

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan perkembangan masyarakat pedesaan merupakan kelompok masyarakat yang hidup dan menghasilkan suatu budaya berupa interaksi sosial yang tumbuh dari kebiasaan mereka menyesuaikan kondisi pedesaan masing-masing. Jika dibandingkan dengan perkotaan, lingkungan pedesaan dikenal lebih asri dan interaksi social yang terjalin antar individu satu sama lain terjalin hal itu dikarenakan kehidupan bermasyarakat di pedesaan mengedepankan asas gotong royong yang menjaga serta meningkatkan kesadaran masyarakat untuk saling bahu-membahu dalam membangun desa baik dalam aspek social, ekonomi, maupun lingkungan desa. Adapun dalam keterhubungan antara desa dengan masyarakat, kedua hal tersebut merupakan kesatuan yang saling berpengaruh.¹

Masyarakat merupakan pelaku utama dalam pelaksanaan pembangunan dan menjadi fokus utama dalam pemberdayaan desa. Dalam pelaksanaan program *Corporate Sociale Responsibility* terutama dalam upaya pemberdayaan masyarakat, penting bagi perusahaan untuk melibatkan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program *Corporate Sociale Responsib* tersebut. Hal itu dikarenakan, segala bentuk tanggung jawab sosial yang

¹ Amanda Nabila, Dkk.” Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa “ *journal of social work and social services*. Vol. 2 (2021).

diberikan oleh perusahaan adalah hal yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam mengembangkan potensi yang dimilikinya.

Pemberdayaan masyarakat dilakukan salah satunya dengan tujuan untuk mengentaskan kemiskinan yang terjadi di masyarakat yang merujuk pada kebebasan masyarakat dalam memilih dan bertindak. Pemberdayaan masyarakat juga dilakukan guna meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memenuhi hak-hak dasar secara umum, menjangkau pelayanan kesehatan dan pendidikan pada masyarakat, memenuhi sarana dan prasarana yang menunjang produktivitas masyarakat, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengambil keputusan publik.

Corporate Social Responsibility (CSR) Bukan hanya sekadar kegiatan amal, melainkan suatu perusahaan harus dengan sungguh-sungguh mempertimbangkan konsekuensi terhadap seluruh kepentingan para pemangku kepentingan perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mendorong perusahaan untuk lebih memprioritaskan kepentingan luar. Perusahaan yang memiliki peran dominan dalam masyarakat juga bertanggung jawab atas kepentingan bersama. Setiap keputusan yang diambil dan setiap tindakan yang dilakukan harus dipandang dalam konteks tanggung jawab sosial. tersebut.²

Corporate Social Responsibility (CSR) sudah tidak asing di kalangan masyarakat secara umum, Sebagai bentuk perhatian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, *Corporate Social*

² Lucia Dianingtyas, "Analisis Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Terhadap Lingkungan Dan Masyarakat Untuk Mengukur Kinerja Sosial Pada PT. Astra Internaional" (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2013). h. 6

Responsibility (CSR) juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial, kesejahteraan sosial-ekonomi, serta kualitas dan kuantitas kehidupan masyarakat. Dalam konteks ini, industri berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat dengan mempertimbangkan dampak terhadap lingkungan, di Indonesia, *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum diwajibkan secara hukum, sehingga banyak perusahaan yang masih menganggapnya sebagai bantuan terbatas. Namun, di era informasi dan teknologi serta dorongan globalisasi, tekanan untuk menjalankan CSR semakin meningkat. Pelaksanaan CSR juga menjadi bagian dari good corporate governance (GCG), yang melibatkan prinsip-prinsip seperti keadilan, transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab. Ini termasuk tanggung jawab terhadap lingkungan fisik dan sosial, yang semestinya didorong melalui pendekatan etika dalam kegiatan ekonomi, oleh karena itu, dalam praktiknya, penerapan CSR selalu disesuaikan dengan kemampuan perusahaan dan kebutuhan masyarakat. CSR mencakup semua hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan, karyawan, komunitas masyarakat, investor, pemerintah, pemasok, serta pesaing perusahaan sendiri.³

Untuk memenuhi harapan para pemangku kepentingan (stakeholder), *Corporate Social Responsibility* dapat dijadikan sebagai salah satu strategi oleh perusahaan. Para pemangku kepentingan akan memberikan dukungan penuh terhadap aktivitas perusahaan jika pelaksanaan tanggung jawab sosial korporat

³ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011). h. 5

diungkapkan dengan baik. Dengan demikian, tujuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba dapat tercapai dengan lebih baik.⁴ Isu-isu sosial dan lingkungan menjadi hal yang strategis dan perusahaan berupaya untuk mengamankan strategi yang dapat menjamin kinerja jangka panjang. Meningkatnya kesadaran mengenai kegiatan sosial dan lingkungan telah mendorong lebih banyak tekanan bagi perusahaan untuk berkomunikasi mengenai kegiatan tersebut dan merespons berbagai persyaratan yang diharapkan oleh para pemangku kepentingan.⁵

Peraturan Nasional Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) tertuang dalam UU 40 Tahun 2007 dan PP 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang disahkan DPR pada 20 Juli 2007, menandai babak baru pengaturan CSR di negeri ini. Tanggung Jawab Sosial merupakan standar baru perusahaan yang harus dipenuhi sebagai standar ISO (ISO 26000 adalah Tanggung Jawab Sosial) sehingga tuntutan dunia usaha semakin jelas tentang pentingnya program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan jika perusahaan menginginkan keberlanjutan. Pada Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, batasan TJSL adalah: “Komitmen perusahaan untuk terlibat dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan, yang bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya”.⁶

