



ANALISIS PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT PASANGKAYU DALAM MENDUKUNG INDONESIA KREATIF

**Muh Faldi¹, Nining Vitria², Norce Christanti Ta'ela³, Novitasari⁴, Nur Fadilla⁵,
Rian Rachdiat Maka⁶, Candra Abubakar⁷, Mastang⁸, Fikra⁹, Putri Chicianti Datu
Adam¹⁰, Rahmawati Halim¹¹, Askar Mayusa¹², Andi Maman¹³**

¹Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

²Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

³Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

⁴Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

⁵Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

⁶Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

⁷Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

⁸Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

⁹Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

¹⁰Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

¹¹Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

¹²Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

¹³Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Jl. Soekarno Hatta, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Indonesia, 94119

Penulis Korespondensi: mayusaaskar@gmail.com

Abstract. *This study examines the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) programs by PT Pasangkayu in supporting the development of the creative economy in West Sulawesi. The research background is rooted in Indonesia's national vision, Asta Cita, which positions the creative economy as a pillar of inclusive and sustainable development. The objective of this study is to analyze the contribution of Astra Kreatif programs to local community empowerment, particularly in enhancing economic independence and strengthening social solidarity. A qualitative descriptive approach was employed, using Focus Group Discussions (FGD) with company employees to explore perceptions, experiences, challenges, and socio-economic impacts of the CSR initiatives. The findings reveal that Astra Kreatif successfully strengthened the capacity of palm oil farmer groups, created diversified non-palm businesses (catfish farming, chili cultivation, poultry, and mushroom production), and fostered the growth of local MSMEs. These initiatives directly benefited 475 households across four target villages, generating new employment opportunities, increasing household income, and empowering women and youth in village-based economies. The implications highlight that creativity-driven CSR is not merely a corporate obligation but*

also a catalyst for inclusive and sustainable rural economic development, aligning with the broader vision of Indonesia Kreatif.

Keywords: *Astra Kreatif; CSR; creative economy; community empowerment; PT Pasangkayu*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pasangkayu dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di wilayah pesisir Sulawesi Barat. Latar belakang penelitian berangkat dari komitmen nasional melalui visi Asta Cita Presiden Prabowo Subianto yang menempatkan ekonomi kreatif sebagai pilar pembangunan inklusif dan berkelanjutan. Tujuan penelitian adalah menganalisis kontribusi program Astra Kreatif terhadap pemberdayaan masyarakat desa ring satu perusahaan, khususnya dalam meningkatkan kemandirian ekonomi dan memperkuat solidaritas sosial. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan pegawai perusahaan untuk menggali persepsi, pengalaman, serta dampak sosial-ekonomi program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Astra Kreatif berhasil memperkuat kapasitas kelompok tani sawit, menciptakan diversifikasi usaha non-sawit (budidaya ikan lele, cabe, ayam petelur, dan jamur), serta mendorong pembinaan UMKM berbasis potensi lokal. Program ini memberikan manfaat langsung bagi 475 kepala keluarga di empat desa sasaran utama, membuka peluang kerja baru, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat peran perempuan serta pemuda dalam ekonomi desa. Implikasi penelitian menegaskan bahwa CSR berbasis kreativitas tidak hanya menjadi instrumen tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga motor penggerak pembangunan ekonomi desa yang inklusif, berkelanjutan, dan sejalan dengan visi Indonesia Kreatif.

Kata kunci: Astra Kreatif; CSR; ekonomi kreatif; pemberdayaan masyarakat; PT Pasangkayu

LATAR BELAKANG

Indonesia tengah menapaki babak baru dalam perjalanan pembangunan ekonomi. Di bawah visi besar Presiden Prabowo Subianto yang tertuang dalam Asta Cita, ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Melalui berbagai kebijakan strategis, pemerintah berkomitmen untuk memperkuat industri kreatif guna menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global. Komitmen ini semakin diperkuat dengan kelembagaan khusus, di mana Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menyelenggarakan fungsi perumusan dan penetapan kebijakan teknis di bidang pengembangan strategis ekonomi kreatif, kreativitas budaya dan desain, kreativitas digital dan teknologi, serta kreativitas media.

