



## **ANALISIS PROGRAM CSR 'BEASISWA MAHAGHORA' OLEH PT MAHAGORA DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

**Moch Zamzami, Karina Sekar Kinasih,**

**Musdlolif Fadlun Huda Maramida, Diana Amalia**

Prodi atau Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

UPN "Veteran" Jawa Timur

### **Abstrak**

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab sebuah perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Berbagai macam jenis CSR dapat dilaksanakan menyesuaikan visi dan misi sebuah perusahaan. Mengenai hal tersebut, Peneliti memilih PT. Mahaghora yang memiliki kegiatan CSR yang masuk ke dalam jenis CSR filantropi. Penelitian ini mengkaji perihal sistematis program CSR oleh PT. Mahaghora yang dilakukan setiap tahunnya. Program CSR tersebut dilakukan dalam upaya memberdayakan masyarakat sekitarnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data wawancara dan studi pustaka. Peneliti berhasil mengetahui sistematis yang dilakukan PT. Mahaghora dalam melaksanakan kegiatan Beasiswa Mahaghora. Dalam pelaksanaannya, kegiatan Beasiswa Mahaghora berhasil menjaga citra baik PT. Mahaghora dan ikut membantu dalam pemberdayaan masyarakat sekitar. Kegiatan Beasiswa Mahaghora dilakukan dengan memberi bantuan dana untuk kuliah dan dilatih untuk mengembangkan diri melalui berbagai aktifitas yang diikuti penerima beasiswa. Dalam pelaksanaannya, kegiatan Beasiswa Mahaghora memiliki beberapa hal yang dapat menghambat kegiatan. Namun hal tersebut dapat diatasi dengan rangkaian program yang disiapkan oleh pihak LnD untuk mengatasi hal tersebut.

**Kata Kunci:** Corporate Social Responsibility, Beasiswa, Beasiswa Mahaghora.

### **PENDAHULUAN**

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban pengusaha

untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, dan melakukan tindakan yang diinginkan sesuai dengan tujuan

---

\*Correspondence Address : [zamyzaamm@gmail.com](mailto:zamyzaamm@gmail.com)

DOI : 10.31604/jips.v11i1.2024. 210-222

© 2024UM-Tapsel Press

dan nilai-nilai masyarakat di bidang pendidikan CSR ini merupakan bagian dari kepedulian sosial perusahaan terhadap masyarakat, khususnya masyarakat yang menjadi jantung berdirinya perusahaan.

Berkembang di Amerika Serikat pada awal abad ke-19 dan kemudian dikembangkan di negara lain, termasuk Indonesia. Di Indonesia sendiri, CSR mulai berkembang pada tahun 1980-an. CSR merupakan program wirausaha sosial yang mendukung dan memperkuat masyarakat di sekitar suatu perusahaan, baik sebagai bentuk tanggung jawab sosial maupun sebagai kompensasi atas berbagai kerugian yang dialami masyarakat akibat operasional perusahaan. Menurut berbagai sumber, CSR merupakan bagian dari kegiatan perusahaan dan program perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha dengan memberikan perhatian khusus pada hubungan internal dan eksternal perusahaan. Program CSR yang dilaksanakan dengan baik akan memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, tetapi bila CSR tidak dilaksanakan dengan baik maka akan timbul banyak kendala yang mengancam keberlangsungan perusahaan. Di Indonesia, CSR merupakan suatu kewajiban bagi semua perusahaan yang berstatus perseroan terbatas (PT) yang menggunakan sumber daya alam dalam operasional bisnisnya.

CSR pada hakikatnya muncul sebagai akibat dari kritik masyarakat, pemerintah, dan lembaga lain mengenai dampak kegiatan usaha terhadap masyarakat dan lingkungan hidup. Seperti yang banyak terjadi dalam tragedi kemanusiaan dan lingkungan hidup, perusahaan tidak bertanggung jawab atas tindakan mereka, yang semata-mata didorong oleh keuntungan tanpa mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan.

Dewi dan Khafi (Tangdialla, 2019) berpendapat bahwa CSR merupakan pendekatan perusahaan terhadap lingkungan sosial dalam kegiatan usahanya, dan kami yakin hal tersebut berkelanjutan. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Kelompok sasaran tersebut adalah kelompok sasaran eksternal dan kelompok sasaran internal. Kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility) melibatkan masyarakat lokal, oleh karena itu memerlukan kegiatan komunikasi yang dipimpin oleh perusahaan dan korporasi. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) mengacu pada komitmen yang diberikan perusahaan kepada seluruh pemangku kepentingannya, termasuk konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas lokal, dan lingkungan, dalam seluruh aspek operasinya, termasuk aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sebuah konsep yang menunjukkan bahwa seseorang bertanggung jawab dan berkuasa.

Konsep CSR sendiri pertama kali diperkenalkan oleh Howard R Bowen pada tahun 1953, menjelaskan: "Ini mengacu pada komitmen manajemen untuk menerapkan kebijakan-kebijakan ini dan menciptakan atau mengejar tindakan yang diinginkan sehubungan dengan tujuan dan nilai-nilainya". Jhonatan Sofian menyebut, CSR didefinisikan sebagai sebuah konsep perusahaan yang memerlukan penghormatan dan perhatian terhadap kepentingan pemangku kepentingan untuk meningkatkan dan mengoperasikan perusahaan. Pemangku kepentingan yang disebutkan antara lain adalah karyawan (pekerja), pelanggan, masyarakat, komunitas lokal, pemerintah, dan lembaga swadaya masyarakat (LSM).

