



## Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program CSR PT PP Lonsum Tbk Rambung Sialang di Kabupaten Serdang Bedagai

Sintiya Kartika<sup>1)</sup>, Indira Fatra Deni<sup>2)</sup>

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

[sintiya0603223089@uinsu.ac.id](mailto:sintiya0603223089@uinsu.ac.id)<sup>1)</sup>  
[indirafatra@uinsu.ac.id](mailto:indirafatra@uinsu.ac.id)<sup>2)</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respons masyarakat terhadap pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT PP London Sumatra Indonesia Tbk Unit Rambung Sialang di Kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan melibatkan Kepala Desa Pergulaan, aparatur desa, serta masyarakat penerima manfaat program CSR sebagai informan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memberikan respons positif terhadap pelaksanaan program CSR, terutama pada kegiatan perbaikan dan perataan jalan yang membantu kelancaran akses serta aktivitas sosial ekonomi masyarakat. Namun, masyarakat juga menilai bahwa pelaksanaan program CSR belum sepenuhnya merata, belum berkelanjutan, dan belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR masih cenderung bersifat reaktif dan belum berbasis perencanaan partisipatif. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan program CSR yang lebih partisipatif, berkelanjutan, dan berorientasi pada kebutuhan lokal agar manfaatnya dapat dirasakan secara lebih luas dan mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat.

**Kata kunci:** Corporate Social Responsibility, Respons Masyarakat, Pelaksanaan Program, Pemberdayaan Masyarakat, Kesejahteraan

### Abstract

*This study aims to analyze community responses to the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) program of PT PP London Sumatra Indonesia Tbk, Rambung Sialang Unit, in Serdang Bedagai Regency. This research employed a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving the Head of Pergulaan Village, village officials, and community members as beneficiaries of the CSR program. The findings show that the community gave positive responses to the CSR program, particularly in road improvement and leveling activities that facilitated access and supported socio-economic activities. However, the community also perceived that the CSR program had not been evenly distributed, was not yet sustainable, and had not fully addressed their actual needs. These findings indicate that the CSR implementation remains reactive and has not been based on participatory planning. Therefore, CSR programs need to be developed in a more participatory, sustainable, and locally oriented manner so that their benefits can be distributed more widely and contribute to improving community welfare.*

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Community Response, Program Implementation, Community Empowerment, Welfare



## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha modern tidak lagi menempatkan perusahaan semata-mata sebagai entitas yang berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai aktor sosial yang memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah operasionalnya. Dalam konteks ini, Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi salah satu instrumen penting untuk mewujudkan hubungan yang seimbang antara kepentingan bisnis, kesejahteraan masyarakat, dan kelestarian lingkungan. CSR dipahami sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal, melalui program-program yang memberikan nilai sosial dan manfaat berkelanjutan (Nurozi & Sisdiyanto, 2024; Dwiyantri et al., 2024).

Secara konseptual, CSR tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas filantropi perusahaan, tetapi juga sebagai strategi kelembagaan dalam membangun reputasi, legitimasi sosial, dan keberlanjutan usaha. Pelaksanaan CSR yang baik mencerminkan praktik good corporate governance, good corporate citizenship, dan etika bisnis yang bertanggung jawab (Octaviani et al., 2022; Alfianda et al., 2023). Selain itu, pendekatan triple bottom line menegaskan bahwa keberhasilan perusahaan tidak cukup diukur dari aspek profit, tetapi juga dari kontribusinya terhadap manusia (people) dan lingkungan (planet) (Sidik et al., 2024). Dengan demikian, CSR merupakan bagian integral dari strategi keberlanjutan perusahaan.

Dalam implementasinya, keberhasilan program CSR sangat dipengaruhi oleh komunikasi antara perusahaan dan masyarakat. Komunikasi yang terbuka, partisipatif, dan dua arah memungkinkan perusahaan mengidentifikasi kebutuhan riil masyarakat, menyusun program yang relevan, serta membangun kepercayaan publik terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu, CSR tidak dapat dipisahkan dari peran komunikasi kelembagaan, terutama dalam memastikan bahwa program yang dirancang benar-benar dipahami, diterima, dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sasaran (Putri Audia Dewi et al., 2025; Putri Andriana, 2024).