Salah satu contoh konkret dapat ditemukan pada PT Pasangkayu, anak usaha PT Astra Agro Lestari Tbk yang beroperasi di Kabupaten Pasangkayu, Sulawesi Barat. PT Astra Agro Lestari Tbk hadir di Pasangkayu menjadi perusahaan yang memiliki peran besar dalam pengembangan wilayah pesisir tersebut, hadir dengan semangat dan misi untuk ikut mensejahterakan bangsa, khususnya masyarakat di sekitar area operasional. Lebih dari sekadar perusahaan perkebunan sawit, PT Pasangkayu telah menjadikan kreativitas dan inovasi sebagai landasan dalam program-program sosial

kemasyarakatannya. Program CSR PT Pasangkayu merupakan bagian dari program Astra Kreatif bagi pelaku kewirausahaan dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di ring satu perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan praktik bisnis yang menekankan pada pengelolaan operasional secara bertanggung jawab dan berkelanjutan, dengan tujuan menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Konsep ini dipandang sebagai bentuk regulasi diri perusahaan, di mana pelaku usaha berupaya mengurangi dampak negatif misalnya jejak karbon serta meningkatkan kontribusi sosial dan lingkungan demi kesejahteraan para pemangku kepentingan.

Di Indonesia, CSR dikenal secara hukum sebagai *Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan* (TJSL). Praktiknya telah berkembang dari sekadar inisiatif sukarela menjadi kewajiban hukum, khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam. Prinsip utama CSR sering dikaitkan dengan konsep *Triple Bottom Line*, yaitu keseimbangan antara keuntungan (*Profit*), kepentingan manusia (*People*), dan kelestarian lingkungan (*Planet*). Bentuk inisiatif CSR dapat berupa filantropi perusahaan, kegiatan sukarela komunitas, praktik bisnis yang etis, hingga kampanye aktivisme yang didukung perusahaan. Kerangka hukum di Indonesia telah menetapkan kewajiban perusahaan dalam melaksanakan program CSR secara tegas melalui berbagai regulasi. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 74, mengharuskan setiap perusahaan yang aktivitasnya berkaitan dengan sumber daya alam atau berpotensi menimbulkan dampak lingkungan untuk menjalankan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Ketentuan ini diperkuat oleh Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012, yang dalam Pasal 3 menegaskan bahwa TJSL wajib diterapkan baik di dalam maupun di luar wilayah operasional perusahaan, serta harus dicantumkan dalam laporan tahunan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS. Selain itu, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup melalui Pasal 68 mewajibkan pelaku usaha menjaga keberlanjutan fungsi lingkungan hidup serta mematuhi standar mutu lingkungan. Dukungan regulasi juga datang dari Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang dalam Pasal 15 huruf b

menekankan kewajiban penanam modal untuk membangun hubungan yang harmonis dengan lingkungan dan budaya masyarakat setempat. Keseluruhan aturan ini menjadi landasan hukum yang mengikat bagi seluruh perusahaan, termasuk PT Pasangkayu, dalam menjalankan program lingkungan di wilayah operasionalnya.