Penerapan CSR di perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain komitmen manajemen, ukuran dan

kematangan perusahaan, serta peraturan yang diberlakukan pemerintah dan perpajakan. Faktanya, praktik CSR disesuaikan dengan kemampuan masing-masing perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan CSR kami sangat luas. Hal ini didasarkan pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela, berdasarkan dorongan moral dan etika, dan biasanya lebih dari sekedar kewajiban untuk mematuhi peraturan hukum. Saat ini praktik CSR mengalami kemajuan pesat di Indonesia. Praktik CSR merupakan bentuk umpan balik dari perusahaan yang melihatnya sebagai peluang untuk meningkatkan reputasi dengan cara bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan di berbagai bidang. Konsep CSR berawal dari ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Peristiwa ini terjadi pada tahun 1930-an akibat tindakan sebuah perusahaan yang tidak memperhatikan lingkungan hidup, termasuk masyarakat setempat, seolah-olah hanya mereka yang mengetahui segalanya. Selain itu, terjadi resesi global yang besar pada saat itu, yang menyebabkan banyak pengangguran dan dunia usaha bangkrut.

Menurut Widjaja dan Pratama (dalam Majid dan Purnama, 2023) Hal ini tidak hanya berlaku bagi perseroan terbatas, namun juga bagi kegiatan usaha yang sudah ada, baik berbadan hukum atau tidak. Dalam hal ini, perusahaan tidak hanya merujuk pada suatu badan hukum tertentu saja, melainkan mencakup semua jenis perusahaan, baik yang terdaftar maupun tidak.

Istilah CSR mulai diperkenalkan pada tahun 1970-an dan semakin populer setelah buku *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998) yang ditulis oleh John Elkington. Wibisono (dalam Sultoni, 2020) mengungkapkan dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan diharapkan untuk berperilaku secara etis, beroperasi

sesuai dengan hukum, dan memiliki komitmen untuk berkontribusi pada peningkatan ekonomi dan lingkungan eksternal. Hal ini disebabkan oleh hubungan yang kompleks antara perusahaan dengan masyarakat, kelompok, dan organisasi yang merupakan pihak-pihak stakeholder eksternal perusahaan.

Di Indonesia, istilah CSR dikenal pada tahun 1980-an, dan semakin populer digunakan pada era 1990-an. Istilah CSR mulai muncul bersamaan dengan kegiatan CSR yang sebenarnya juga sudah mulai dilaksanakan. Kegiatan CSR tersebut antara lain seperti bantuan bencana alam, pembagian Tunjangan Hari Raya (THR), beasiswa pendidikan, dan lain sebagainya.

Kemudian melalui konsep investasi Perusahaan "seat belt", yang dibangun pada tahun 2000-an. Setelah itu, pada tahun 2003, Departemen Sosial tercatat sebagai Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR secara aktif dan juga melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional. Berkaitan dengan hal ini, Departemen Sosial tercatat sebagai pelaku awal kegiatan CSR di Indonesia.

Sumber daya manusia (SDM) memegang peranan yang sangat penting dalam pembangunan suatu negara. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelatihan sumber daya manusia sangat diperlukan. Pendidik dan tenaga kependidikan merupakan bagian dari sumber daya manusia Indonesia, dan merupakan aset nasional yang akan mendidik manusia cerdas dan bermartabat. Dalam upaya membangun bangsa dan masyarakat yang maju, mandiri, dan sejahtera, peran pendidikan sangatlah penting. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju, peran sumber daya manusia sangat diharapkan khususnya dalam konteks lembaga pendidikan prasekolah. Pendidikan mempunyai peranan dalam

pengembangan ilmu pengetahuan, penyebaran ilmu pengetahuan, sosialisasi dan penerapan ilmu pengetahuan. Melalui tindakan ini, pendidikan akan menciptakan masyarakat pembelajar, yang mengekspresikan dirinya melalui semangat untuk menemukan, menggunakan dan mengkomunikasikan informasi. Sekaligus sebagai agen perubahan, pendidikan mempunyai efek penerapan produk inovasi pendidikan, agar pendidikan menjadi katalis perubahan sosial. Maksud utama dari pengembangan sumber daya manusia adalah meningkatkan kualitasnya, yang pada gilirannya akan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia memiliki peran penting dalam menentukan tingkat produktivitas, baik itu pada tingkat makro maupun mikro. Sumber daya manusia (SDM) secara keseluruhan pada tingkat makro merujuk pada warga negara suatu negara, terutama yang sudah terlibat dalam dunia kerja dan memiliki potensi untuk berperilaku efektif, baik dengan atau tanpa pendidikan formal. Mereka mampu memenuhi kebutuhan penting diri sendiri dan keluarganya, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kesejahteraan sosial di lingkungan negara atau bangsa. Meskipun pembangunan dan pendidikan adalah dua konsep yang berbeda, keduanya memiliki dampak dan hubungan timbal balik. (dalam Uropmabin, 2019).