⁴ Lela Nurlaela Wati, “Model Corporate Social Responsibility (CSR),” *Myria* 1 (2019), h. 15-16

⁵ Lela Nurlaela Wati, “Model Corporate Social Responsibility (CSR),” h. 8-9

⁶ Irfan Rahmani, “Partisipasi Masyarakat Dan Stakeholder Dalam

PLTU Jawa-7 yang berlokasi di Desa Terate, Kecamatan Kramatwatu, Kabupaten Serang, Provinsi Banten merupakan bagian proyek 35.000 Megawatt (MW). Jenis pembangkit ini dipilih karena memiliki efisiensi yang tinggi dan lebih ramah lingkungan. Target *Commercial Operation Date* (COD) proyek ini adalah pada 2019-2020 sesuai dengan Rencana Usaha Penyediaan Tenaga Listrik (RUPTL) 2016-2025, energi listrik yang dihasilkan oleh pembangkit ini akan memperkuat dan meningkatkan keandalan sistem ketenagalistrikan Jawa-Bali. Energi tersebut akan dialirkan melalui Gardu Induk Balaraja dengan kapasitas 500 kiloVolt (kV). Dengan hadirnya PLTU Jawa-7 diharapkan dapat meningkatkan cadangan pembangkit serta mengurangi risiko kondisi siaga atau kritis akibat kekurangan pembangkit dalam wilayah Jawa Bali.⁷

Selain dari pada itu PT.SHENHUA GUOHUA PEMBANGKIT JAWA BALI PLTU JAWA 7 juga memberikan program CSR kepada pemerintah Desa Terate sebagai salah satu tanggung jawab perusahaan guna memperhatikan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan masyarakat, yang dikelola oleh pemerintahan Desa Terate yaitu program UMKM, program Guru Honorer, serta program pengelolaan sampah yang ada di Desa Terate. Desa merupakan suatu wilayah di Indonesia yang memiliki sumber daya alam yang berlimpah, serta sumber daya manusia

Penyelenggaraan Program Csr Dan Dampaknya Terhadap Komunitas Perdesaan” Vol. 1 (2023).

⁷ Agung Murdifi, “PLTU Jawa-7 2 x 1.000 MW Sudah Mulai Dibangun,” *PT PLN (PERSERO)*.

yang menjadi potensi untuk kemajuan sebuah Desa tersebut melalui pemberdayaan masyarakat.

Pengembangan masyarakat harus selalu berusaha untuk memaksimalkan partisipasi agar setiap individu dalam masyarakat terlibat secara aktif dalam berbagai proses dan kegiatan masyarakat. Partisipasi ini menjadi kunci penting dalam upaya pemberdayaan dan peningkatan kesadaran. Tanpa adanya partisipasi dari masyarakat, dapat dipastikan bahwa semua kegiatan CSR yang dilaksanakan tidak akan berhasil dan berjalan secara optimal.

Dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat terdapat empat prinsip keberhasilan program pemberdayaan yaitu prinsip pemerataan, partisipasi, kemandirian atau kemandirian dan keberlanjutan. Partisipasi masyarakat merupakan prinsip penting bagi penyelenggara Program Pemberdayaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan agar pelaksanaan program berhasil sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Namun fenomena yang terjadi adalah pelaku ekonomi masih menganggap masyarakat sebagai objek dan bukan subjek ketika melaksanakan program CSR, sehingga masih banyak implementasi program tanggung jawab sosial perusahaan atau tanggung jawab sosial yang belum tepat sasaran dan hanya terkesan bekerja dikerahkan.⁸

Mengingat bagaimana perencanaan program *Corporate social responsibility* (CSR) dan pelaksanaan program *Corporate Social*

⁸ Irfan Rahmanu.,” Partisipasi Masyarakat Dan Stakeholder Dalam Penyelenggaraan Program Csr Dan Dampaknya Terhadap Komunitas Perdesaan” Vol. 1 (2023).

Responsibility (CSR) yang telah direncanakan PT. SBPJB PLTU JAWA 7 kepada pemerintah Desa Terate apakah berjalan efektif dan maksimal serta sesuai dengan program yang telah direncanakan untuk mensejahterakan masyarakat terhadap pemberdayaan masyarakat Desa Terate Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang Provinsi Banten.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul **“Program Csr PT. Shenhua Guohua Pembangkit Jawa Bali Pltu Jawa 7 Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Terate Kec.Kramatwatu Kab.Serang.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah yang meliputi sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT. SGPJB dalam pemberdayaan Masyarakat Desa Terate ?
2. Bagaimana bentuk partisipasi masyarakat Desa Terate dalam program pemberdayaan oleh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT. SGPJB ?
3. Apa Faktor-faktor yang mendorong masyarakat untuk berpartisipasi terhadap program CSR PT. SGPJB PLTU JAWA 7 dalam pemberdayaan masyarakat yang ada di Desa Terate ?

