneliti terkait kegiatan CSR Pupuk Kujang Kampung Nanasku oleh Gustiawan, Drikarsa & Aditya (2022) yang juga menjelaskan bahwa program ini mengadopsi inovasi dengan memperluas lahan nanas di area kritis, meningkatkan hasil pertanian dengan teknologi baru, dan menciptakan efisiensi melalui diversifikasi produk olahan serta lembaga kewirausahaan sosial.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat perbedaan yang menentukan hasil penelitiannya dimana jurnal Gustiawan, Drikarsa & Aditya (2022) tersebut menekankan pada tahapan pelaksanaan kegiatan CSR yang meliputi tahapan perencanaan, implementasi, evaluasi, dan publikasi, sementara peneliti menekankan pada penerimaan manfaat dari kegiatan CSR ini dalam segi sosial, ekonomi dan lingkungan.

Keterkaitan lainnya dengan penelitian Novia, Wibawa & Dulwahab (2019) pada jurnalnya yakni dalam kegiatan CSR PT Len Industri melalui Program Bantuan *Solar Tree Light* menjelaskan bahwa hasil temuannya meliputi tahapan perencanaan, implementasi hingga evaluasi, dimana jika dikaitkan dengan penelitian Pupuk Kujang Kampung Nanasku, hal tersebut terdapat perbedaan dalam penyajian hasil penelitian yang meliputi manfaat sosial, ekonomi dan lingkungan.

Keterkaitan lainnya juga dengan penelitian Gea et al. (2022) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa peranan CSR dalam memberikan berbagai pelatihan kerja dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat, hal tersebut diterapkan PT. Alamjaya Bara Pratama yang dalam kegiatan CSR-nya di Desa Sungai Payang memberikan berbagai pelatihan kerja untuk UMKM maupun pelatihan alat berat untuk pelajar yang putus sekolah dengan tujuan meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat sekitar.

Berdasarkan hal tersebut, berkaitan dengan penelitian ini bahwa fasilitas pembinaan yang diberikan Pupuk Kujang kepada masyarakat Kampung Nanasku dimanfaatkan dengan baik dalam upaya meningkatkan pendapatan dengan menjual produk-produk olahan nanas yang bernilai ekonomi hingga terciptanya peluang pasar lain selain penjualan buah nanas segar.

Peluang pasar yang luas menjadi manfaat ekonomi kedua bagi masyarakat Kampung Nanasku dan Pupuk Kujang. Produk olahan nanas seperti keripik dan wajik nanas telah mencapai pasar modern, termasuk rak-rak retail dan supermarket dengan nama Pinachips. Hal tersebut diungkapkan oleh pihak Pupuk Kujang yang juga dikonfirmasi oleh Efrizal ketua Kampung Nanasku sekaligus sebagai *Key Opinion Leader* dimana peluang pasar meluas dengan bermitra dengan pabrik-pabrik berbahan dasar buah nanas.

Pupuk Kujang sebagai perusahaan yang koor bisnisnya adalah pupuk juga turut menerima manfaat dalam memperluas peluang pasar dengan melibatkan produknya, seperti Pupuk Jeranti dalam kegiatan demplot uji coba pupuk pada CSR Kampung Nanasku. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada petani yang membutuhkan pupuk berkualitas untuk budidaya nanas.

Menurut Elkington (1997), pada praktik bisnis, sebuah perusahaan tentu memikirkan keuntungan finansial yang menjadi hal utama dalam sebuah bisnis, khususnya dalam aspek *Triple Bottom Line* dimana ekonomi juga merupakan salah satu hal yang penting. Mardikanto (2018:163) juga menjelaskan bahwa pada dimensi ekonomi, kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan akan memberikan potensi dan peluang pasar dalam jangka panjang.

Berdasarkan hal tersebut, keberhasilan CSR Pupuk Kujang dalam budidaya nanas menggunakan pupuk Jeranti membawa masyarakat turut membeli produk Pupuk Kujang, kabar baik ini tersebar hingga ke beberapa kelompok petani lain di luar daerah di Indonesia, seperti Sukabumi, Bali, dan Lampung, sehingga pada prosesnya peluang pasar tercipta dimana mulai banyak permintaan pupuk Jeranti dari daerah-daerah tersebut.