Peran Corporate Social Responsibility (CSR) pada masa sekarang bukan sekadar rutinitas, melainkan telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis perusahaan dengan tujuan untuk memperkuat reputasi perusahaan. CSR memiliki kapabilitas untuk meningkatkan reputasi, karena ketika perusahaan mengelola bisnisnya dengan baik dan mematuhi peraturan pemerintah dengan cermat, hal ini akan

mendapatkan dukungan positif dari masyarakat dan pemerintah. Kotler dan Nancy (dalam Apriatma, 2019) menjelaskan bahwa citra positif ini akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan hidupnya saat mengalami krisis. Menindaklanjuti akan pentingnya CSR tersebut, perusahaan harus memilih bentuk kegiatan CSR yang lebih efektif serta efisien. Dengan pemilihan kegiatan CSR yang lebih efektif dan efisien, perusahaan mengharapkan kegiatan CSR menjadi strategi bisnis yang melekat dan tak bisa dilepaskan dalam perusahaan untuk meningkatkan serta menjaga daya saing melalui reputasi dan loyalitas perusahaan.

Kegiatan CSR yang dilakukan selama ini telah diatur dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Pasal 74, yang menyatakan bahwa setiap perseroan terbatas wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan, baik perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam maupun yang tidak. Perusahaan wajib menganggarkan dan memperhitungkan kegiatan tanggung jawab sosial sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban. Dalam kata lain, perusahaan tak terbatas dalam memikirkan bagaimana mendapatkan laba yang besar, tetapi perusahaan juga diwajibkan untuk menyisihkan laba perusahaan dalam pelaksanaan CSR.

CSR (Corporate Social Responsibility) yang mana merupakan tanggung jawab dari sebuah perusahaan berupa kegiatan sosial tentunya akan membawa dampak positif kepada berbagai pihak. Menurut Lever (dalam Lu, 2020) tanggung jawab sosial Perusahaan CSR adalah kewajiban bagi organisasi bisnis untuk mengambil andil dalam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan

masyarakat. Penerapan kegiatan CSR dengan benar yang memiliki tujuan baik tentunya akan membawa dampak baik bagi perusahaan, contohnya perusahaan akan mendapatkan nilai citra baik dari masyarakat.

Menurut Mzembe (dalam Prayuda, 2020) citra perusahaan akan makin meningkat apabila melaksanakan kegiatan CSR dikarenakan tujuan daripada kegiatan CSR ini adalah menjalin hubungan sosial yang baik dengan Masyarakat. Kegiatan penerapan CSR yang dapat dilakukan antara lain pemberian beasiswa, kegiatan amal, bakti sosial, dan kegiatan yang bersifat sosial lainnya dan memiliki tujuan untuk pemberdayaan dan pembangunan dalam jangka waktu yang panjang. Meningkatnya citra perusahaan yang akan berdampak pada jangka panjang juga akan membawa dampak lainnya, salah satunya adalah mendapatkan kepercayaan dari para stakeholder eksternal (Sugiantono dan Soediantono, 2022).

Program CSR mencerminkan keseriusan perusahaan untuk turut serta dalam menciptakan pembangunan yang berkelanjutan. Dalam konteks pemerintah, partisipasi CSR dalam proyek pembangunan di berbagai sektor, terutama untuk masyarakat prasejahtera atau marginal, secara nyata memberikan kontribusi pada peningkatan kinerja pemerintah. Saat ini, perusahaan berkompetisi untuk membangun citra positif di mata masyarakat. Meskipun pada awalnya bisnis mungkin lebih fokus pada cara memberikan peluang kerja bagi masyarakat, seiring waktu, perusahaan juga bersaing untuk membangun reputasi yang positif agar tetap diterima dan disukai oleh masyarakat. Bisnis adalah bagian integral dari masyarakat dan tidak dapat dipisahkan dari lingkungannya. Dengan pemikiran tersebut, tentunya dunia usaha harus memahami pentingnya

turut serta menjaga dan menjamin kesejahteraan lingkungan disekitarnya.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sugiyono dalam (Safarudin dkk, 2023) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) yang mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna pada generalisasi. Creswell dalam (Murdiyanto, 2020) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses penyelidikan suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai suatu strategi pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, bersifat alami dan holistik, dan disajikan secara naratif (Sidiq & Choiri, 2019).

Moleong dalam (Perdana, 2018) menyebutkan bahwa fokus penelitian bermanfaat untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian akan objek yang diteliti agar peneliti dapat menentukan relevan atau tidaknya suatu data yang diperoleh di lapangan. Fokus penelitian juga bertujuan agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan. Menurut Sugiono (2020) pembatasan dalam penelitian kualitatif lebih didasarkan pada tingkat kepentingan, urgensi, dan reliabilitas masalah yang akan diteliti. Penelitian ini akan berfokus pada "Analisis Program CSR Beasiswa Mahaghora oleh PT Mahaghora dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat".

Subjek dalam penelitian ini adalah seorang informan yang akan memberikan informasi dan nantinya bisa

dijadikan sebagai sumber data. Peneliti berkesempatan untuk mewawancarai Pak Deni selaku kepala divisi Learning and Development (LnD) PT Mahaghora yang memprakarsai langsung dari program Beasiswa Mahaghora ini. Dalam kesempatan wawancara ini, peneliti berupaya menggali informasi yang berkaitan dengan sejarah, proses berjalannya, hingga pada hambatan yang dialami selama menjalankan program Beasiswa Mahaghora.