C. Tujuan Penelitian

Setiap Aktivitas yang dilakukan oleh seorang maupun sekelompok orang, tentunya akan memiliki suatu tujuan-tujuan yang hendak di capai. Demikian juga halnya dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi tujuan yang hendak penulis capai dalam penelitian ini antara lain ;

1. Untuk Bagaimana pelaksanaan program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT. SGPJB dalam pemberdayaan Masyarakat Desa Terate.
2. Untuk mengetahui Bagaimana bentuk partisipasi masyarakat Desa Terate dalam program pemberdayaan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. SGPJB.
3. Untuk mengetahui faktor yang mendorong masyarakat untuk berpartisipasi terhadap program CSR PT. SGPJB PLTU JAWA 7 dalam pemberdayaan masyarakat yang ada di Desa Terate Terate.

D. Manfaat Penelitian

Setelah menguraikan tujuan dari penulisan ini, penulis menemumakan beberapa manfaat dalam pembahasan proposal ini, yaitu:

1. Agar dapat menerapkan ilmu dan melatih kemampuan penulis untuk melakukan penelitian ilmiah sekaligus menuangkan hasilnya dalam bentuk tulisan.
2. Memberikan pemahaman yang dianggap tepat kepada masyarakat agar memahami peran tanggung jawab dalam

pencapaian sasaran pelaksanaan kewajiban *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) bagi perusahaan perseroan terbatas.

3. Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan kajian ilmu mengenai *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) khususnya bagi mahasiswa pengembangan masyarakat islam serta dapat memberikan sumbangsih dan kontribusi bagi perkembangan ilmu sosial.
4. Secara Praktis, penelitian ini di harapkan memberikan pemahaman serta gambaran guna evaluasi kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* bagi perusahaan pada PT. SGPJB PLTU JAWA 7.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam kajian ini, penulis tertarik untuk membahas tentang penerapan program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Pltu Jawa 7 dalam pengelolaan sampah terhadap partisipasi warga Desa Terate Kec.Kramatwatu Kab.Serang. Ini adalah salah satu bisnis perusahaan dalam aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan serta memenuhi kebutuhan masyarakat.

Skripsi ini melakukan kajian pustaka terhadap skripsi, jurnal, artikel atau karya tulis lainnya yang ada kaitanya dan telah lebih dahulu membahas tentang pemahaman penerapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dalm pengelolaan sampah terhdap pastisipasi warga juga skripsi atau karya tulis lainnya. Diantaranya :

Pertama skripsi karya Maroh Triyanti, Partisipasi masyarakat terhadap pelaksanaan CSR kampoeng BNI Imogiri pada Desa Mojolegi, Imogiri, Bantul, Yogyakarta. Secara umum Skripsi ini

menjelaskan tentang partisipasi warga terhadap pelaksanaan CSR untuk mendorong masyarakat ikut berperan aktif dalam program CSR tersebut. Bedanya dalam skripsi ini tidak dijelaskan mengenai pengelolaannya akan tetapi lebih fokus pada partisipasi warga mengenai pelaksanaan rancangan programnya.⁹

Kedua skripsi karya Dinda, Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah di kelurahan Sawangan lama Kota Depok. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk kesadaran dan tingkat partisipasi masyarakat terhadap pengelolaan sampah di kelurahan sawangan serta peran dan gagasan masyarakat untuk mengatasi persoalan sampah, bedanya penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif jenis penelitian yang menggunakan angket atau berupa angka dari analisis statistik.¹⁰

Ketiga Skripsi karya Husnul Khatimah berjudul "Evaluasi Program Pengelolaan Sampah Unit Mawar Merah di Kelurahan Tamalanrea Indah, Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar." Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi program pengelolaan bank sampah unit di Kelurahan Tamalanera Indah, Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar. Penulis menjelaskan secara rinci permasalahan yang dihadapi dalam program tersebut, dan menyajikan gambaran serta penjelasan mengenai solusi baru dalam penanganan masalah persampahan dan kebersihan lingkungan di kota Makassar melalui hadirnya bank sampah. bedanya dalam skripsi ini lebih fokus terhadap evaluasi pengelolaannya sehingga

⁹ Maroh Triyanti, "Partisipasi Masyarakat Terhadap Pelaksanaan CSR Kampoeng BNI Imogiri Pada Dusun Mojolegi, Imogiri, Bantul, Yogyakarta" (2020).

¹⁰ Dinda, "PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN SAMPAH DI KELURAHAN SAWANGAN LAMA KOTA DEPOK" (FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).

memungkinkan pelaksana suatu proram untuk mengetahui hasil yang nyatanya dicapai serta mengukur pengaruh program terhadap masyarakat.¹¹

F. Kerangka Teori

1. Pengertian CSR (*Corporate Sosial Responsibility*)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah ekspansi dari tanggung jawab dan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi pada pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Secara konseptual, CSR merupakan pendekatan perusahaan dalam mengabdikan pada kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan, hal ini berarti bahwa CSR bukanlah program yang dipaksa, melainkan merupakan rasa kesetiakawanan terhadap sesama umat manusia. Tujuannya adalah membantu meringankan kesulitan yang dihadapi oleh pihak-pihak terkait dan efeknya akan berdampak positif bagi perusahaan itu sendiri.¹²

Menurut Muhammad Yasir Yusuf CSR ialah sebuah keputusan bisnis untuk memberikan nilai-nilai kebaikan bagi masyarakat.¹³

Corporate Sosial Responsibility (CSR) suatu konsep yang dinamis,

¹¹ Husnul Khatimah, "Evaluasi Program Pengelolaan Bank Sampah Unit Mawar Merah Di Kelurahan Tamalanrea Indah, Kecamatan Tamalanrea Kota Makasar" (2018).