Hal tersebut menunjukkan keterkaitan dengan penelitian lain, Anggun et. al (2023) dalam jurnalnya menjelaskan terkait program lingkungan PT Jamu dan Farmasi Sido Muncul. Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa perusahaan berusaha menciptakan nilai sosial dan ekonomi di masyarakat dengan disertai peningkatan kapasitas petani dalam budidaya dan perawatan mesin modern. Pada penelitian tersebut dapat dipahami bahwa penerapan program CSV ini menggabungkan pertimbangan bisnis dengan tujuan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

Penelitian tersebut berkaitan dengan Pupuk Kujang yang juga selain menerapkan konsep *Triple Bottom Line*, penerapan konsep *Creating Shared Value* juga diterapkan Pupuk Kujang dalam menjalankan kegiatan CSR-nya dimana Pupuk Kujang tidak hanya memperhatikan aspek keuntungan finansial semata, akan tetapi juga memperhatikan aspek kesejahteraan masyarakat mitra binaannya. Hal tersebut diungkapkan oleh pihak Pupuk Kujang, akan tetapi hal tersebut belum terkonfirmasi oleh pihak masyarakat penerima bantuan.

Manfaat ketiga yang diperoleh Pupuk Kujang dan masyarakat mitra binaan dalam program Kampung Nanasku adalah peningkatan profitabilitas. Pupuk Kujang mendapatkan keuntungan dari peningkatan permintaan produk pupuk di berbagai daerah.

Hadi (2011:57) menyatakan bahwa perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas dengan meningkatkan kesejahteraan karyawan, pemegang saham,

dan masyarakat sekitar. Pupuk Kujang menerapkan langkah-langkah ini untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan dan kesejahteraan masyarakat binaan Kampung Nanasku. Pupuk Kujang memperoleh peningkatan *profit* dari penjualan pupuk Jeranti, sementara masyarakat mitra binaan memperoleh peningkatan pendapatan dari penjualan nanas segar dan produk turunannya hingga ke supermarket.

Hal tersebut berkaitan dengan penelitian lain yaitu menurut Yoga et al. (2018) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa PT. Nestle Indonesia Panjang Factory (Nestle) menjalankan kegiatan CSR dengan bermitra bersama petani kopi di Tenggamus, Lampung. Dalam operasionalnya, Nestle mengimplementasikan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan sekaligus memajukan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat setempat.

Berdasarkan hal tersebut, Pupuk Kujang juga menerapkan hal yang sama dalam aspek peningkatan *profit* pada program Kampung Nanasku, sehingga perusahaan maupun masyarakat binaan menerima manfaat yang saling menguntungkan satu sama lain. Ditinjau dari konsep *Triple Bottom Line*, Pupuk Kujang melaksanakan kegiatan CSR pada aspek ekonomi dengan menyesuaikan operasi perusahaan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang ingin berkembang.

Temuan manfaat keempat yang diperoleh dalam program Kampung Nanasku pada aspek peningkatan kesejahteraan ekonomi adalah terciptanya lapangan pekerjaan. Keterbatasan lapangan pekerjaan pada umumnya menjadi masalah bersama dalam roda perekonomian. Pupuk Kujang dalam kegiatan CSR-nya berhasil menciptakan lapangan pekerjaan melalui pelatihan-pelatihan kerja dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk dikembangkan.

Hadi (2011:57) menjelaskan bahwa sebuah perusahaan dapat melakukan berbagai cara untuk meningkatkan perekonomian salah satunya seperti dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Berdasarkan hal tersebut dipahami bahwa dalam konteks CSR Pupuk Kujang dapat meningkatkan keuntungan dengan memberikan berbagai program pada peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat mitra binaan.