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai sumber, cara, maupun metode yang berbeda beda. Dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara, adapun teknik pengumpulan data tersebut dilakukan sebagai berikut :

- Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu untuk mendapatkan jawaban yang diinginkan. Wawancara dilakukan oleh dua pihak: pewawancara mengajukan pertanyaan, dan orang yang diwawancarai menjawab pertanyaan pewawancara.

Wawancara adalah wawancara tatap muka antara dua pihak atau lebih, yang satu bertindak sebagai pewawancara dan yang lain bertindak sebagai orang yang diwawancarai, untuk tujuan tertentu, misalnya mengumpulkan informasi atau data, komunikasi itulah yang terjadi. Pewawancara mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan jawaban.

Wawancara yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara sistematis oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diinginkan.

Pertanyaan yang diajukan hanya sekedar gambaran pertanyaan yang ingin diketahui jawabannya oleh peneliti. Pada kenyataannya, wawancara bersifat lebih terbuka dan tujuannya adalah untuk menanyakan pendapat dan ide orang yang diwawancarai serta untuk

menemukan masalah secara lebih terbuka.

- Studi pustaka

Pengumpulan data dan teori dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kepustakaan. Data yang dikumpulkan berasal dari artikel jurnal, buku referensi, media massa, dan informasi non-manusia yang mendukung penelitian. Data yang digunakan juga berupa catatan, memo, dokumen, dan lain-lain yang diperoleh di tempat penelitian yang lain.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Mahaghora Holding Group adalah sebuah perusahaan berskala multinasional yang bergerak di bidang agribisnis, industri makanan, food and beverage service, dan distribusi. Mahaghora dari tahun ke tahun mengalami perkembangan dan terus bertumbuh dengan menciptakan puluhan brand aktif di Indonesia yang dikelola oleh tujuh strategi bisnis unit dengan lebih dari 1000 karyawan. PT Mahaghora memiliki visi untuk menjadikan perusahaan berskala Internasional dengan mengusung budaya bekerja yang efektif dan efisien. Dengan terus menerus mengembangkan bisnis di berbagai aspek bidang usaha dan didukung oleh orang-orang yang memiliki kompetensi dalam bidangnya, Mahaghora memiliki rencana dalam jangka panjang untuk menjadikan perusahaan menjadi Holding Company yang memiliki jangkauan internasional.

Keberhasilan PT. Mahaghora juga tentu hasil dari citra baik yang telah dibangun selama ini. Dalam mempertahankan citra baik di depan khalayaknya, PT. Mahaghora membuat sebuah program CSR yang berbentuk beasiswa dengan nama Beasiswa Mahaghora. Program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh PT. Mahaghora dengan program Beasiswa Mahaghora merupakan bentuk

perwujudan dari Corporate Social Responsibility (CSR) jenis Philanthropy. Seperti yang dijelaskan oleh Philip Kotler dan Nancy Lee, dalam program Corporate Social Responsibility (CSR) jenis filantropi, perusahaan memberikan sumbangan amal langsung kepada kelompok orang tertentu. Sumbangan ini seringkali datang dalam bentuk hadiah uang tunai, paket bantuan, atau layanan gratis. Filantropi perusahaan seringkali dikaitkan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perusahaan. Dalam berjalannya program Corporate Social Responsibility (CSR) Beasiswa Mahaghora ini, PT. Mahaghora memberikan dana langsung untuk biaya kuliah selama delapan semester.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Denny selaku Head of L&D PT. Mahaghora menjelaskan bahwa pelaksanaan kegiatan beasiswa CSR ini dimulai ketika pada tahun 2013. Pak Denny menjelaskan bahwa CEO PT Mahaghora, Pak Robert, yang tertarik pada dunia pendidikan ingin membiayai anak yang dinilai kurang mampu untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi. Pak Robert mengutus salah satu atasan dari tim divisi Learning and Development (LnD) bernama Pak Denny untuk mengawasi eksekusi dari inisiasi yang diusulkannya. Proses perencanaan yang dilakukan pada saat awal berjalannya inisiasi tersebut pun belum sempurna direncanakan. Pada awalnya, tim LnD dari PT Mahaghora langsung terjun ke sekolah di Surabaya untuk mencari target beasiswa. Pada proses pencarian tersebut, Pak Robert tertarik dengan salah satu anak yang terlihat biasa saja di sekolah. Dengan berbagai macam hambatan yang dilalui pada saat itu karena melihat dari latar belakang si anak yang menjadi tulang punggung keluarga, pada akhirnya Pak Robert berhasil membiayai sang anak tersebut dan membuahkan hasil dengan

nilai tinggi yang didapatkan oleh anak tersebut.

Melihat dari potensi yang dapat dibanggakan tersebut, Pak Robert menjadi semakin semangat untuk membiayai lebih banyak anak yang dinilai kurang mampu dan beruntung melanjutkan jenjang pendidikan ke perguruan tinggi. Setelah itu, program beasiswa ini menjadi berkembang dalam kuantitas jumlah anak yang dibiayai. Dalam program Beasiswa Mahaghora ini, perusahaan tidak memiliki tujuan terselubung untuk berbisnis dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat akan citra perusahaan atau bahkan meningkatkan profit perusahaan.