Di Indonesia, pelaksanaan CSR juga memiliki dasar hukum yang kuat. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 74, menegaskan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Artinya, CSR bukan hanya komitmen moral, tetapi juga kewajiban hukum yang harus dipenuhi perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan (Siregar et al., 2023; Cristian G. S., 2024). Di tingkat daerah, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan juga diperkuat oleh regulasi lokal, termasuk Peraturan Bupati Serdang Bedagai Nomor 17 Tahun 2019 tentang Pedoman Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.

Meskipun demikian, pelaksanaan CSR di lapangan masih menghadapi berbagai kendala. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa program CSR pada banyak perusahaan belum sepenuhnya dirancang secara partisipatif, berkelanjutan, dan sesuai dengan kebutuhan lokal masyarakat. Dalam sektor perkebunan, persoalan ini menjadi semakin kompleks karena aktivitas perusahaan berkaitan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam dan berdampak pada kondisi sosial-ekonomi masyarakat sekitar (Ronauly, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ukuran keberhasilan CSR tidak dapat hanya dilihat dari ada atau tidaknya program, tetapi juga dari sejauh mana program tersebut efektif, merata, dan memberi dampak nyata terhadap kesejahteraan masyarakat.

PT PP London Sumatra Indonesia Tbk (PT PP LONSUM Tbk) merupakan salah satu perusahaan perkebunan besar yang beroperasi di Sumatera Utara, termasuk di Kabupaten Serdang Bedagai. Keberadaan perusahaan ini memiliki kontribusi penting terhadap aktivitas ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, namun pada saat yang sama juga menimbulkan relasi sosial dan lingkungan dengan masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya. Salah satu wilayah yang berada dalam radius operasional perusahaan adalah Desa Pergulaan, yang secara langsung merasakan interaksi sosial-ekonomi dengan perusahaan. Dalam konteks tersebut, pelaksanaan program CSR menjadi penting sebagai sarana membangun hubungan harmonis

antara perusahaan dan masyarakat sekaligus menjawab kebutuhan sosial dan lingkungan di tingkat lokal.

Berdasarkan kondisi empiris di lapangan, pelaksanaan program CSR PT PP LONSUM Tbk Rambung Sialang masih menyisakan sejumlah persoalan. Program yang dijalankan dinilai belum sepenuhnya merata, belum berkelanjutan, dan belum seluruhnya menjawab kebutuhan masyarakat Desa Pergulaan. Di sisi lain, masyarakat tetap memberikan perhatian terhadap keberadaan program CSR karena program tersebut diharapkan dapat membantu pembangunan desa, khususnya dalam aspek infrastruktur dan kesejahteraan sosial. Situasi ini menunjukkan bahwa respons masyarakat merupakan indikator penting untuk menilai sejauh mana CSR telah dilaksanakan secara efektif dan sesuai sasaran.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas pelaksanaan CSR di berbagai sektor. Sari et al. (2025) menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR di sektor perkebunan sering kali masih bersifat administratif dan belum sepenuhnya terintegrasi dengan kebutuhan masyarakat lokal. Savitri dan Yuniningsih (2023) juga menemukan bahwa optimalisasi CSR dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat apabila program disusun secara tepat guna dan sesuai kebutuhan penerima manfaat. Namun demikian, penelitian mengenai respons masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR pada perusahaan perkebunan di wilayah pedesaan, khususnya yang menekankan pada aspek kesesuaian program, pemerataan manfaat, dan keberlanjutan program, masih relatif terbatas. Celah inilah yang menjadi dasar penting bagi penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respons masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT PP LONSUM Tbk Rambung Sialang di Kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana masyarakat memaknai pelaksanaan CSR, menilai sejauh mana program telah sesuai dengan kebutuhan mereka, serta melihat faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasinya. Adapun kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap respons masyarakat sebagai dasar evaluasi pelaksanaan CSR di wilayah pedesaan, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik maupun praktis bagi pengembangan program CSR yang lebih partisipatif, merata, dan berkelanjutan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai respons masyarakat terhadap pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT PP LONSUM Tbk Rambung Sialang di Desa Pergulaan, Kabupaten Serdang Bedagai. Pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk memahami realitas sosial berdasarkan pengalaman, pandangan, dan penilaian informan terhadap program CSR yang dilaksanakan perusahaan (Harahap, 2020).

Lokasi penelitian ditetapkan di Desa Pergulaan, Kabupaten Serdang Bedagai. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Desa Pergulaan merupakan salah satu wilayah yang berada di sekitar area operasional PT PP LONSUM Tbk Rambung Sialang serta menjadi sasaran pelaksanaan program CSR perusahaan. Selain itu, desa ini memiliki keterkaitan langsung dengan aktivitas perusahaan, sehingga relevan untuk mengkaji pelaksanaan CSR dan respons masyarakat terhadap program tersebut.