Pelatihan dalam pengolahan produk turunan buah nanas membuka peluang pekerjaan baru bagi masyarakat Desa Sarireja. Masyarakat mitra binaan diajak untuk mengikuti berbagai kegiatan olahan produk nanas seperti pembuatan keripik nanas, pembuatan wajik nanas, pembuatan sirup nanas, pembuatan es buah nanas, hingga pada pembuatan cuka nanas dengan melibatkan 70 orang masyarakat yang mendapatkan manfaat lapangan pekerjaan baru.

Menurut Gea, et al. (2022) dalam jurnalnya menjelaskan, PT. Alamjaya Bara Pratama menjalankan kegiatan CSR-nya di Desa Sungai Payang, Kutai

Kertanegara dengan mendukung pemberdayaan ekonomi kecil dengan membina usaha mikro kecil (UMK) yang mengolah barang bekas, anyaman, dan keripik. Program ini mengubah limbah menjadi produk kreatif bernilai ekonomi, sekaligus menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat setempat, meningkatkan kesejahteraan, dan mengurangi pengangguran di daerah tersebut.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan CSR Pupuk Kujang yakni pada pembinaan masyarakat yang mengolah limbah menjadi produk yang bernilai ekonomi, pembinaan lain Pupuk Kujang juga memberikan kesempatan masyarakat mitra binaannya mendapatkan pekerjaan bagi masyarakat kelompok rentan dan membutuhkan.

Manfaat CSR Kampung Nanasku pada Dimensi Lingkungan

Pupuk Kujang dalam komitmennya sebagai perusahaan yang melaksanakan operasi bisnis dengan manajemen yang efektif dan memberikan prioritas pada keselamatan dan pelestarian lingkungan, menjalankan kegiatan CSR Kampung Nanasku dengan memperhatikan berbagai aspek khususnya pada penanganan risiko pencemaran lingkungan berdasarkan konsep *Triple Bottom Line* yang digagas oleh Elkington (1997).

Pada dunia industri, tanggung jawab lingkungan menjadi salah satu aspek terpenting dalam pembangunan berkelanjutan. Mardikanto (2018:149) menjelaskan bahwa konsep *Triple Bottom Line* pada dimensi lingkungan ini perusahaan harus mampu mengelola dampak lingkungan yang diperoleh dari hasil operasinya seperti mengolah limbah dan melakukan berbagai aksi nyata lainnya yang mengurangi pengaruh negatif terhadap lingkungan dan ketersediaan sumber daya alam untuk generasi di masa yang akan datang.

Berdasarkan hal tersebut, Pupuk Kujang dalam kegiatan CSR program Kampung Nanasku bekerja sama dalam upaya pelestarian lingkungan sehingga dapat memberikan manfaat bagi lingkungan mitra binaan berupa adanya peningkatan kompetensi masyarakat dengan mengolah limbah hasil produksi menjadi berbagai produk yang bermanfaat, serta terciptanya *Zero Waste Agriculture* yang bertujuan untuk mengurangi bahkan menghilangkan limbah hasil produksi.

Manfaat pertama pada dimensi lingkungan yang Pupuk Kujang peroleh dari program Kampung Nanasku adalah adanya peningkatan kompetensi masyarakat dibidang pengolahan hasil limbah produksi. Kompetensi yang diberikan Pupuk Kujang berupa pembinaan mengolah nanas busuk menjadi pupuk organik cair untuk kemudian dijadikan pupuk tanaman nanas.

Rosyida et al. (2023) dalam jurnal penelitiannya menjelaskan bahwa pupuk organik cair merupakan solusi efektif dalam memanfaatkan limbah organik. Limbah dari seluruh komponen tanaman nanas dapat diolah menjadi pupuk

organik cair yang kaya akan unsur hara yang baik sehingga bagus untuk diaplikasikan pada lahan tanaman nanas.

Peningkatan kompetensi lainnya yakni pada kemampuan masyarakat mitra binaan dalam mengolah limbah kulit buah nanas yang tidak terpakai menjadi silase pakan ternak yang pada prosesnya melibatkan pihak akademisi dari Fakultas Peternakan Universitas Padjajaran. Rosyida et al. (2023) dalam jurnal penelitiannya mengungkapkan bahwa silase merupakan suplemen pakan ternak dari hijauan limbah pertanian yang difermentasi dalam wadah kedap udara. Limbah nanas cocok untuk silase karena memiliki pH rendah, sedikit serat kasar, dan lebih tahan jamur.