### **Sistematis pelaksanaan program CSR Beasiswa Mahaghora**

Dengan pesatnya perkembangan program CSR Beasiswa Mahaghora ini, sistematisnya saat ini tak hanya dikerjakan oleh LnD Department, namun juga melibatkan peserta Beasiswa Mahaghora dalam menjalankan programnya.

#### **A. Planning**

Pada tahap planning terdapat hal yang mendasari untuk keberhasilan berjalannya sebuah program Corporate Social Responsibility (CSR). Poin utama dalam tahap perencanaan sebuah program Corporate Social Responsibility (CSR) yakni target dan tujuan. Dengan merencanakan target dan tujuan yang settle akan membuat program Corporate Social Responsibility (CSR) berjalan dengan optimal.

Dalam program Corporate Social Responsibility (CSR) Beasiswa Mahaghora ini, PT. Mahaghora menentukan target dan tujuan yaitu:

1. Menargetkan peserta dari siswa SMA setingkat yang kurang beruntung namun memiliki banyak potensi dalam bidang akademik.

2. Peserta dapat menjalani kegiatan kuliah dengan baik selama berjalannya periode program Beasiswa Mahaghora.
3. Peserta dapat mengembangkan lifeskill berupa softskill maupun hardskill melalui kegiatan berorganisasi.
4. Peserta siap dan berkompeten untuk menyongsong kehidupan bekerja.

Setelah menentukan target dan tujuan tersebut, maka berlanjut ke proses perancangan kegiatan dan anggaran dalam menjalankan program Beasiswa Mahaghora. Perancangan kegiatan selain kegiatan pembiayaan kuliah dalam program Beasiswa Mahaghora saat ini dirancang oleh tim LnD Department yang juga melibatkan peserta Beasiswa Mahaghora dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Perencanaan kegiatan program Beasiswa Mahaghora selama satu periode.
2. Rincian kegiatan yang dijalankan oleh peserta Beasiswa Mahaghora sebagai berikut:
  - a. Recruitment Beasiswa Mahaghora  
Kegiatan recruitment untuk menemukan kandidat penerima program Beasiswa Mahaghora yang baru. Kegiatan ini memiliki proses yang panjang dan melalui banyak tahapan dan melibatkan peserta Beasiswa Mahaghora.
  - b. Training Camp  
Setelah kandidat dinyatakan diterima dalam program Magang

Beasiswa, kegiatan selanjutnya yakni Training Camp yang dilakukan dengan tujuan memberi bekal pada peserta untuk lanjut ke jenjang selanjutnya.

- c. Coaching Sharing Session  
Pada kegiatan ini, peserta telah memiliki pilihan jurusan kuliah yang diminati. Dalam kegiatan ini peserta diberi bekal materi sesuai dengan bidang minatnya dan dipandu oleh coach yang berasal dari PT. Mahaghora sendiri.
- d. Weekly Meeting  
Kegiatan mingguan ini dilakukan dengan berdiskusi ringan dalam rangka menjalankan kegiatan berorganisasi agar tetap optimal.
- e. Business Development  
Kegiatan ini diikuti peserta program Beasiswa Mahaghora untuk meningkatkan skill berbisnis. Dalam kegiatan ini peserta dituntut akan kreativitas dan ketekunan masing-masing individu dalam memecahkan masalah dalam berbisnis mulai merencanakan hingga mengevaluasi.
- f. Charity  
Kegiatan sukarela untuk meningkatkan rasa humanis pada tiap peserta Beasiswa Mahaghora dengan membantu orang di lingkungan perusahaan yang masih membutuhkan.
- g. Gathering  
Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk membangun ikatan



persaudaraan antar peserta Beasiswa Mahaghora dan juga meningkatkan rasa solidaritas dengan menurunkan ego pada tiap individu.

Setelah perencanaan kegiatan telah rampung maka lanjut pada proses perencanaan anggaran yang akan digunakan untuk menjalankan program Beasiswa Mahaghora. Proses perencanaan anggaran program Beasiswa Mahaghora dalam PT. Mahaghora dilakukan oleh divisi LnD Department sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah peserta yang akan dipilih dan yang sedang berjalan.
2. Membuat perincian biaya pendidikan sesuai dengan universitas terkait.
3. Membuat laporan anggaran selama satu tahun.
4. Memberikan laporan anggaran pada jajaran direksi PT. Mahaghora untuk didiskusikan. Proses diskusi dengan jajaran direksi pada setiap lini usaha milik PT. Mahaghora.