¹² Irham Fahmi, *Etika* (Bandung: Alfabeta, 2014). h.

¹³ Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)*, (Depok: Kencana, 2017). h. 19

yang berkaitan dengan perilaku keseluruhan manusia dalam hubungannya dengan masyarakat atau institusi tanggung jawab ini bahkan memiliki kualitas keseimbangan yang penting dalam lingkungan masyarakat.

Dalam hal tanggung jawab sosial perusahaan, tanggung jawab diterjemahkan ke dalam pola perilaku tertentu. Misalnya, perilaku perusahaan mungkin menjadi kurang bergantung pada pendapatannya sendiri dan lebih bergantung pada faktor lain jika memiliki tanggung jawab untuk memperbaiki lingkungan sosial. Dari perspektif ini, tanggung jawab bersifat multifaset dan terkonsentrasi pada tingkat mikro (individu) dan makro (organisasi dan sosial), yang keduanya harus dilakukan secara kooperatif, secara seimbang di semua manifestasi. antara pemilik bisnis, manajemen, karyawan, masyarakat umum, dan bahkan pemerintah.

Karena semua kegiatan yang dilakukan oleh korporasi harus memperhatikan keadilan, akuntabilitas ini secara tidak sengaja akan mengubah proyeksi keuangan organisasi. Ada dua perspektif tentang bagaimana tanggung jawab sosial diterapkan: perspektif positif dan perspektif negatif. Secara positif, bisnis pasti akan terlibat dalam kegiatan yang melayani masyarakat atau segmen tertentu di dalamnya secara eksklusif dan tidak memiliki keuntungan ekonomi secara langsung. Sementara itu, perusahaan harus mampu melawan dari tindakan yang menguntungkan dari sudut pandang ekonomi, dapat mempengaruhi lingkungan atau segmen masyarakat tertentu.¹⁴

¹⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004). h. 153

Dalam buku Moammad Abdul Ghani, definisi tanggung jawab sosial perusahaan berikut ditawarkan oleh berbagai organisasi internasional, termasuk Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan: CSR adalah komitmen berkelanjutan pelaku bisnis untuk mengutamakan etika sebagai kode moral, mendukung pembangunan ekonomi yang ada di masyarakat, dan meningkatkan kualitas hidup seluruh pemangku kepentingan, termasuk karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas yang lebih besar. Sebaliknya, Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) menggambarkan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai upaya sukarela yang dilakukan oleh bisnis untuk menegakkan kewajiban hukum dalam buku Budi Santoso.¹⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa CSR adalah suatu bentuk perjanjian dari perusahaan kepada masyarakat untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, dengan tujuan meningkatkan kualitas dan kuantitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. CSR juga mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kepentingan pemangku kepentingan (stakeholders) dengan mempertimbangkan aspek global, selain hanya fokus pada kepentingan perusahaan itu sendiri.

Adapun tujuan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu Sebuah perusahaan harus bisa memahami konsep dasar dari program *Corporate Sociale Responsibility* (CSR) yang dilakukan sebagai strategi yang memiliki tujuan yang jelas. Tujuan tersebut sebagai berikut :

¹⁵ Budi Santoso, *Wakaf Perusahaan Model CSR Islam Untuk Pembangunan Berkelanjutan* (Malang: Universitas Brawijaya, 2011). h. 6

a. *Cause promotions*

Inisiatif atau gagasan perusahaan untuk Memberikan alokasi dana atau bantuan berupa barang dan sumber daya lain yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan perhatian terhadap masalah sosial tertentu, atau untuk merekrut sukarelawan.

b. *Cause related marketing*

Komitmen perusahaan dalam Mensalurkan atau menyumbangkan sebagian persentase pendapatan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tertentu yang terkait dengan penjualan produk.

c. *Corporate social marketing*

Strategi perusahaan dalam memberikan dukungan pada pembangunan dan pelaksanaan kegiatan yang bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat, dengan fokus pada meningkatkan kesadaran berkomunikasi, kesehatan masyarakat, dan pelestarian lingkungan dan lainnya.

d. *Corporate philanthropy*

Penyaluran infaq sebagai kegiatan amal (charity), bisa dikatakan atau sering kali dalam bentuk hibah tunai, donasi atau memberiukan infaq dalam bentuk barang yang bermanfaat.

e. *Community volunteering*

Menciptakan dukungan yang memotivasi perusahaan, karyawan, mitra pemasaran, dan/atau anggota franchise untuk menyumbangkan waktu dan usaha mereka dalam mendukung kegiatan sosial tertentu.

f. *Socially Responsible Business Practices*

Mengadopsi cara kerja dalam berbisnis yang bersifat diskresi serta berbagai investasi yang mendukung dalam menyelesaikan masalah sosial.¹⁶

Selain itu juga, *Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki nilai sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang seharusnya dilaksanakan oleh perusahaan. Perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan jangka pendek, melainkan juga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kualitas hidup, serta pelestarian lingkungan sekitar. Dengan menerapkan CSR, secara prinsip akan membawa banyak manfaat yang diperoleh. Adapun manfaat CSR bagi perusahaan sebagai berikut:¹⁷

- a. Profitabilitas dan kinerja keuangan bisa terkontrol dalam peningkatan akuntabilitas sehingga mendapatkan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, konsumen dan pemasok.
- b. Terjalinya sebuah peningkatan komitmen yang efisiensi, serta menjaga produktivitas karyawan dan etos kerja.
- c. Menurunkan isu -isu yang menyebabkan permasalahan sosial dan resistensi komunitas sekitar perusahaan.
- d. Meningkatnya reputasi, *corporate branding*, *goodwill (intangible asset)* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

¹⁶ Jackie Ambadar, *CSR Dalam Praktik Di Indonesia* (Jakarta: Elex Koptindo, 2008).