Kompetensi yang diperoleh lainnya pada program Kampung Nanasku yakni pada pengolahan limbah daun nanas menjadi serat kain yang bermanfaat bagi pembuatan produk tekstil. Rosyida et al. (2023) dalam jurnal penelitiannya memaparkan bahwa serat daun nanas lebih padat dan kompleks dibandingkan dengan serat dari tanaman lain seperti jagung atau pisang. Hal ini membuat produk yang terbuat dari serat daun nanas memiliki daya tahan yang tinggi. Potensi serat ini digunakan dalam berbagai produk sandang seperti kain batik subang, tas, selendang, ikat kepala, dan berbagai suvenir kriya lainnya.

Berdasarkan kompetensi-kompetensi tersebut menunjukkan bahwa Pupuk Kujang telah berhasil mengupayakan program CSR yang ramah lingkungan dengan memberikan berbagai fasilitas pembinaan pengolahan limbah nanas yang mendukung upaya pelestarian alam.

Hal tersebut berkaitan dengan penelitian Afridayanti et al. (2023) dalam jurnal penelitiannya yang menjelaskan bahwa kegiatan pemanfaatan limbah menjadi pupuk organik cair, biogas, serta hal yang bermanfaat lainnya menunjukkan keberhasilan CSR PT Indofood Sukses Makmur Tbk dalam upaya mengurangi potensi buruk akibat pencemaran lingkungan.

Berdasarkan hal tersebut, adanya keterkaitan dalam penelitian ini dimana Pupuk Kujang juga berhasil memberikan pembinaan dalam pengelolaan limbah nanas untuk kemudian dijadikan beberapa hal yang bermanfaat seperti yang pupuk organik cair, serat kain nanas, serta pembuatan silase pakan ternak dimana hal ini juga terdapat sedikit perbedaan pengolahan limbah dengan penelitian Afridayanti et al. (2023).

Manfaat kedua pada dimensi lingkungan yang diperoleh Pupuk Kujang dalam program CSR Kampung Nanasku yakni terciptanya *zero waste agriculture* untuk mengurangi hingga menghilangkan limbah menjadi tidak ada. *Zero waste agriculture* yang diperoleh Pupuk Kujang ini pada dasarnya memiliki kaitan erat dengan konsep *Triple Bottom Line* khususnya pada pelestarian alam dalam dimensi

lingkungan. Mardikanto (2014:149) menjelaskan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan yang dihasilkan dari kegiatan operasionalnya. Hal ini dilakukan dengan cara menghilangkan emisi dan limbah, serta mencapai tingkat efisiensi dan produktivitas yang maksimal sesuai dengan sumber daya yang tersedia.

Berdasarkan hal tersebut, terciptanya *zero waste agriculture* ini ditunjukkan dengan aktivitas Pupuk Kujang dalam kegiatan CSR-nya yang memberikan pelatihan dan pembinaan pada berbagai turunan produk nanas, tahapan pertama dimulai dengan buah nanas utuh yang dijadikan berbagai olahan nanas seperti wajik, keripik, sirup, es buah nanas, hingga cuka nanas, dimana pada prosesnya didampingi dan diberikan fasilitas penunjang oleh Pupuk Kujang.

Tahapan kedua, limbah dari olahan produk turunan nanas yakni pada kulit buah nanas diolah lagi menjadi silase pakan ternak domba yang pada prosesnya melalui tahap fermentasi terlebih dahulu didampingi oleh pihak dari Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran serta dari pihak Pupuk Kujang juga turut mendampingi. Tahap ketiga, limbah dari tanaman nanas terutama pada daun nanas diolah menjadi serat kain yang berkualitas tinggi, serat kain ini kemudian diproses dan ditenun menjadi kain yang dapat dimanfaatkan untuk produk tekstil lainnya.

Tahap keempat, limbah dari seluruh komponen tanaman nanas dari mulai buah nanas yang busuk, batok nanas busuk, daun nanas busuk dan lain-lainnya yang kurang layak diinovasikan menjadi pupuk organik cair yang pada akhirnya nanti digunakan sebagai pupuk organik pada tanaman nanas.