#### **Action and Communication**

PT. Mahaghora melakukan tahapan action and communication dengan cara melihat apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat. oleh karena itu CEO PT. Mahaghora sendiri melakukan program CSR berupa Beasiswa Mahaghora untuk mendukung pendidikan di Indonesia. Beasiswa Mahaghora menentukan siswa SMA/SMK/MA/MK kelas XII sebagai target program CSR nya. Siswa yang berkeinginan melakukan pendidikan perkuliahan, tapi terhalang oleh faktor ekonom dapat dibantu oleh PT. Mahaghora dengan beberapa syarat dan seleksi. Syarat dan ketentuan yang

dibutuhkan oleh calon pendaftar Beasiswa Mahaghora, antara lain :

1. Putra-putri Indonesia yang mempunyai keterbatasan finansial dan ingin melanjutkan kuliah S1/D4.
2. Telah melaksanakan vaksinasi tahap 3. Jika belum memenuhi syarat minimal umur bisa menggunakan surat vaksin 2/ surat keterangan dokter.
3. Diperuntukan bagi siswa-siswi SMA/SMK/MA/MK sederajat kelas XII tahun ajaran 2022/ 2023 dan lulusan SMA/SMK/MA/MK sederajat tahun 2021, 2022, dan 2023
4. Mempunyai visi yang jelas dan motivasi yang kuat untuk mencapai cita citanya.
5. Tidak sedang menerima beasiswa lain dan/atau mengikuti seleksi beasiswa lain, tidak terdaftar dalam Kartu Indonesia Pintar (KIP), serta wajib menandatangani surat keterangan diatas materai Rp 10.000.
6. Universitas yang dapat dipilih adalah universitas yang berlokasi di Surabaya baik negeri maupun swasta sesuai minat jurusan.
7. Penerima beasiswa wajib mengikuti pembekalan berupa kegiatan organisasi dan kegiatan pengembangan diri.
8. Diutamakan yang mempunyai pengalaman dalam berorganisasi.
9. Diutamakan memiliki prestasi/kejuaraan dalam bidang akademik maupun non akademik selama SMA dan dibuktikan dengan sertifikat.

10. Penerima beasiswa tidak terikat dengan ikatan dinas.
11. Biaya yang ditanggung merupakan biaya kuliah selama maksimal 8 semester.

Penerapan syarat dan ketentuan ini akan menjadi acuan awal untuk penyeleksian berkas. Terdapat beberapa tahapan yang dilewati oleh calon penerima beasiswa. pada tahap 1, siswa akan diseleksi melalui berkas-berkas yang sudah dikirim. Tahap 2, siswa akan melakukan Focus Group Discussion (FGD) dengan siswa lainnya. Tahap 3, siswa akan interview langsung bersama CEO dan jajaran direksi PT. Mahaghora. Tahap 4 sebagai terakhir siswa dan orang tua siswa akan dikumpulkan dan berdiskusi dengan PT. Mahaghora. Proses ini wajib dilakukan oleh seluruh calon penerima Beasiswa Mahaghora.

Seluruh persyaratan dan ketentuan informasi mengenai Beasiswa Mahaghora ini selalu disampaikan bersamaan dengan informasi pembukaan pendaftaran Beasiswa. Informasi pendaftaran Beasiswa Mahaghora disampaikan dengan dua cara, cara pertama yaitu menghubungi atau mengunjungi sekolah satu persatu dengan melakukan sosialisasi kepada siswa, sosialisasi program dilakukan oleh tim learning and development dan beberapa mahasiswa penerima Beasiswa Mahaghora. Melalui sosialisasi ini, PT. Mahaghora memastikan apakah program yang ditawarkan menarik perhatian dan hal yang memang dibutuhkan oleh siswa. Sosialisasi juga digunakan oleh PT. Mahaghora untuk menjalin hubungan langsung dengan sekolah -sekolah yang didatangi. Hubungan ini diikat dengan kesepakatan apabila terdapat siswa yang memang memenuhi persyaratan akan diikutkan untuk seleksi program Beasiswa Mahaghora.

Cara kedua melalui media sosial dan portal berita. Instagram menyediakan akun untuk membagikan informasi mengenai pendaftaran beasiswa. Akun tersebut memiliki banyak sekali pengikut dan peminat sehingga minat pendaftaran secara online sangat meningkat, tercatat pada tahun 2021-2022 kemarin terdapat 20.000 pendaftar. Selain, media sosial Pt. Mahaghora juga menyediakan informasi melalui portal berita secara online.

Beasiswa Mahaghora yang sudah berjalan sejak tahun 2013 ini meningkatkan kapasitas penerimaan siswa secara berkala. Penambahan kapasitas diambil dikarenakan melihat antusiasme siswa di surabaya untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi. Siswa yang saat ini sebagai penerima Beasiswa Mahaghora mendapatkan banyak hal berupa pengalaman organisasi, business development, sharing and coaching session, kegiatan bootcamp dan biaya kuliah 8 semester.

### **Monitoring and Evaluation**

Secara keseluruhan, monitoring dan evaluasi program CSR sangat penting dilakukan untuk memastikan keberhasilan program tersebut dan memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

PT. Mahaghora melakukan kajian mengenai berlangsungnya kegiatan secara periodik untuk melihat apakah program CSR Beasiswa Mahaghora telah sesuai dengan rencana yang telah ditentukan pada tahap perencanaan. Selain itu, tim akan melakukan analisis serta rekomendasi atas pelaksanaan program berupa progress report, analisis ini dibantu oleh organisasi Beasiswa Mahaghora yang ikut melakukan pengawasan kepada anggotanya. Organisasi Beasiswa Mahaghora ini dibentuk sesuai dengan struktur organisasi pada umumnya, sehingga apabila terdapat mahasiswa

yang lalai dan mulai tidak aktif dalam kegiatan maka akan diberikan peringatan sesuai dengan kesalahannya. Pengawasan yang dilakukan oleh organisasi saja tidak cukup, maka tim akan melakukan refleksi dengan mahasiswa secara periodik untuk mengetahui keinginan kepuasan mahasiswa. One on one session dilaksanakan secara rutin oleh tim learning and development sebagai tempat penyampaian feedback oleh penerima mahasiswa mengenai permasalahan kuliah, organisasi, dan program beasiswa.