Dalam hal ini, Tim CSR PT Pasangkayu telah melakukan berbagai pemberdayaan ekonomi termasuk pembinaan terhadap kelompok-kelompok usaha lokal. Kreativitas di lingkungan PT Pasangkayu juga termanifestasi dalam inovasi internal perusahaan. Karyawan PT Pasangkayu menyatakan bahwa penghargaan yang diraih dalam forum nasional menjadi penyemangat untuk terus kreatif dan menemukan inovasi-inovasi baru, sebuah semangat yang sejalan dengan filosofi Indonesia Kreatif yang mendorong kolaborasi lintas aktor dari perusahaan besar hingga komunitas lokal. Selain itu, di tingkat wilayah Pasangkayu sendiri, semangat kreativitas tumbuh dari bawah. Program "Sawit untuk Perempuan Berdaya" di Pasangkayu menghadirkan pelatihan pembuatan produk UMKM berbasis kelapa sawit seperti lidi ekspor, snack umbut sawit, dan produk fresh care, memperkuat peran perempuan dalam ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Sementara di sisi pengembangan sumber daya manusia, gerakan cetak generasi muda menjadi *creativepreneur* unggul di Pasangkayu juga terus digerakkan, dengan pelatihan yang menyentuh berbagai aspek teknis bernilai ekonomi tinggi seperti otomotif, seni pangkas rambut, hingga strategi pemasaran kontemporer melalui affiliate marketing, sebagai bagian dari persiapan menghadapi Indonesia Emas 2045.

Namun dalam praktiknya Implementasi program CSR PT Pasangkayu dalam mendukung Indonesia Kreatif tidak selalu berjalan mulus. Hal ini terkadang menimbulkan pertanyaan terkait sejauh mana program tersebut memberikan manfaat nyata bagi lingkungan dan masyarakat desa ring satu.. Berdasarkan uraian di atas, jurnal ini mengkaji sejauh mana program Astra Kreatif berkontribusi pada pengembangan ekonomi kreatif lokal serta bagaimana inovasi karyawan dan program CSR berbasis kreativitas di PT Pasangkayu membentuk model pemberdayaan berkelanjutan sekaligus memperkaya diskursus Indonesia Kreatif secara lebih luas. Dengan demikian, jurnal ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru bahwa Indonesia Kreatif bukan hanya milik kota-kota besar dan industri digital, tetapi juga tumbuh dari akar daerah dari

perkebunan sawit di pesisir Sulawesi Barat, dari semangat inovatif para pekerja yang terus berkarya di garis terdepan pembangunan.

KAJIAN TEORITIS

Dalam buku kebijakan CSR, Mary Ismowati (2024) menjelaskan CSR sebagai kebijakan dan praktik perusahaan yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan, sekaligus mendukung keberlangsungan usaha. Menurut Bowen (1953) Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab para pelaku usaha untuk menetapkan kebijakan, mengambil keputusan, serta melakukan tindakan yang selaras dengan tujuan dan nilai-nilai yang diakui oleh masyarakat. Sedangkan menurut Yusuf Wibowo (2007) Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen berkesinambungan perusahaan untuk berperilaku secara etis, mendukung pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kesejahteraan karyawan beserta keluarganya, komunitas sekitar, dan masyarakat secara luas.

Berdasarkan Penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dipahami sebagai tanggung jawab berkelanjutan perusahaan untuk menjalankan kebijakan dan praktik yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai masyarakat, berlandaskan etika bisnis, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Dalam hal ini, CSR mencakup kepedulian terhadap karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, masyarakat luas, serta lingkungan hidup. Tujuannya adalah menciptakan keseimbangan antara keberlangsungan usaha dengan keberlanjutan sosial dan ekologis. Dengan kata lain, CSR adalah komitmen moral dan strategis perusahaan untuk memastikan bahwa setiap kebijakan, keputusan, dan tindakan bisnis mendukung keberlanjutan usaha sekaligus memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui *Focus Group Discussion* (FGD). Menurut Irwanto (1998), *Focus Group Discussion* (FGD) adalah teknik wawancara kelompok yang digunakan untuk menggali informasi mengenai suatu masalah tertentu dengan melibatkan peserta yang relatif homogen. Dengan kata lain, menurut Irwanto, FGD adalah metode yang