Hal tersebut menunjukkan keterkaitan pada penelitian lain yakni menurut Husein et al. (2023) dalam jurnal penelitiannya menjabarkan bahwa penerapan konsep *zero waste* pada program CSR yang dilakukan PT PLN Indonesia Power ini menjadi salah satu upaya pendukung perputaran ekonomi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa penerapan konsep *zero waste* pada pertanian nanas di Desa Sarireja adalah hal yang sangat tepat karena dapat mengurangi limbah organik dengan memanfaatkan semua bagian tanaman nanas, seperti daun, batang, dan kulit, sehingga mengurangi volume limbah yang harus dibuang.

PENUTUP

PT Pupuk Kujang mengimplementasikan kegiatan CSR pada program Kampung Nanasku dengan memperoleh manfaat-manfaat baik dalam dimensi sosial, ekonomi, maupun lingkungan, yang mana sejalan dengan konsep *Triple Bottom Line* yang digagas oleh Elkington (1997). Pada aspek manfaat sosial yang diperoleh

peneliti pada kegiatan CSR Pupuk Kujang Kampung Nanasku, menunjukkan bahwa terdapat lima manfaat yang didapatkan perusahaan maupun masyarakat mitra binaan yakni; peningkatan hubungan antar petani nanas dan perusahaan; keterlibatan dan partisipasi pentahelix dalam pengambilan keputusan; pembinaan kompetensi masyarakat; terciptanya lapangan pekerjaan; serta meningkatkan kepercayaan dan reputasi atau branding yang baik bagi perusahaan.

Manfaat dari dimensi ekonomi yang diperoleh Pupuk Kujang dalam kegiatan CSR Kampung Nanasku yakni, adanya pembinaan kompetensi masyarakat pada peningkatan aspek ekonomi; membuka peluang pasar bagi masyarakat mitra binaan; peningkatan profitabilitas perusahaan dan masyarakat mitra binaan; dan terciptanya lapangan pekerjaan yang bermanfaat bagi pertumbuhan ekonomi.

Manfaat dari dimensi lingkungan yakni, Pupuk Kujang dalam kegiatan CSR program Kampung Nanasku bekerja sama dalam upaya pelestarian lingkungan berupa adanya peningkatan kompetensi masyarakat dengan mengolah limbah hasil produksi menjadi berbagai produk yang bermanfaat, serta terciptanya *Zero Waste Agriculture* yang bertujuan untuk mengurangi bahkan menghilangkan limbah hasil produksi.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam menyajikan fokus utama implementasi CSR. Penelitian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai manfaat yang diperoleh PT Pupuk Kujang dan masyarakat mitra binaan dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Hal ini memudahkan perusahaan yang menjalankan program CSR untuk merencanakan langkah-langkah ke depan dalam pembangunan berkelanjutan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam dan gambaran kepada semua pihak terkait bidang keilmuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diimplementasikan PT Pupuk Kujang dan memberikan manfaat untuk upaya pembangunan berkelanjutan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan gambaran secara kuantitatif untuk mengukur pencapaian program CSR secara lebih menyeluruh dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, A., & Halim, U. (2023). Implementasi corporate social responsibility (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat pada PT Pratomo Putra Teknik Palopo. Universitas Muhammadiyah Palopo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Afridayanti, C., dkk. (2023). Analisis pengelolaan limbah sebagai bentuk corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan PT Indofood Sukses Makmur

