

ABSTRAK

Rinad Riananda Widiastri Budiman: Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pupuk Kujang (Studi Kasus pada Program Mitra Binaan Pupuk Kujang Kampung Nanasku)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan untuk membuat kebijakan, keputusan, dan tindakan yang tidak hanya berfokus pada keuntungan profit atau finansial tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan pelestarian lingkungan dimasa yang akan datang. Hal ini mencakup upaya perusahaan untuk memenuhi harapan dan nilai-nilai yang dihargai oleh masyarakat, dengan tujuan menciptakan manfaat yang baik bagi komunitas masyarakat dan lingkungan sekitar.

PT Pupuk Kujang menjalankan praktik CSR-nya dengan memiliki beberapa program mitra binaan dan bina lingkungan, salah satunya adalah program CSR Kampung Nanasku yang dalam prosesnya PT Pupuk Kujang membantu membina dan memberdayakan kelompok petani nanas.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan peneliti adalah studi kasus, yang melibatkan pengumpulan data primer dan sekunder melalui wawancara mendalam dan observasi.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami gambaran umum manfaat-manfaat yang diperoleh dalam kegiatan CSR Pupuk Kujang pada program Kampung Nanasku dengan fokus pada landasan teoritis dengan konsep yang digagas oleh Elkington (1997) *Triple Bottom Line* yang mencakup tiga dimensi utama: sosial (*Social*), ekonomi (*Profit*), dan lingkungan (*Planet*) atau 3P dalam kegiatan CSR sebagai upaya pembangunan berkelanjutan.

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 ekonominya 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

Rinad Riananda Widiastri Budiman: *Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) by PT Pupuk Kujang (Case Study on the Pupuk Kujang Partner Program, Kampung Nanasku)*

Corporate Social Responsibility (CSR) is a company's responsibility to make policies, decisions, and actions that not only focus on profit or financial gain but also on social welfare and environmental sustainability in the future. This involves efforts by the company to meet the expectations and values cherished by society, with the goal of creating beneficial impacts for the community and the surrounding environment.

PT Pupuk Kujang implements its CSR practices through several partner and environmental stewardship programs, one of which is the Kampung Nanasku CSR program. In this program, PT Pupuk Kujang assists in mentoring and empowering groups of pineapple farmers.

This study employs a constructivist paradigm with a qualitative approach. The method used by the researcher is a case study, involving the collection of primary and secondary data through in-depth interviews and observations.

The aim of this study is to understand the general benefits derived from Pupuk Kujang's CSR activities in the Kampung Nanasku program, focusing on the theoretical foundation based on Elkington's (1997) Triple Bottom Line concept, which encompasses three main dimensions: social (People), economic (Profit), and environmental (Planet), or the 3Ps in CSR activities as an effort towards sustainable development.

The results of this study indicate that PT Pupuk Kujang gains social benefits such as improved relationships with pineapple farmers, pentahelix participation in decision-making, community competency development, job creation, and enhanced trust and reputation for the company. The economic benefits include the development of economic competencies in the community, opening market opportunities, increased profitability, and job creation. The environmental 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*