efektif untuk menggali persepsi dan pengalaman kelompok secara mendalam melalui diskusi terarah, sehingga sangat relevan digunakan dalam penelitian kualitatif yang menekankan pemahaman konteks sosial. FGD dilaksanakan kepada pihak Perusahaan selaku Pelaksana program CSR Astra Kreatif di PT Pasangkayu. Setiap FGD melibatkan tiga pegawai dengan panduan pertanyaan terbuka yang diarahkan pada persepsi, pengalaman, kendala, dan dampak sosial-ekonomi program. Data hasil diskusi dianalisis secara tematik untuk menemukan pola dan makna yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pilar Astra Kreatif merupakan Corporate Social Responsibility (CSR) yang berfokus pada penguatan ekonomi masyarakat melalui pembinaan kelompok tani, diversifikasi usaha, pemberdayaan UMKM, serta pelatihan keterampilan. Program ini dirancang untuk meningkatkan kemandirian warga desa melalui pembinaan usaha berbasis sawit maupun non-sawit, serta pengembangan UMKM. Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif, sehingga masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga ikut terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan. Secara garis besar, pilar Astra Kreatif mencakup:

A. Program Pembinaan Kelompok Tani Sawit

Program pembinaan kelompok tani sawit merupakan salah satu bentuk nyata komitmen PT Pasangkayu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar perkebunan. Sawit menjadi komoditas utama di wilayah ini, sehingga perusahaan melihat pentingnya membangun kapasitas petani agar mampu mengelola kebun secara lebih produktif dan berkelanjutan. Melalui program ini, perusahaan memberikan pelatihan teknis budidaya sawit, mulai dari pemilihan bibit unggul, teknik pemupukan, hingga pengendalian hama. Selain itu, kelompok tani juga didampingi dalam hal manajemen organisasi, sehingga mereka dapat mengelola usaha bersama secara lebih terarah. Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif, di mana masyarakat dilibatkan sejak tahap perencanaan hingga evaluasi, sehingga program benar-benar sesuai dengan kebutuhan lokal.

Tujuan dari program ini bukan hanya meningkatkan hasil panen, tetapi juga membangun kemandirian ekonomi desa. Dengan adanya pembinaan, kelompok tani sawit

diharapkan mampu menjadi motor penggerak ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat solidaritas sosial. Desa yang terlibat dalam program ini antara lain Gunung Sari, Pakawa, Ako, Ngovi, serta Martajaya dan Pasangkayu.

Dampak sosial dari program ini sangat besar karena sawit merupakan komoditas utama di wilayah Pasangkayu. Dengan adanya pembinaan, petani sawit tidak hanya memperoleh pengetahuan teknis tentang budidaya, tetapi juga belajar mengelola kelompok secara lebih terorganisir. Hal ini menciptakan solidaritas sosial antarpetani, memperkuat rasa kebersamaan, dan mengurangi kesenjangan antara petani kecil dengan perusahaan. Selain itu, peningkatan produktivitas sawit berdampak langsung pada pendapatan keluarga, sehingga mampu mengurangi angka kemiskinan di desa. Program ini juga mendorong lahirnya generasi muda yang lebih terampil dalam mengelola kebun, sehingga keberlanjutan ekonomi desa dapat terjaga. Dengan keterlibatan aktif masyarakat, perusahaan memperoleh legitimasi sosial yang memperkuat hubungan harmonis dengan komunitas lokal.

B. Program Pembinaan Kelompok Usaha Non Sawit

Program CSR Astra Kreatif pada program pembinaan kelompok usaha non sawit di PT Pasangkayu merupakan bagian penting dari strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat yang bertujuan untuk menciptakan diversifikasi sumber pendapatan di luar komoditas kelapa sawit. Program ini lahir dari kesadaran bahwa ketergantungan tunggal pada sawit dapat menimbulkan kerentanan ekonomi, sehingga masyarakat perlu diberdayakan melalui usaha alternatif yang lebih beragam dan berkelanjutan. Pembinaan kelompok usaha non sawit mencakup berbagai bidang seperti budidaya ikan lele, hortikultura (cabe), peternakan ayam petelur, serta budidaya jamur.

