



Analisis Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* pada PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero)

Ina Apriyani

Universitas Negeri Jakarta

Christian Wiradendi Wolor

Universitas Negeri Jakarta

Marsofiyati

Universitas Negeri Jakarta

Alamat: Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220.

Korespondensi penulis: inaapryn21@gmail.com

Abstrak: *This study aims to analyze the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) Program at PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero), by highlighting the activities undertaken, the impact on society, and the challenges faced. A qualitative-descriptive approach was used through a case study, involving interviews with CSR employees, observation, documentation, and data analysis. The results show that PT BKI's CSR programs include community development, education, health, and environmental preservation, which significantly improve the company's image and provide positive benefits to the community. However, implementation faces obstacles such as budget limitations and changes in regulations. The findings provide guidance for other companies to design effective and sustainable CSR programs by involving stakeholders at all stages of implementation.*

Keywords: *corporate social responsibility (CSR); implementation; impact; challenges*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero), dengan menyoroti kegiatan yang dilakukan, dampaknya terhadap masyarakat, dan tantangan yang dihadapi. Pendekatan kualitatif-deskriptif digunakan melalui studi kasus, melibatkan wawancara dengan karyawan TJSL, observasi, dokumentasi, dan analisis data. Hasilnya menunjukkan bahwa program CSR PT BKI meliputi pengembangan masyarakat, pendidikan, kesehatan, serta pelestarian lingkungan, yang secara signifikan meningkatkan citra perusahaan dan memberikan manfaat positif bagi komunitas. Meski demikian, implementasi menghadapi kendala seperti keterbatasan anggaran dan perubahan regulasi. Temuan ini memberikan panduan bagi perusahaan lain untuk merancang program CSR yang efektif dan berkelanjutan dengan melibatkan pemangku kepentingan di semua tahap implementasi.

Kata Kunci: *corporate social responsibility (CSR); implementasi; dampak; tantangan*

PENDAHULUAN

Perusahaan dihadapkan pada persaingan ekonomi yang semakin ketat, sehingga penting bagi mereka untuk mengembangkan keunggulan bersaing yang tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar. Untuk itu, penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi kunci dalam membangun citra positif perusahaan, meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan memenuhi harapan berbagai pihak, termasuk masyarakat dan pemerintah. CSR merupakan upaya perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Imbron & Ibrahim, 2021).

Namun, pelaksanaan CSR sering menghadapi sejumlah tantangan, seperti kesadaran masyarakat yang rendah terhadap isu-isu lingkungan serta keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, terutama bagi yang memiliki anggaran terbatas. Selain itu, perubahan

regulasi yang cepat dan kesalahpahaman dalam pemahaman CSR di kalangan karyawan dan pemangku kepentingan lainnya juga menjadi hambatan dalam efektivitas program ini. CSR memerlukan investasi besar, baik dari segi finansial, sumber daya manusia, maupun waktu, yang sering kali menyulitkan perusahaan dalam pencapaian hasil yang optimal (Syairozi, 2019).

Program CSR di Badan Usaha Milik Negara (BUMN), seperti yang diatur dalam Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-1/MBU/03/2023, memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan operasional perusahaan. Program tersebut berfokus pada kemitraan dengan koperasi dan sektor swasta untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang saling mendukung. Keikutsertaan dalam program CSR juga meningkatkan kesadaran publik tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan tanggung jawab sosial (Vyon & Djuwita, 2020).

Penelitian ini berfokus pada PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero), sebuah perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang klasifikasi kapal niaga. PT BKI memiliki program CSR yang bertujuan untuk mendukung masyarakat sekitar, khususnya dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan ekonomi. Program CSR yang dijalankan oleh PT BKI juga mengutamakan keberlanjutan lingkungan dengan inisiatif seperti pengurangan limbah, penggunaan energi terbarukan, dan penghijauan (Endah et al., 2021).

Hasil pra-riset yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 20 pegawai PT BKI menunjukkan bahwa sebanyak 50% responden merasa anggaran CSR belum mencukupi untuk mendukung implementasi program secara berkelanjutan. Selain itu, 70% responden menyatakan bahwa perubahan regulasi pemerintah menjadi kendala utama dalam pelaksanaan program CSR. Temuan ini menegaskan pentingnya perencanaan yang matang dan alokasi sumber daya yang memadai agar program CSR dapat berjalan efektif dan memberikan dampak positif bagi masyarakat serta lingkungan (Data diolah oleh peneliti, 2024).