¹⁷ Andreas Lako, *Dekonstruksi CSR Dan Reformasi Paradigma Bisnis Dan Akuntansi* (Jakarta: Erlangga, 2017). h. 103

Adapun optimalisasi manfaat lain yang menjelaskan CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat untuk bagaimana memikirkan serta berkontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi kehidupan masyarakat dan lingkungan sekitar untuk jangka Panjang.

2. Konsep *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Konsep CSR telah menjadi subjek perdebatan yang dinamis di berbagai forum. Konsep ini telah mengalami perkembangan pesat dalam 20 tahun terakhir, muncul sebagai hasil dari tekanan yang diberikan oleh berbagai organisasi masyarakat dan jejaring mereka yang luas. Menurut pandangan Elkington, untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan usahanya, perusahaan harus memperhatikan "3P". Selain mencakup keuntungan (profit), perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh (people) dan berkontribusi secara aktif dalam menjaga dan melestarikan lingkungan hidup masyarakat (*planet*).¹⁸

Gagasan diatas, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek – aspek ekonomi yang merefleksikan dalam kondisi finansialnya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial serta lingkungan masyarakat.

a. *Profit* (keuntungan)

Keuntungan (profit) merupakan unsur yang paling penting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha yang dijalankan. Oleh karena itu, tak heran jika fokus utama setiap

¹⁸ Gunawan widjaja dan yeremia ardi pratama, *Seri Pemahaman Perseroa Terbatas* (Jakarta: Rorum Sahabat, 2008). h. 33

perusahaan adalah mencari keuntungan yang besar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Setiap perusahaan tentu memiliki orientasi untuk meraih keuntungan dalam operasional bisnisnya dan menciptakan bisnis yang berkelanjutan, untuk mencapai hal tersebut, perusahaan perlu mengelola biaya dengan baik dan seefisien mungkin. Caranya antara lain dengan menekan waktu produksi dan meminimalkan pengeluaran yang tidak perlu dan membangun kerja sama yang baik dengan stakeholder perusahaan.¹⁹

b. *People* (masyarakat)

People merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnis *people* (manusia) memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga kelangsungan dan kemajuan perusahaan. Istilah "people" mencakup karyawan, keluarga, pemasok (supplier), komunitas, pelanggan, bahkan orang-orang di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan. Perusahaan harus menyadari bahwa CSR adalah investasi untuk masa depan, dan di dalam pandangan itu, masyarakat sekitar perusahaan menjadi salah satu pihak pemangku kepentingan (stakeholder) yang signifikan, penting bagi kemajuan perusahaan.²⁰

c. *Planet* (lingkungan)

Unsur *planet* dalam *Triple Bottom Line* (TBL) mengarahkan perusahaan agar selaras dengan alam serta meminimalkan efek

¹⁹ Ana Salsabila, "Mengenal Konsep Triple Bottom Line (3P) Dan Implementasinya," *Lindungi Hutan.Com*.

²⁰ KEMENKOPUKM, "Konsep CSR Untuk Kemajuan Perusahaan" (2021).

negatif terhadap lingkungan. Tujuan utamanya adalah untuk menjaga keberlanjutan lingkungan dan mencegah dampak negatif yang dapat merusak ekosistem, seperti banjir, kebakaran lahan, dan perubahan iklim. Sebagai perusahaan, ada beberapa tindakan konkret yang perlu diambil agar perhatian serius terhadap aspek planet dapat diwujudkan. misalnya mengurangi penggunaan bahan baku impor yang menimbulkan *carbon footprint* tinggi.²¹

Kata lain, apa yang kita lakukan terhadap lingkungan setempat kita tinggal pada akhirnya akan kembali kepada kita untuk menjaga lingkungan dan jika kita merusaknya, maka kita akan menerima akibatnya. Semua tergantung pada kita menjaga lingkungan disinilah perlunya penerapan konsep *triple bottom line* atau 3BL, yakni *profit, people* dan *planet* .

3. Pemberdayaan Masyarakat

a. Pengertian pemberdayaan masyarakat

Pemberdayaan merupakan terjemahan dari istilah bahasa Inggris yaitu *empowerment*. Pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari kata dasar *Power* yang berarti kemampuan berbuat, mencapai, melakukan atau memungkinkan. Awalan *em* berasal dari bahasa latin atau yunani yang berarti didalamnya, karena itu pemberdayaan dapat berarti kekuatan dalam diri manusia, suatu sumber kreativitas. Dalam kamus besar bahasa Indonesia kata pemberdayaan diterjemahkan sebagai upaya pendayagunaan, pemanfaatan yang sebaik- baiknya dengan hasil yang memuaskan.

²¹ Nisa Destiana, "Triple Bottom Line," *Majoo.Id*.