1. Budidaya Ikan Lele

Program budidaya ikan lele dikembangkan sebagai alternatif usaha bagi masyarakat yang tidak memiliki lahan luas untuk sawit. Ikan lele dipilih karena mudah dibudidayakan, memiliki siklus panen cepat, dan permintaan pasar yang tinggi. Melalui program ini, masyarakat dilatih cara membuat kolam, memberi pakan, menjaga kualitas air, hingga mengelola panen agar hasilnya maksimal.

Selain memberikan tambahan penghasilan, usaha ini juga mendukung ketahanan pangan lokal dengan menyediakan sumber protein yang terjangkau.

2. Budidaya Holtikultura (Cabe)

Budidaya cabe menjadi salah satu usaha non-sawit yang bernilai ekonomi tinggi. Program ini membantu masyarakat memanfaatkan lahan pekarangan atau lahan kecil dengan teknik pertanian sederhana namun produktif. Melalui pendampingan, masyarakat diajarkan cara memilih bibit unggul, teknik pemupukan, serta pengendalian hama. Hasil panen cabe tidak hanya untuk konsumsi rumah tangga, tetapi juga dijual ke pasar lokal sehingga meningkatkan pendapatan keluarga.

3. Budidaya Peternakan Ayam Petelur

Program ini memberikan peluang usaha berkelanjutan dengan hasil berupa telur yang bisa dijual maupun dikonsumsi sendiri. Melalui pelatihan, masyarakat diajarkan cara merawat ayam, menjaga kesehatan ternak, serta mengelola kandang dengan baik. Dengan adanya usaha ini, masyarakat memperoleh tambahan penghasilan sekaligus mendukung kebutuhan gizi keluarga. Selain itu, usaha ayam petelur juga membuka peluang UMKM berbasis olahan telur.

4. Budidaya Jamur

Budidaya jamur menjadi inovasi usaha non-sawit yang kreatif karena memanfaatkan bahan lokal dengan teknik sederhana. Program ini memberikan pelatihan mengenai cara membuat media tanam, menjaga kelembaban, serta memanen jamur dengan kualitas baik. Selain bernilai ekonomi, usaha jamur juga membuka peluang UMKM kuliner berbasis olahan jamur. Dengan demikian, tidak hanya memperoleh tambahan penghasilan, tetapi juga mampu menciptakan produk pangan baru yang memiliki nilai jual tinggi.

C. Pembinaan UMKM

Selain kelompok tani sawit dan usaha non-sawit, Astra Kreatif juga berfokus pada pembinaan UMKM. Program ini mencakup pendanaan, pelatihan kewirausahaan, serta pendampingan manajemen usaha. UMKM binaan diarahkan untuk menghasilkan produk unggulan lokal, seperti kerajinan tangan, olahan makanan, maupun produk berbasis hasil pertanian. Tujuan dari pembinaan UMKM adalah menciptakan ekonomi mandiri berbasis desa, sehingga masyarakat tidak hanya bergantung pada sektor perkebunan. Dengan adanya UMKM, peluang kerja baru terbuka, daya saing produk lokal meningkat, dan masyarakat memiliki akses lebih luas terhadap pasar. Program ini juga mendorong masyarakat untuk berinovasi, memanfaatkan potensi lokal, serta membangun jejaring usaha yang lebih kuat.

Dampak sosial dari pembinaan UMKM adalah terciptanya ekonomi mandiri berbasis desa. Dengan adanya UMKM, masyarakat tidak hanya bergantung pada sektor perkebunan, tetapi juga memiliki usaha lain yang lebih beragam. Program ini membuka peluang kerja baru, meningkatkan daya saing produk lokal, dan memperluas akses masyarakat terhadap pasar. Selain itu, pembinaan UMKM memperkuat peran perempuan dan pemuda dalam ekonomi desa. Banyak UMKM yang dikelola oleh kelompok wanita atau anak muda, sehingga mereka memiliki kesempatan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi lokal. Program ini juga mendorong terciptanya jejaring sosial dan kolaborasi antar pelaku usaha, sehingga masyarakat lebih solid dalam menghadapi tantangan ekonomi. Secara keseluruhan, inisiatif Astra Kreatif ini telah memberikan dampak nyata pada 4 desa sasaran utama (Gunungsari, Martajaya, Ako, dan Pakawa). Program ini mencakup 7 bidang utama (pertanian, peternakan, perikanan, olahan makanan, budidaya, UMKM, dan kerajinan) yang secara kumulatif telah memberikan manfaat ekonomi langsung kepada sedikitnya 475 Kepala Keluarga (KK).