Informan penelitian ditentukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung terhadap pelaksanaan program CSR. Informan dalam penelitian ini terdiri atas Kepala Desa Pergulaan, aparatur desa, serta masyarakat yang menerima atau mengetahui pelaksanaan program CSR perusahaan. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh benar-benar relevan dengan fokus penelitian dan mampu menggambarkan kondisi empiris secara mendalam.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pandangan informan mengenai

bentuk pelaksanaan CSR, manfaat yang dirasakan, tingkat pemerataan program, serta harapan masyarakat terhadap perusahaan. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung kondisi lapangan dan bentuk pelaksanaan program CSR di lokasi penelitian. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui arsip, catatan, foto kegiatan, dan dokumen lain yang berkaitan dengan pelaksanaan program CSR. Pengumpulan data dilakukan secara bertahap hingga peneliti memperoleh informasi yang memadai dan mencapai kejenuhan data.

Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik analisis deskriptif kualitatif menggunakan model analisis interaktif. Tahapan analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi yang sistematis agar pola-pola temuan dapat terlihat secara jelas. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi untuk menemukan makna dari data yang telah dianalisis secara menyeluruh (Harahap, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Program CSR

Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah operasionalnya. Dalam praktiknya, CSR tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan filantropi perusahaan, tetapi juga sebagai upaya untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dengan aparaturnya Pemerintah Desa Pergulaan khusus nya Kepala Desa Pergulaan dan masyarakat, menunjukkan bahwa pelaksanaan program CSR oleh PT PP Lonsum Tbk di unit Rambung Sialang masih terbatas dan belum berjalan secara optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR perusahaan yang telah dilaksanakan masih terbatas pada kegiatan perbaikan jalan desa. Program tersebut dilaksanakan atas dasar permintaan pemerintah desa melalui pengajuan proposal kepada pihak Perusahaan.



Gambar 1.1 PT.PP Lonsum Rambung Sialang Jalankan Program CSR Perbaiki Jalan Poros di Desa Pergulaan Sumber:Mediahumaspolri.Com (2025)

Temuan ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR masih bersifat reaktif, yaitu dilakukan setelah adanya permintaan dari masyarakat atau pemerintah desa. Selain itu, bentuk bantuan yang diberikan perusahaan juga terbatas, seperti peminjaman alat berat, sehingga belum mencerminkan adanya program CSR yang terencana dan berkelanjutan.

### Respon Masyarakat Terhadap Program CSR

Respon masyarakat terhadap pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT PP Lonsum Tbk Rambung Sialang menunjukkan kecenderungan yang tidak tunggal,

melainkan bersifat ambivalen antara apresiasi dan kritik. Di satu sisi, masyarakat mengakui bahwa program CSR yang diwujudkan melalui perataan dan perbaikan jalan telah memberikan manfaat nyata bagi aktivitas sehari-hari. Salah seorang informan dari unsur masyarakat menyatakan, *“Program perataan jalan itu memang membantu kami, terutama saat membawa hasil kebun dan saat anak-anak pergi sekolah, jadi akses kami lebih mudah dari sebelumnya.”* Pernyataan ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak menolak keberadaan program CSR, melainkan mengakui adanya manfaat langsung yang dirasakan pada aspek mobilitas dan aksesibilitas. Dalam perspektif CSR, respons positif semacam ini mengindikasikan bahwa program telah menghasilkan nilai sosial awal, meskipun masih dalam bentuk manfaat fisik yang terbatas (Nurozi & Sisdiyanto, 2024).

Namun demikian, temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa apresiasi masyarakat tidak secara otomatis berarti kepuasan penuh terhadap program yang dijalankan. Masyarakat cenderung menilai bahwa program CSR perusahaan masih sempit cakupannya dan belum menyentuh kebutuhan yang lebih luas. Salah satu informan menyampaikan, *“Yang kami lihat selama ini bantuan lebih banyak ke jalan, padahal masyarakat juga butuh program lain, misalnya bantuan ekonomi atau kegiatan yang bisa menambah penghasilan.”* Kutipan ini menegaskan bahwa masyarakat memandang CSR belum bergerak ke arah pemberdayaan, tetapi masih didominasi pola bantuan yang bersifat fisik dan sesaat. Padahal, secara konseptual CSR idealnya tidak berhenti pada kegiatan amal atau bantuan simbolik, tetapi harus diarahkan pada penciptaan dampak sosial yang lebih berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan penerima manfaat (Sidik et al., 2024; Alfianda et al., 2023).