Setelah melakukan kegiatan monitoring PT. Mahaghora melakukan aktivitas evaluasi program CSR untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan relevansi program terhadap kondisi mahasiswanya pada saat dan setelah berlangsungnya program. Mahasiswa menggunakan hasil-hasil yang telah diperoleh dari kegiatan untuk merencanakan kegiatan baru yang lebih bermanfaat lagi. Tim learning and development yang secara langsung mengawasi program CSR akan menganalisis hasil-hasil kegiatan yang dicapai untuk digunakan dalam pembuatan program, penyusunan kebijakan dan strategi CSR kedepannya. Kegiatan evaluasi program CSR Beasiswa Mahaghora ini dilaksanakan bersama dengan jajaran direksi dan divisi lain berdasarkan hasil laporan yang diterima oleh monitoring PIC oleh divisi learning and development. Evaluasi program akan selalu menjadi acuan untuk kedepannya, contohnya yaitu penambahan kuota penerima beasiswa dan penyempitan penerima beasiswa di Surabaya

### **Hambatan dalam pelaksanaan program CSR Beasiswa Mahaghora**

Program Beasiswa Mahaghora bermula dengan banyak hambatan terutama dalam menemukan target individu yang tepat untuk menerima

bantuan. Program Beasiswa Mahaghora merupakan program yang dikendalikan oleh divisi Learning and Development (LnD) Department yang ada pada PT. Mahaghora. Keterlibatan divisi LnD Department dalam program Beasiswa Mahaghora awalnya hanya dikerjakan oleh Pak Denny selaku Head of LnD yang sekarang akhirnya melibatkan seluruh anggota tim.

Pak Denny memulai program Beasiswa Mahaghora dengan turun langsung mencari kandidat di beberapa sekolah yang direkomendasikan rekan direksi dalam PT. Mahaghora. Dengan belum adanya ketentuan kriteria dalam memilih kandidat peserta program Beasiswa Mahaghora ini, pemilihannya masih dengan cara tradisional dan melibatkan perasaan di dalamnya. Kandidat pertama dan satu-satunya dalam tahun pertama berjalannya program Beasiswa Mahaghora ini terpilih karena keunikan cerita hidupnya yang lumayan kompleks, namun Pak Denny melihat potensi yang besar bagi anak tersebut untuk berkembang.

Pada tahun selanjutnya, proses pemilihan kandidat program Beasiswa Mahaghora dibantu dengan pihak sekolah terkait yang tertarik dengan program Beasiswa Mahaghora ini. Lalu proses pemilihan kandidat program Beasiswa Mahaghora yang kian berkembang seiring berkembangnya peminat program ini, saat ini dapat dilakukan dengan mengakses website resmi milik PT. Mahaghora yang dibuat khusus untuk program Beasiswa Mahaghora ini.

Dalam proses pelaksanaannya, tim LnD PT. Mahaghora menghadapi permasalahan saat melakukan kegiatan monitoring, yakni tim kesulitan untuk mengendalikan atau keep in touch dengan mahasiswa yang berkuliah di luar Surabaya. Pada awal program CSR dibuat ketentuan untuk berkuliah di Surabaya belum ditetapkan, sehingga banyak sekali mahasiswa yang tidak

memenuhi perjanjian Beasiswa Mahaghora. Dikarenakan kasus tersebut PT. Mahaghora menetapkan syarat dan ketentuan bahwa penerima Beasiswa Mahaghora wajib berkuliah di Surabaya

## **SIMPULAN**

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi bentuk tanggung jawab bagi sebuah perusahaan terhadap lingkungan sekitar atas usaha yang didirikan. Begitu banyak wujud CSR yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yang berdampak kepada lingkungan sekitarnya ataupun manusia. Fungsi pelaksanaan CSR oleh perusahaan ini adalah bertujuan agar nama perusahaan dikenal baik dan membawa dampak positif bagi lingkungan maupun manusia yang terdampak.

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan pun biasanya ditinjau dari kebermanfaatannya baik bagi lingkungan dan perusahaan itu sendiri. Salah satu contohnya adalah, PT Mahaghora ini yang melakukan program CSR 'Beasiswa Mahaghora' yang ditujukan kepada anak yang ingin melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Tujuan dari program CSR ini pun selain untuk membantu generasi muda yang terkait untuk meningkatkan tingkat pendidikannya juga dengan melatih para generasi muda ini untuk siap terjun ke dalam dunia kerja. Para peserta beasiswa ini tidak hanya dilepas begitu saja dengan dibiayai pendidikannya namun juga wajib untuk ikut melakukan kegiatan yang ada di dalamnya yang mana melatih peserta dalam kegiatan berorganisasi dan bekerja nantinya.