Pemberdayaan masyarakat juga bisa dikatakan mengembangkan diri dari keadaan tidak kurang berdaya menjadi berdaya guna mencapai kehidupan yang lebih baik. Pemberdayaan pada intinya membahas bagaimana individu kelompok ataupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dengan keinginan mereka. Pemberdayaan juga dapat diartikan sebagai suatu proses yang relatif terus berjalan untuk meningkatkan kepada perubahan.

Pemberdayaan juga bisa diartikan sebagai perubahan kepada arah yang lebih baik, dari tidak berdaya menjadi berdaya, pemberdayaan terkait dengan upaya meningkatkan hidup ke tingkat yang lebih baik dan juga meningkatkan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang dimiliki, tentunya dalam menentukan tindakan kearah yang lebih baik lagi.

Pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) sering kali sulit dibedakan dengan pembangunan masyarakat (*community development*) karena mengacu pada pengertian yang tumpang tindih dalam penggunaannya di masyarakat. Dalam kajian ini pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) dan pembangunan masyarakat (*community development*) dimaksudkan sebagai pemberdayaan masyarakat yang sengaja dilakukan pemerintah untuk memfasilitasi masyarakat lokal dalam merencanakan.²² Pemberdayaan masyarakat (*empowerment*) sebagai strategi alternative dalam pembangunan telah berkembang dalam berbagai literatur dan pemikiran walaupun dalam kenyataannya belum secara maksimal dalam implementasinya.

²² Munawar Noor, Pemberdayaan Masyarakat. h. 88

Pembangunan dan pemberdayaan masyarakat merupakan hal banyak dibicarakan masyarakat karena terkait dengan kemajuan dan perubahan bangsa ini kedepan apalagi apabila dikaitkan dengan skill masyarakat yang masih kurang akan sangat menghambat pertumbuhan ekonomi itu sendiri.²³

b. Tahap – Tahap Pemberdayaan Masyarakat

Proses pemberdayaan mempunyai 3 tahapan penyadaran, pengkapasitasan dan pendayan secara sederhana digambarkan sebagai berikut:

Tahap pertama: penyadaran, pada tahap ini target yang hendak diperdayakan diberi pencerahan dalam bentuk pemberian penyadaran bahwa mereka mempunyai hak untuk mempunyai sesuatu, misalnya target adalah kelompok masyarakat miskin. Kepada mereka diberikan pemahaman bahwa mereka dapat menjadi berada dan itu dapat dilakukan jika mereka mempunyai kapasitas untuk keluar dari kemiskinanya

Tahap kedua: pengkapasitasan inilah yang sering kita sebut ‘*capacity bulding*’ atau yang dalam bahasa yang sederhana memampukan atau enabling. untuk diberikan daya atau kuasa yang bersangkutan harus mampu terlebih dahulu. Misalnya, sebelum memberikan otonomi daerah seharusnya daerah daerah yang hendakn diotonomikan dierikan program kemampuan untuk membuat mereka cakap dalam mengelola otonomi yang diberikan.²⁴

²³ Ibid. h. 88

²⁴ Randy R. Wrihatnolo dan Riant Nugroho Dwidjowijoto, Manajemen Pemberdayaan. h. 4

Tahap ketiga : cukup sederhana namun, namun kita tidak cakap dalam menjalankannya karna mengabaikan bahwa dalam kesederhanaan pun ada ukuran.²⁵ Pokok gagasannya adalah bahwa proses pemberian daya atau kekuasaan diberikan sesuatu dengan kecakapan penerima. Pemberian kredit pada suatu kelompok miskin yang sudah melalui proses penyadaran dan pengkapsitasan masih perlu disesuaikan dengan kemampuan pengelolaan usaha.

c. Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Terdapat empat prinsip pemberdayaan masyarakat menurut Sri Najiati, Agus Asmana, I Nyoman N. Suryadiputra yaitu:

a) Prinsip kesetaraan

Prinsip utama yang harus dipegang dalam proses pemberdayaan masyarakat adalah adanya kesetaraan atau kesejajaran kedudukan antara masyarakat dengan lembaga yang melakukan program-program pemberdayaan masyarakat, baik perempuan maupun laki-laki. Dinamika yang dibangun adalah kesetaraan dengan mengembangkan mekanisme berbagai pengetahuan, pengalaman, serta keahlian satu sama lain. Masing-masing saling mengakui kelebihan dan kekurangan sehingga terjadi proses saling belajar.²⁶

b) Partisipasi

Program pemberdayaan yang dapat menstimulasi kemandirian masyarakat adalah program sifatnya partisipatif, direncanakan,

²⁵ Ibid., h. 4

²⁶ Novie Istoria Hidayah, "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata, Jatimulyo, Girimulyo, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta," Skripsi Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Social Di Universitas Negri Yogyakarta, 2017.

dilaksanakan, diawasi, dan dievaluasi oleh masyarakat. Namun, untuk sampai pada tingkat tersebut perlu waktu dan proses pendampingan yang melibatkan 8 pendamping yang berkomitmen tinggi terhadap pemberdayaan masyarakat.

c) Kemandirian

Prinsip kemandirian adalah menghargai dan mengedepankan kemampuan masyarakat daripada bantuan pihak lain. Konsep ini tidak memandang orang miskin sebagai objek yang tidak berkemampuan (*the have not*), melainkan sebagai subjek yang memiliki kemampuan sedikit (*the have little*). Mereka memiliki kemampuan untuk menabung, pengetahuan yang mendalam tentang kendalakendala usahanya, mengetahui kondisi lingkungannya, memiliki tenaga kerja dan kemauan, serta memiliki norma-norma bermasyarakat yang sudah lama dipatuhi.

d) Berkelanjutan

Program pemberdayaan perlu dirancang untuk keberlanjutan, sekalipun pada awalnya peran pendamping lebih dominan dibanding masyarakat sendiri. Tapi secara perlahan dan pasti, peran pendamping akan makin berkurang, bahkan akhirnya dihapus karena masyarakat sudah mampu mengelola kegiatannya sendiri.