Respon kritis masyarakat juga muncul pada aspek pemerataan manfaat program. Tidak seluruh warga merasa memperoleh manfaat langsung dari program CSR, sehingga terbentuk persepsi bahwa distribusi manfaat masih terbatas dan belum inklusif. Hal ini tergambar dari pernyataan informan yang menyebutkan, *“Kami tahu ada program CSR dari perusahaan, tetapi tidak semua warga merasakan dampaknya secara langsung. Jadi kesannya bantuan itu belum merata.”* Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan CSR tidak cukup diukur dari keberadaan program, melainkan dari sejauh mana manfaatnya dapat dirasakan oleh kelompok masyarakat secara lebih luas. Dalam kerangka optimalisasi, program yang belum merata memperlihatkan bahwa dimensi keadilan distribusi belum tercapai secara maksimal, sehingga efektivitas sosial program menjadi relatif lemah (Sari et al., 2023). Dengan kata lain, masyarakat menilai CSR bukan hanya dari niat perusahaan memberi bantuan, tetapi dari pemerataan manfaat yang benar-benar dirasakan di tingkat komunitas.

Selain soal cakupan dan pemerataan, masyarakat juga menyoroti lemahnya keberlanjutan program. Program CSR dinilai masih reaktif karena dilaksanakan setelah adanya pengajuan dari pemerintah desa, bukan melalui perencanaan jangka panjang yang dirumuskan bersama masyarakat. Seorang aparat desa menyampaikan, *“Selama ini program lebih banyak berjalan setelah kami mengajukan permohonan kepada pihak perusahaan, jadi belum ada pola yang rutin atau berkelanjutan.”* Kutipan ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR masih bertumpu pada mekanisme respons permintaan, bukan pada strategi sosial perusahaan yang terstruktur. Secara teoritis, keadaan ini menandakan belum optimalnya peran perusahaan dalam membangun hubungan partisipatif dengan masyarakat. Padahal, strategi komunikasi dalam CSR menuntut adanya dialog dua arah, pemetaan kebutuhan, dan keterlibatan publik sejak tahap perencanaan agar program tidak sekadar hadir, tetapi juga tepat sasaran dan berkelanjutan (Octaviani et al., 2022; Putri Audia Dewi et al., 2025).

Dari sisi pengetahuan masyarakat, respons yang muncul juga berkaitan erat dengan terbatasnya sosialisasi perusahaan mengenai program CSR. Sebagian masyarakat mengetahui keberadaan program hanya dari informasi tidak resmi atau dari hasil yang tampak di lapangan, bukan dari penyampaian langsung perusahaan. Salah satu informan menyatakan, *“Kami tahunya ada CSR itu dari cerita warga dan dari kegiatan yang terlihat, bukan dari penjelasan langsung pihak perusahaan.”* Kondisi ini memperlihatkan adanya kelemahan komunikasi program, yang pada akhirnya memengaruhi cara masyarakat memahami tujuan, ruang lingkup, dan manfaat

CSR itu sendiri. Dalam studi komunikasi organisasi, lemahnya arus informasi formal akan menghambat terbentuknya partisipasi sosial yang bermakna, karena masyarakat ditempatkan hanya sebagai penerima manfaat, bukan sebagai mitra dialogis dalam pelaksanaan program (Putri Andriana, 2024). Akibatnya, respons masyarakat menjadi cenderung parsial: mereka menilai apa yang tampak, tetapi tidak memiliki akses penuh terhadap kerangka program yang direncanakan perusahaan.

Apabila dianalisis dengan teori optimalisasi yang menekankan efektivitas, efisiensi, pemerataan, dan keberlanjutan, maka respons masyarakat dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa program CSR PT PP Lonsum Tbk Rambung Sialang belum mencapai kondisi optimal. Efektivitas program baru tampak pada manfaat infrastruktur jalan, tetapi belum menyentuh dimensi kesejahteraan masyarakat yang lebih luas. Dari sisi efisiensi, pelaksanaan program yang menunggu usulan dari desa menunjukkan bahwa perencanaan belum berbasis identifikasi kebutuhan yang sistematis. Dari sisi pemerataan, masih terdapat masyarakat yang tidak merasakan manfaat langsung, sedangkan dari sisi keberlanjutan, program belum diarahkan pada pola pemberdayaan jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR pada sektor perkebunan sering kali masih bersifat administratif dan belum sepenuhnya terintegrasi dengan kebutuhan masyarakat lokal (Rayon et al., 2025). Oleh sebab itu, respons masyarakat yang ambivalen sesungguhnya merupakan refleksi dari kualitas implementasi program itu sendiri.