Program 'Beasiswa Mahaghora' ini pun terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun, tentunya juga tak luput dari upaya evaluasi dan monitoring yang dilakukan oleh tim divisi terkait. Berbagai hambatan dan kekurangan yang dialami pada tiap prosesnya, juga didiskusikan dan dicari solusinya untuk

mengatasi masalah tersebut termasuk membuat perubahan yang lebih baik dalam berjalannya kegiatan program CSR ini

## **DAFTAR PUSTAKA**

Apriatma, G., Cheisviyanny, C., & Taqwa, S. (2019). Analisis Pemanfaatan Dana Corporate Social Responsibility Bagi Penerima Beasiswa Bank Nagari. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(1), 334-348.

Dahlia, J. (2022). Penerapan Budaya Toleransi dalam Kegiatan-Kegiatan Keagamaan di Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. Vol. 4 (1), 1065-1074.

Data, TP Observasi. Wawancara, Angket dan Tes .

Destalia, T. (2019). Pembingkai Berita Kenaikan Gaji Pns (Analisis Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki Untuk Berita Kenaikan Gaji Pns Koran Harian Tribun Jabar Edisi 09 Maret 2019) (Disertasi Doktor, Universitas Komputer Indonesia).

Fahlevie, R. (2019). Strategi Komunikasi Departemen Humas PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa CSR "Anak Petani Jadi Sarjana".

Gigih, Apriatma, Cheisviyanny, Charoline & Taqwa, Salma (2019). Analisis Pemanfaatan Dana Corporate Social Responsibility bagi Penerima Beasiswa Bank Nagari. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(1) Seri C, 334-348.

Habiburrokhman, R. (2020). Peran Beasiswa Lazismu Terhadap Keberlangsungan Pendidikan Siswa di SMA Muhammadiyah 2 Palang Tuban (Disertasi Doktor, Universitas Muhammadiyah Surabaya).

Lu, J., Ren, L., Zhang, C., Rong, D., Ahmed, R. R., & Streimikis, J. (2020). Modified Carroll's pyramid of corporate social responsibility to enhance organizational performance of SMEs industry. *Journal of Cleaner Production*, 271, 122456.

Majid, Y., Purnama, A. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Publikasi Rumpun Ilmu Teknik*. Vol. 1 (4). 15-19.

- Muhammad, K. (2019). Peranan Anggota Kelompok Sadar Wisata Peninggalan Belanda Nyalindung Dalam Pengelolaan Situs Sejarah Di Desa Nyalindung Kabupaten Bandung Barat (Disertasi doktoral, Universitas Komputer Indonesia).
- Murdiyanto, E. 2020. Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). Bandung: Rosda Karya.
- Perdana. (2018). Metodologi Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pramesi, Cintia Gita (2023) MANAJEMEN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DJARUM BEASISWA PLUS DALAM MENGEMBANGKAN SOFT SKILL BESWAN DJARUM 2021/2022 (Studi Kasus Program Leadership Development dan Nation Building). Diploma thesis, Universitas Nasional.
- Prayuda, R. Z., & Praditya, R. A. (2020). Does ISO 26000 Corporate Social Responsibility Influence Company Performance?. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(1b), 83-94.
- Puspita, I., Machfuda, N. A., & Salsabila, V. M. (2022). ANALISIS PENGARUH PELAKSANAAN PROGRAM CSR “BEASISWA GOJEK” BAGI PARA MITRA DRIVER PT. GOJEK INDONESIA. *JISIP UNJA (Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Jambi)*, 6(1), 12-17.
- Rachmawati, F., Wibowo, A. A., & Palupi, G. A. (2022). Studi Deskriptif Kualitatif Program Csr Pemberian Beasiswa Kepada Siswa Smp Masyarakat Berpenghasilan Rendah Pdam Surya Sembada Kota Surabaya. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 460-469.
- Robertus, Benny Hermawan. 2020. Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas di PT. Djarum Kudus sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan untuk Pelayanan Masyarakat Sekitar. *Jurnal Suara Keadilan*, Vol.21 No.1 April 2020.
- Safarudin, R., Zulfamanna., Kustati, M., Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal of Social Science Research*. Vol. 3 (2), 9680-9694.
- Sidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In CV Nata Karya (Vol. 53, Issue 9). Nata Karya.
- [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/ME\\_TODE\\_PENELITIAN\\_KUALITATIF\\_DI\\_BIDANG\\_PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/ME_TODE_PENELITIAN_KUALITATIF_DI_BIDANG_PENDIDIKAN.pdf)
- Sugiono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. edisi kedua
- Sultoni, M. H. (2021). Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan).
- Syahputra, H., Wiyandra, Y., & Simanjuntak, R. (2021). Implementasi Metode Teknik Referensi Orang Lain dengan Kesamaan dengan Solusi Ideal (TOPSIS) Untuk Pemberian Beasiswa Berprestasi. *Jurnal Pustaka Data (Database Pusat Akses Kajian, Analisa Teknologi, dan Arsitektur Komputer)*, 1 (1), 36-41.
- Uropmabin, I. (2019). Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pengelolaan Beasiswa Menggunakan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Kantor Yayasan Binterbusih Semarang (Beasiswa Diberikan Oleh PT Freeport Indonesia) (Disertasi doktoral, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Yusuf, Yoga Maulana. 2019. Implementasi Program Corporate Social Responsibility oleh Perusahaan Unicorn di Indonesia. *Jurnal Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 6 No. 3
- Yusriani, Y. (2021). Metodologi penelitian pendidikan.