4. Tujuan Pemberdayaan

Tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri, meliputi mandiri berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan. Kemandirian masyarakat merupakan kondisi yang dialami

oleh masyarakat yang ditandai oleh kemampuan untuk memikirkan, memutuskan serta melakukan sesuatu yang dipandang tepat demi mencapai pemecahan masalah-masalah yang dihadapi dengan mempergunakan daya kemampuan yang terdiri atas kemampuan kognitif, konatif, psikomotorik, afektif, dengan pengerahan sumber daya yang dimiliki oleh lingkungan internal masyarakat tersebut.²⁷

G. Metodologi Penelitian

1. Metode dan Pendekatan Penelitian

Metode pada riset ini memakai metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam riset ini peneliti akan mengamati dan berinteraksi dengan responden penelitian, mencerna bahasa serta interpretasi mereka tentang ide atau program CSR dalam pemberdayaan masyarakat Desa Terate Kec. Kramatwatu Kab. Serang di PT. SGPJB PLTU JAWA 7 lalu menggambarkan dan menguraikannya dengan apa adanya dalam bentuk narasi kata dalam kalimat dan gambar-gambar, bukan dalam bentuk angka.

Menurut Lexi J. Moleong metode kualitatif ialah metode yang dipergunakan untuk mengkaji dan menghasilkan informasi data berupa uraian dalam bentuk kata tertulis dan lisan dari responden yang diamati.²⁸ Selain itu M. Subana juga menambahkan bahwa hasil penelitian kualitatif tidak berbentuk angka-angka atau

²⁷ Tyas Arma Rindi, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata". h.20

²⁸ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016). h. 4

koefisien antar variable.²⁹ Sedangkan penelitian kualitatif menurut Sugiyono menggunakan acuan filsafat postpositivisme, dipergunakan agar penelitian keadaan objek secara ilmiah. Peneliti sendiri digunakan sebagai instrument kunci, untuk mengumpulkan data menggunakan purposive dan snowball, dengan menggunakan teknik gabungan (trianggulasi), dengan analisa data yang bersifat induktif dengan hasil penelitian pada datanya di tekankan makna dari pada penyamarataan.³⁰

Deskriptif menurut Nana ialah salah satu sebuah metode dalam penelitian yang bertujuan agar dapat mendeskripsikan kejadian-kejadian yang di alami sekarang serta terdahulu.³¹

Melalui metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi peneliti akan mengamati dan berinteraksi dengan responden penelitian, mengetahui apa yang mereka pikirkan tentang program pengelolaan sampah di Desa Terate Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang , Dan hasil penelitian ini nantinya akan mendeskripsikan, menggambarkan dan menarasikan segala sesuatu tentang Program pengelolaan sampah di Desa Terate Kec. Kramatwatu Kab. Serang berdasarkan apa yang terjadi di lapangan, apa yang dialami dan ditunjukkan oleh masyarakat dalam sikap dan perbuatannya diambil dari hasil observasi, pengamatan dan wawancara dengan subyek-subyek penelitian.

²⁹ M. Subana dan Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Pustaka Setia, 2005). h. 17

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). h. 15

³¹ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007). h. 54

2. Sumber Data

Didalam proses penelitian, hal yang amat penting yaitu sumber data, karena sumber data ialah bagaian utama dijadikan sumber informasi yang akurat, jadi peneliti bisa mengungkap permasalahan dari suatu riset serta menjawab masalah tersebut serta menggambarkan hasilnya secara akurat. Jika di pertinjau dari asal sumber datanya, jadi penghimpun dapat dikelompokkan ke dalam dua sumber utama, adalah: data primer dan sekunder.³²

a. Data Primer

Data Primer adalah informasi utama dalam riset atau penelitian ini dengan didapatkan melalui proses wawancara dengan Management PT. SGPJB PLTU JAWA 7, Staff Desa Terate, Masyarakat Desa Terate, Pengurus BPSTD Desa Terate, Serta perwakilan salah Ketua Pemuda, tentang bagaimana program *Corporate Sociale Responsibility* dalam pemberdayaan masyarakat yang ada di Desa Terate Kec. Kramatwatu Kab. Serang pendalaman ke lokasi penelitian.

Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan informasi yang valid, akurat dan terpercaya maka peneliti memilih informan berdasarkan subyektif yaitu berdasarkan hasil akhir yang ingin dicapai dan telah ditetapkan dari wawancara yang terlibat secara langsung, mengetahui dan menguasai program CSR dalam pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka peneliti menetapkan pihak-pihak yang akan diwawancara adalah yang terlibat secara penuh dan aktif dalam program ini,

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 193

terdiri dari : pemerintah Desa Terate, Ketua badan pengelola sampa tingkat desa (BPSTD) Desa Terate, Manajemen PT. SGPJB PLTU JAWA 7, serta masyarakat Desa Terate yaitu Rohim warga RT 03, Muhayan warga RT 04.