Dengan demikian, respons masyarakat terhadap program CSR PT PP Lonsum Tbk Rambung Sialang dapat dipahami sebagai bentuk evaluasi sosial dari penerima manfaat terhadap sejauh mana perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya secara substantif. Apresiasi masyarakat menunjukkan bahwa program CSR tetap memiliki arti dan manfaat nyata, terutama dalam mendukung akses dan aktivitas sosial-ekonomi. Akan tetapi, kritik yang muncul terkait pemerataan, keberlanjutan, dan minimnya partisipasi menandakan perlunya pergeseran orientasi CSR dari pola bantuan sesaat menuju pola pemberdayaan yang partisipatif. Dalam konteks ini, CSR yang efektif bukan hanya CSR yang terlihat secara fisik, tetapi CSR yang mampu membangun kepercayaan, menjawab kebutuhan lokal, dan menciptakan relasi timbal balik yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat secara berkelanjutan (Savitri & Yuniningsih, 2023; Octaviani et al., 2022). Karena itu, respons masyarakat dalam penelitian ini menjadi indikator penting bahwa keberhasilan CSR harus diukur dari pengalaman sosial masyarakat, bukan semata dari pelaksanaan program oleh perusahaan.

### **Dampak Program CSR**

Dampak program Corporate Social Responsibility (CSR) PT PP Lonsum Tbk Rambung Sialang paling nyata terlihat pada aspek infrastruktur desa, khususnya melalui kegiatan perataan dan perbaikan jalan. Masyarakat menilai bahwa perbaikan jalan telah membantu memperlancar mobilitas warga dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Seorang informan masyarakat menyampaikan, *“Setelah jalan diratakan, kami lebih mudah lewat, terutama saat membawa hasil kebun atau pergi ke pasar. Jadi memang ada manfaat yang langsung terasa.”* Kutipan ini menunjukkan bahwa dampak CSR pada tahap awal telah menghasilkan manfaat fungsional yang konkret bagi masyarakat. Dalam perspektif CSR, manfaat langsung semacam ini merupakan indikator bahwa program telah memberi nilai sosial pada komunitas sekitar, meskipun masih berada pada level pemenuhan kebutuhan dasar infrastruktur (Nurozi & Sisdiyanto, 2024).

Selain mempermudah akses fisik, program CSR juga berdampak pada kelancaran aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat desa. Jalan yang lebih baik memudahkan perpindahan orang, barang, dan hasil pertanian, sehingga secara tidak langsung mendukung produktivitas masyarakat. Hal ini tergambar dari pernyataan informan yang mengatakan, *“Kalau jalan bagus, kami tidak terlalu susah mengangkut barang. Aktivitas warga juga jadi lebih lancar dibanding sebelumnya.”* Temuan ini menunjukkan bahwa dampak CSR tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga memiliki dimensi sosial-ekonomi. Dalam kerangka triple bottom line, kontribusi perusahaan terhadap masyarakat tidak hanya diukur dari besar kecilnya bantuan, tetapi dari sejauh mana

program tersebut meningkatkan kualitas hidup warga di sekitar wilayah operasional perusahaan (Sidik et al., 2024).

Meskipun demikian, dampak positif tersebut masih dinilai terbatas karena belum menyentuh kebutuhan masyarakat secara menyeluruh. Sebagian warga mengakui bahwa manfaat perbaikan jalan memang penting, tetapi belum cukup untuk mendorong perubahan kesejahteraan yang signifikan. Salah seorang informan menyatakan, *“Manfaatnya ada, tapi masih di jalan saja. Kalau untuk ekonomi masyarakat secara langsung, kami belum banyak merasakan perubahan.”* Pernyataan ini menegaskan bahwa masyarakat membedakan antara manfaat jangka pendek yang terlihat secara fisik dengan dampak jangka panjang yang berhubungan dengan pemberdayaan ekonomi. Secara teoritis, CSR yang efektif seharusnya tidak berhenti pada bantuan fisik, tetapi diarahkan pada program yang mampu memperkuat kapasitas masyarakat secara berkelanjutan (Alfianda et al., 2023; Dwiyantri et al., 2024).