- Tbk. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Lampung.
- Agung, I. G. N., Budiartha, I. N. P., & Karma, N. M. S. (2020). Implementasi program corporate social responsibility (CSR) PT Furama Villa and Spa Ubud. *Jurnal Analogi Hukum*, Bali.
- Anggun, M., Fitriyani, N. A., & Hartojo, H. (2023). Implementation of creating shared value (CSV) in the community empowerment program "Cardamom Spice Village" PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. *Prospect: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 2(3), 198–209.
- Ansar, A. D. A., dkk. (2023). Peran corporate social responsibility dalam membangun citra perusahaan: Sebuah literatur. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis (Akuntansi)*, Politeknik Pratama.
- Aqiel, L., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2018). Implementasi program corporate social responsibility (CSR) El Corps. *Social Work Jurnal*, 8(2).
- Ayun, R. A. Q., & Fitriyah. (2019). Strategi pemberdayaan UKM dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Universitas Indonesia.
- El Khoury, J., & Farah, D. (2018). Opinion leaders in 2019- advertising and public relations. *International Journal of Arts & Sciences*, 11(1), 451–460.
- Elkington, J. (1997). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. Oxford, UK: Capstone.
- Gea, I. V., Saleh, M., & Suharto, R. B. (2022). Peranan corporate social responsibility (CSR) terhadap tingkat pembangunan desa. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*.
- Gustiawan, A., & Aditya, R. (2022). Kampung Nanasku: Implementation of pineapple cultivation innovation by Mekarsari Maju Farmers Group Sarireja Village. *Prospect: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*.
- Hadi, N. (2011). Corporate social responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Husein, S., Wahyu, P., & Paramasatya, A. (2023). "Bumi Becaro" program pemberdayaan masyarakat ramah lingkungan yang mampu mendukung pemulihian ekonomi pasca masa pandemi masyarakat Desa Payakabung Kabupaten Ogan Ilir. *Prospect: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*.
- Kartini, D. (2013). Corporate social responsibility: Transformasi konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kast, F. E., & Rosenzweig, J. F. (2003). Organisasi dan manajemen (Edisi keempat, A. Hasymi Ali, Penerjemah). Jakarta: Bumi Aksara.
- Lestari, T. W., Chasanah, U., & Mathori, M. (2023). Strategi penguatan UMKM melalui model pentahelix di Kabupaten Purworejo. *Jurnal Syntax Admiration*, Yogyakarta.
- Mardikanto, T. (2014). Corporate social responsibility: Tanggung jawab sosial korporasi. Bandung: Alfabeta.

- Mardikanto, T. (2018). Corporate social responsibility: Tanggung jawab sosial korporasi. Bandung: Alfabeta.
- Mulyana, D. (2008). Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Novia, G. D., Wibawa, D., & Dulwahab, E. (2019). Implementasi corporate social responsibility melalui program bantuan solar tree light. Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat, 2(2), 221–240.
- Rival, D. M. (2023). Implementasi program CSR PT. Shell dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat Kampung Pasir Tukul. Jurusan Ilmu Komunikasi Humas, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.
- Riyanto. (2018). Community empowerment based on good tourism governance in the development of tourism destination. Journal of Indonesian Tourism and Development Studies, 126–136.
- Rosyida, A. S. B., Prayoga, K., & Nurfadillah, S. (2023). Kajian dan verifikasi budidaya tanaman nanas di “Kampung Nanasku” Subang. Universitas Diponegoro.
- Syafari, M. R. (2018). Pentahelix model in community empowerment around coal mine in Maburai Village Tabalong Regency. Banjarmasin: Atlantis Press.
- Untung, H. B. (2008). Corporate social responsibility. Jakarta: Sinar Grafika.
- Urip, S. (2014). Strategi CSR: Tanggung jawab sosial perusahaan untuk peningkatan daya saing perusahaan di pasar negara berkembang. Ciputat: Lentera Hati.
- Wulandari, Y. P., Kriswantriyono, A., Rahmawati, T., & Trianingrum, S. (2021). Coastal eco-based tourism development at Tirta Ayu Beach, Balongan Indramayu by PT Pertamina IT Balongan. Prospect: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 6(1), 13–21.
- Yoga, I. K. D. P., Sunaryo, & Wardani, Y. K. (2018). Implementasi konsep creating shared value (CSV) sebagai program corporate social responsibility (CSR) dalam peningkatan kesejahteraan stakeholder (Studi pada PT. Nestle Indonesia Panjang Factory). Pactum Law Journal.
- Zhao, F., & Kong, Y. (2017). Discovering social network key opinion leaders based psychology theory in social.