Selain itu data primer ini bertujuan untuk mendapatkan informasi atau data, peneliti juga melakukan observasi pengamatan secara langsung bahkan peneliti sebagai instrument kunci penelitian ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan program pengelolaan sampah.

b. Data Sekunder

Data sekunder ini di dapatkan melalui literatur berupa, buku, jurnal ilmiah, dan juga dari dokumen- dokumen resmi yang mentransfer data/informasi secara transparan kepada peneliti yang berkaitan dengan program pengelolaan sampah sebagai media inovasi.

H. Teknik Pengumpulan Data

Agar dapat terkumpulkan dan diperoleh sebuah informasi/data di riset ini, peneliti menentukan tiga cara yaitu: observasi, wawancara, serta dokumentasi.

1. Observasi

Observasi ialah sebuah alat menghimpun dan mengonfrontasikan data yang bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya memiliki ciri sangat khas. Teknik observasi ini dapat diterapkan apabila obyek penelitian yang dilakukan adalah seputar perilaku manusia, proses suatu pekerjaan ataupun fenomena di alam serta apabila narasumber yang

diteliti tidak terlalu banyak.³³ Maka observasi/pengamatan dilakukan dengan mengamati kegiatan yang sedang berlangsung di tempat penelitian yang telah ditetapkan.³⁴

Pada penelitian ini untuk mengetahui bagaimana program CSR PT. SGPJB PLTU JAWA 7 dalam pemberdayaan masyarakat serta meningkatkan partisipasi terhadap program ini menerapkan cara observasi partisipatif dimana peneliti berbaur langsung dan ikut juga melakukan pengamatan terhadap beberapa kegiatan sebagai program kelanjutan dari *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebagai pembiasaan dan pengamalan sosial sehingga hasil observasi yang dilakukan akan lebih lengkap dan tajam.

2. Wawancara

Wawancara ialah suatu strategi pengumpulan informasi dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan ke informan dengan langsung.³⁵ Teknik wawancara ini dilaksanakan secara sistematis atau tidak sistematis baik *face to face* atau transparan. Dalam pelaksanaan wawancara ini penulis mewawancarai Bpk. Sahrani S.A.P (PJ Kepala Desa Terate), Nana Suntana (Kasi Kesejahteraan Pemerintah Desa Terate), M. Iqbal Elbetan (Staff Perencanaan), Basit (Humas PT. SGPJB PLTU JAWA 7), Rama Yoga (Humas PT. SGPJB PLTU JAWA 7), Haris Nawawi (Ketua BPSTD Desa Terate),

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 145

³⁴ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. h. 220

³⁵ Victorianus Aries Siswanto, *Strategi Dan Langkah-Langkah Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012). h. 58

Rohman (Bendahara BPSTD), Agus Nur Asikin (Anggota BPSTD), Muhayan (Ketua Pemua RT 04), Rohim (masyarakat RT 03), dan Nur Kholifah (Penerima dana pinjaman UMKM).³⁶

3. Dokumentasi

Terakhir pengumpulan data dilakukan dengan memakai teknik atau cara dokumentasi, Sebuah cara untuk melengkapi data dan informasi yang telah didapatkan dengan teknik cara observasi dan wawancara.³⁷ Dokumentasi ini di ambil ketika penulis melakukan wawancara atau menggali informasi mengenai program *Corporate Social Responsibility* baik dengan Management perusahaan, Pemerintah Desa Terate, pengurus BPSTD, serta masyarakat Desa terate dan juga dokumentasi lokasi perusahaan.

I. Sistematika Penulisan

Untuk meberikan pemahaman dan gambaran yang sistem dalam penulisaan skripsi ini, maka penulis mencantumkan sistematika penulisan yang terdiri dari :

BAB I : Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 204

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 240

BAB II : Berisi tentang membahas gambaran umum lokasi penelitian PT. SGPJB PLTU JAWA 7 yang meliputi : profil PT. SGPJB PLTU JAWA 7 , Struktur bisnis PT. SGPJB PLTU JAWA 7, Visi-Misi PT. SGPJB PLTU JAWA 7, serta Profil Desa Terate yang meliputi : sejarah Desa Terate, Visi-Misi Desa Terate, Jumlah Penduduk, Kondisi Geografis Desa Terate, Kondisi Sosial, Budaya, Pendidikan dan Lingkungan, serta Kondisi Ekonomi.

BAB III : Berisi tentang Pelaksanaan Program CSR PT. SGPJB PLTU JAWA 7 yang menjelaskan Teknik Pengelolaan Program CSR, Mekanisme penyaluran dana CSR PT. SGPJB PLTU JAWA 7, Program pemberdayaan masyarakat melalui CSR PT. SGPJB PLTU JAWA 7, Fasilitas Program CSR Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Terate serta Fasilitas Fisik dan Fasilitas Non Fisik.

BAB IV : Berisi tentang partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program CSR yang menjelaskan tentang : Bentuk partisipasi masyarakat Desa Terate Terhadap program CSR, Faktor pendorong partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan program CSR oleh PT. SGPJB PLTU JAWA 7, Dampak program CSR terhadap pemberdayaan Masyarakat Desa Terate oleh PT. SPJB PLTU JAWA 7.

BAB V : Berisi tentang Penutup, meliputi kesimpulan dan saran.