Dampak program CSR juga belum sepenuhnya dirasakan secara merata oleh seluruh masyarakat. Ada warga yang mengetahui adanya program perusahaan, tetapi tidak merasa memperoleh manfaat langsung dari pelaksanaannya. Seorang informan mengungkapkan, *“Program itu memang ada, tetapi tidak semua warga merasakan dampaknya secara langsung. Jadi ada yang merasa terbantu, ada juga yang merasa biasa saja.”* Temuan ini menunjukkan bahwa dampak sosial program masih bersifat parsial dan belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat desa. Dari sudut pandang pemerataan manfaat, kondisi ini memperlihatkan bahwa pelaksanaan CSR masih menghadapi persoalan distribusi program. Padahal, keberhasilan CSR sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan menghadirkan manfaat yang inklusif, bukan hanya pada kelompok tertentu atau pada wilayah tertentu saja (Sari et al., 2023).

Keterbatasan dampak ini juga berkaitan dengan pola pelaksanaan program yang cenderung reaktif dan belum berbasis perencanaan partisipatif. Karena program lebih sering dijalankan setelah adanya pengajuan dari pemerintah desa, maka dampak yang muncul pun cenderung insidental, bukan hasil dari strategi sosial perusahaan yang dirancang secara sistematis. Seorang aparatur desa menyampaikan, *“Selama ini perusahaan membantu kalau ada permintaan, jadi dampaknya memang ada, tapi belum terencana untuk jangka panjang.”* Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dampak program belum terbentuk secara kuat. Dalam teori komunikasi CSR, partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan evaluasi sangat penting agar program tidak hanya selesai secara administratif, tetapi juga membangun dampak sosial yang lebih mendalam dan bertahan lama (Octaviani et al., 2022; Putri Audia Dewi et al., 2025).

Apabila dianalisis melalui teori optimalisasi, dampak program CSR PT PP Lonsum Tbk Rambung Sialang dapat dikatakan belum optimal karena baru memenuhi sebagian indikator keberhasilan. Dari segi efektivitas, program mampu memberi manfaat nyata dalam hal aksesibilitas dan mobilitas. Namun, dari segi keberlanjutan dan pemerataan, dampaknya masih terbatas. Program belum berkembang ke arah pemberdayaan ekonomi, peningkatan kapasitas masyarakat, atau penguatan kesejahteraan jangka panjang. Dengan demikian, dampak yang muncul masih dominan pada level charity-based CSR, bukan empowerment-based CSR. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa banyak program CSR di sektor perkebunan masih bersifat administratif dan belum sepenuhnya terintegrasi dengan kebutuhan sosial masyarakat lokal (Rayon et al., 2025; Savitri & Yuniningsih, 2023).

Berdasarkan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa dampak program CSR dalam penelitian ini bersifat ganda: di satu sisi memberikan manfaat nyata pada infrastruktur dan mobilitas sosial-ekonomi masyarakat, tetapi di sisi lain belum mampu mendorong transformasi kesejahteraan yang lebih luas dan berkelanjutan. Artinya, CSR perusahaan telah menghasilkan dampak positif awal, tetapi belum mencapai tingkat dampak strategis yang diharapkan masyarakat. Oleh karena itu, penguatan program CSR perlu diarahkan pada model yang lebih partisipatif, merata, dan berorientasi pada pemberdayaan, sehingga dampaknya tidak hanya terasa dalam bentuk fasilitas fisik, tetapi juga dalam peningkatan kapasitas ekonomi dan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan (Nurozi & Sisdianto, 2024; Sidik et al., 2024; Octaviani et al., 2022).

## Harapan Masyarakat Terhadap Program CSR

Harapan masyarakat terhadap program Corporate Social Responsibility (CSR) PT PP Lonsum Tbk Rambung Sialang pada dasarnya menunjukkan keinginan agar program perusahaan tidak berhenti pada bantuan infrastruktur, tetapi berkembang ke arah yang lebih luas dan berkelanjutan. Masyarakat mengakui bahwa perbaikan jalan memberikan manfaat, namun mereka berharap perusahaan juga menghadirkan program yang lebih menyentuh kebutuhan ekonomi dan sosial warga. Salah seorang informan menyampaikan, *“Kalau harapan kami, CSR itu jangan hanya soal jalan saja, tapi juga ada bantuan untuk usaha masyarakat atau kegiatan yang bisa menambah penghasilan warga.”* Kutipan ini memperlihatkan bahwa masyarakat memandang CSR bukan sekadar bantuan sesaat, melainkan sebagai instrumen pemberdayaan yang seharusnya mampu meningkatkan kualitas hidup mereka secara lebih menyeluruh. Dalam konteks ini, harapan masyarakat selaras dengan konsep CSR yang menekankan penciptaan nilai sosial dan peningkatan kesejahteraan komunitas sekitar perusahaan (Nurozi & Sisdianto, 2024; Alfiana et al., 2023).