KESIMPULAN DAN SARAN

Program Astra Kreatif CSR PT Pasangkayu telah berhasil memperkuat ekonomi masyarakat desa melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan warga sejak perencanaan hingga pelaksanaan. Melalui pembinaan kelompok tani sawit, petani memperoleh keterampilan teknis dan manajerial yang meningkatkan produktivitas serta

pendapatan keluarga, sekaligus memperkuat solidaritas sosial. Usaha non-sawit seperti budidaya ikan lele, cabe, ayam petelur, dan jamur membuka peluang diversifikasi ekonomi, mengurangi ketergantungan pada sawit, serta mendukung ketahanan pangan lokal. Sementara itu, pembinaan UMKM mendorong inovasi produk unggulan desa, membuka lapangan kerja baru, dan memperkuat peran perempuan serta pemuda dalam ekonomi lokal.

Secara keseluruhan, program ini telah memberi manfaat langsung bagi 475 KK di empat desa sasaran utama, menciptakan ekonomi mandiri berbasis desa, memperluas akses pasar, dan memperkuat hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat. Dengan demikian, Astra Kreatif menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi desa yang inklusif dan berkelanjutan.

Program CSR Astra Kreatif PT Pasangkayu perlu terus memperkuat kelompok tani sawit agar produktivitas dan solidaritas sosial terjaga. Kemudian Diversifikasi usaha non-sawit seperti lele, cabe, ayam, dan jamur juga harus diperluas untuk mengurangi ketergantungan ekonomi. Selain itu, UMKM lokal perlu didukung dengan akses modal dan pemasaran digital agar produk desa lebih kompetitif.

DAFTAR REFERENSI

- Astra Agro Lestari. (2024, Mei 15). Pasangkayu, sentra sawit Sulawesi Barat kian bergeliat. Astra Agro Lestari. <https://www.astra-agro.co.id/2024/05/15/pasangkayu-sentra-sawit-sulawesi-barat-kian-bergeliat>
- Astra Agro Lestari. (2024, November 5). CSR Astra Kreatif, PT Pasangkayu dampingi kelompok ternak ayam petelur Desa Ako. Astra Agro Lestari. <https://www.astra-agro.co.id/2024/11/05/csr-astra-kreatif-pt-pasangkayu-dampingi-kelompok-ternak-ayam-petelur-desa-ako>
- Astra Agro Lestari. (2025, September 3). Kontribusi Astra Agro dalam pembangunan sosial dan ekonomi Kabupaten Pasangkayu. Astra Agro Lestari. <https://www.astra-agro.co.id/2025/09/03/kontribusi-astra-agro-dalam-pembangunan-sosial-dan-ekonomi-kabupaten-pasangkayu>
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Harper & Row.
- Irwanto. (1998). *Focus group discussion: Sebuah pengantar*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Ismowati, M., Badruddin, S., & Yahya, A. (2024). *Kebijakan CSR: Membangun masyarakat yang berkelanjutan*. Zahir Publishing.

*ANALISIS PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PT PASANGKAYU DALAM Mendukung Indonesia Kreatif*

- Kabar Pasangkayu. (2024, Juli 18). *Komitmen PT Pasangkayu tingkatkan inovasi ekonomi masyarakat melalui CSR, pemberdayaan perikanan dan holtikultura*. Kabar Pasangkayu. <https://kabar-pasangkayu.com/2024/07/18/komitmen-pt-pasangkayu-csr>.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 89.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 140.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah konsep & aplikasi CSR: Corporate social responsibility*. Fascho Publishing.