Selain berharap adanya variasi program, masyarakat juga menginginkan agar pelaksanaan CSR dilakukan secara lebih merata dan tepat sasaran. Mereka berharap manfaat program dapat dirasakan oleh lebih banyak warga, bukan hanya kelompok atau kebutuhan tertentu saja. Seorang informan masyarakat menuturkan, *“Kami berharap ke depannya bantuan dari perusahaan itu bisa lebih merata, supaya masyarakat merasa benar-benar diperhatikan.”* Harapan ini menunjukkan bahwa masyarakat sangat sensitif terhadap aspek keadilan distribusi dalam pelaksanaan CSR. Dari sudut pandang teori optimalisasi, pemerataan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu program, karena program yang baik tidak hanya efektif bagi sebagian pihak, tetapi juga mampu memberikan manfaat secara inklusif kepada masyarakat sasaran (Sari et al., 2023). Dengan demikian, harapan terhadap pemerataan mencerminkan tuntutan masyarakat agar perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya secara lebih adil dan substantif.

Masyarakat juga berharap agar perusahaan lebih proaktif dalam merancang dan melaksanakan program CSR, tanpa harus menunggu usulan dari pemerintah desa. Harapan ini muncul karena selama ini program dinilai cenderung berjalan setelah adanya permintaan, sehingga belum mencerminkan perencanaan yang sistematis dan berkelanjutan. Salah seorang aparatur desa menyatakan, *“Ke depan kami berharap perusahaan lebih aktif melihat kebutuhan masyarakat, jadi tidak harus selalu menunggu proposal dari desa.”* Pernyataan tersebut menandakan bahwa masyarakat menginginkan pola hubungan yang lebih partisipatif antara perusahaan, pemerintah desa, dan warga. Dalam teori komunikasi CSR, partisipasi dan dialog dua arah menjadi kunci agar program yang dijalankan benar-benar sesuai dengan kebutuhan lokal, sekaligus membangun kepercayaan dan hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat (Octaviani et al., 2022; Putri Audia Dewi et al., 2025). Harapan akan sikap proaktif perusahaan ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak ingin diposisikan hanya sebagai penerima bantuan, tetapi juga sebagai pihak yang layak dilibatkan dalam proses sosial perusahaan.

Harapan masyarakat terhadap program CSR PT PP Lonsum Tbk Rambung Sialang menunjukkan adanya tuntutan terhadap perubahan orientasi program, dari pola bantuan fisik yang terbatas menuju pola pemberdayaan yang partisipatif, merata, dan berkelanjutan. Harapan tersebut menjadi indikator bahwa masyarakat memiliki ekspektasi yang cukup tinggi terhadap peran sosial perusahaan di lingkungan sekitar. Dalam kerangka triple bottom line, perusahaan tidak cukup hanya menjaga keberlangsungan profit, tetapi juga perlu memperkuat kontribusinya terhadap masyarakat dan lingkungan secara seimbang (Sidik et al., 2024). Oleh karena itu, harapan masyarakat dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai bentuk evaluasi sosial yang penting bagi perusahaan untuk memperbaiki desain program CSR, sehingga pelaksanaannya tidak hanya menghasilkan manfaat jangka pendek, tetapi juga berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang.



## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT PP London Sumatra Indonesia Tbk Unit Rambung Sialang di Kabupaten Serdang Bedagai telah memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, terutama dalam bentuk perbaikan dan perataan jalan yang mendukung kelancaran mobilitas serta aktivitas sosial-ekonomi warga. Masyarakat pada umumnya memberikan respons positif terhadap keberadaan program tersebut karena dinilai membantu kebutuhan dasar di lingkungan desa, namun pada saat yang sama juga menyampaikan kritik bahwa pelaksanaan CSR masih terbatas, belum merata, belum berkelanjutan, dan belum sepenuhnya menjawab kebutuhan riil masyarakat. Dampak program masih lebih dominan pada aspek fisik dan belum berkembang secara optimal ke arah pemberdayaan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan jangka panjang. Selain itu, masyarakat berharap agar perusahaan lebih proaktif, partisipatif, dan terencana dalam merancang program CSR, sehingga pelaksanaannya tidak hanya bersifat reaktif terhadap usulan desa, tetapi benar-benar berbasis kebutuhan lokal. Dengan demikian, keberhasilan CSR dalam penelitian ini belum dapat dikatakan optimal, sehingga diperlukan penguatan program yang lebih beragam, inklusif, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfianda, M. A., Azheri, B., & Andora, H. (2023). Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (Corporate Social Responsibility) oleh PT. Transco Energi Utama Di Kabupaten Pesisir Selatan. *Unes Law Review*, 6(1), 1680-1694.
- Antika, B. R., Sulistiani, I., Azura, I., Safitri, I., Sabrina, N., & Antika, R. (2025). Optimalisasi Peran Bidang Kesekretariatan Pada Badan Pemeriksa Keuangan Perwakilan Provinsi NTB. *Kontribusi: Jurnal Pengembangan dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Apriyani, I., Wolor, C. W., & Marsofiyati, M. (2024). Analisis Implementasi Program Corporate Social Responsibility pada PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 548-558.
- Cristian G. (2024.). Tinjauan Yuridis Terhadap Perusahaan Yang Tidak Menjalankan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). *Jurnal Ilmu Hukum dan Politik* No 1, 10.20.
- Dwiyanti, N., Sazali, H., & Azhar, A. A. (2024). Examining Gender Empowerment During Unilever' S CSR activities: Social Communication Aspect *Jurnal Studi Komunikasi*, 8, 462-470.
- Harahap, N. (2020). Penelitian kualitatif.
- Humaira, J. (2023). Implementasi Program Corporate Social Responsibility Dalam Mendukung Pencapaian Sustainable Development Goals (Studi Kasus Pada Program Csr Pt Bio Farma Persero). *Jurnal Ilmu Sosial*, 3(3), 343-358. Implementasi CSR Corporate Sosial Responsibility P.
- Nurozi, K., & Sisdianto, E. (2024). Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat: Analisis dampak sosial dan ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(11), 301-315.
- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi komunikasi dalam corporate social responsibility perusahaan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial HUMANITAS*, 4(1), 21-33.
- Putri Andriana, C. (2024). Analisis Program CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Pengembangan Bisnis Masyarakat Di PT Angkasa Pura I Surabaya, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 13, Nomor 7, h. 1-15.
- Putri Audia Dewi, Rasyid, A., & Peranginangin, I. F. D. (2025). Analisis Humas PTPN IV PKS Tinjowan Dalam Mendukung Keberhasilan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kebutuhan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 3(2), 464-471.
- Rayon, S., Sudirman, L., & Nurlaily (2025). Optimalisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Sektor Perkebunan: Pendekatan Hukum dan Sosio Empiris. *Jurnal Of Judicial Review*, 27 (1), 253-276.



- Ronauly, I. E. (2024). Perkebunan Kelapa Sawit Indonesia yang Berkelanjutan. In *Syntax Admiration* (Vol. 5, Issue 12).
- Sari, A. I., Syaifuddin, M., & Andriani, T. (2023). Optimalisasi manajemen strategis prasarana pendidikan. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 814-822.
- Savitri, A. A., & Yuniningsih, Y. (2023). Optimalisasi Program CSR PT Petrokimia Gresik Pada Penyaluran Bantuan Masjid, Musala, Pondok Pesantren, Dan Panti Asuhan Untuk Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Perusahaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains dan Teknologi*, 2(2), 40-49.
- Sidik, A. D. W. M., Edwianto, E., Padilah, A., Hak, A., Gulo, M., Aghniya, G. I., ... & Agustin, Y. P. (2024). Empowering Communities through Enhancing Environmental Awareness: A Case Study of Cikelat Village, Sukabumi, West Java in Community Service Activities. *Journal of Innovation and Community Engagement*, 5(1), 18-34.
- Siregar, Z. A., Nasution, A. I. L., & Nasution, M. L. I. (2023). Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility pada PT. BPRS Puduarta Insani Berdasarkan Perspektif Maqashid Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisni*, 5(1), 428-442.
- Umboh, T. A., Dwijyanthi, P. T., Udayana, U., & Badung, K. (2025). Corporate Social Responsibility : Prespektif Hukum. *JMA: Jurnal Media Akademik*, 3(3).