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa program CSR PT BKI berjalan efektif dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan melindungi lingkungan. Namun, kendala seperti alokasi anggaran yang terbatas dan perubahan regulasi yang cepat menjadi tantangan utama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam mengenai implementasi CSR di PT BKI, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi perusahaan lain dalam mengelola program CSR yang lebih efektif dan berkelanjutan (Oktina et al., 2020).

KAJIAN TEORI

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah strategi yang efektif bagi perusahaan untuk meningkatkan reputasi melalui praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan, yang semakin penting seiring meningkatnya harapan masyarakat terhadap kualitas produk dan layanan perusahaan (Endah et al., 2021). CSR mencerminkan komitmen perusahaan untuk menjalankan praktik bisnis yang etis, berkontribusi pada pembangunan ekonomi, dan meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat secara luas (Yusuf et al., 2019). Selain itu, CSR juga mencakup kewajiban perusahaan terhadap masyarakat, yang melibatkan aspek ekonomi, etika, dan kepatuhan hukum, serta berkontribusi melalui donasi atau partisipasi aktif dalam pengembangan infrastruktur publik (Cahya et al., 2022; Nayenggita et al., 2019). Implementasi CSR terbagi menjadi dua jenis program, yaitu internal yang ditujukan kepada individu dalam organisasi, dan eksternal yang melibatkan masyarakat luas serta pemangku kepentingan lainnya (Lestari & Hernawati, 2022). CSR bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara keuntungan perusahaan dan kontribusi sosial, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang (Undang-Undang No. 40 Tahun 2007).

Prinsip-prinsip CSR meliputi akuntabilitas, transparansi, dan keberlanjutan. Akuntabilitas mengacu pada kemampuan pihak terkait untuk memahami dan mengukur dampak CSR secara objektif, sementara transparansi berfungsi untuk memastikan informasi yang relevan disampaikan dengan jelas kepada publik (Ghoni et al., 2020). Keberlanjutan menjadi kunci keberhasilan jangka panjang dengan memperhatikan dampak terhadap masyarakat, lingkungan, dan budaya perusahaan yang mendukung kelangsungan program CSR (Ghoni et al., 2020). Manfaat CSR sangat luas, tidak hanya bagi perusahaan dalam membangun reputasi dan menciptakan peluang bisnis, tetapi juga bagi masyarakat dengan memperbaiki kualitas hidup melalui pelatihan dan akses terhadap infrastruktur publik (Syairozi, 2019; Vyona & Djuwita, 2020).

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dibagi dalam beberapa jenis, seperti tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, filantropi, dan inisiatif lingkungan. Setiap jenis CSR memiliki fokus yang berbeda, seperti menciptakan produk yang bermanfaat (*economic responsibility*), beroperasi sesuai hukum (*legal responsibility*), atau mendukung inisiatif sosial (*philanthropic responsibility*) (Kholis, 2020). Perusahaan juga dapat mengadopsi tipe CSR yang lebih terintegrasi, yang menggabungkan tanggung jawab sosial dengan keuntungan bisnis melalui pendekatan yang holistik (Kholis, 2020).

Implementasi CSR sendiri melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan pelaporan yang sangat penting untuk menjamin kelancaran dan keberhasilan program tersebut. Dalam tahap perencanaan, perusahaan harus meningkatkan kesadaran dan menyusun panduan CSR yang jelas, sedangkan pada tahap pelaksanaan, penting untuk mengelola sumber daya secara efisien dan memastikan keterlibatan semua pihak terkait (Bastomi et al., 2023). Tahap pemantauan dan evaluasi berfungsi untuk menilai efektivitas program, sedangkan pelaporan memastikan bahwa informasi yang diberikan bersifat transparan dan dapat dipertanggungjawabkan (Wibisono, 2007). Indikator pelaporan CSR yang digunakan, seperti yang disarankan oleh Global Reporting Initiative (GRI), fokus pada tiga dimensi utama: *People* (manusia), *Planet* (lingkungan), dan *Profit* (keuntungan), yang mendukung keberlanjutan operasional dan mengurangi dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan (Cheng & Christiawan, 2011). Dengan pendekatan ini, perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memberikan kontribusi sosial dan lingkungan yang signifikan, menciptakan manfaat jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan.

Penelitian ini memberikan kebaharuan dengan menganalisis implementasi CSR di PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero), fokus pada ekonomi hijau dan keberlanjutan, serta tantangan seperti anggaran terbatas dan perubahan regulasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menekankan pentingnya keterlibatan berbagai pemangku kepentingan untuk memastikan keberlanjutan dan dampak positif CSR bagi masyarakat sekitar (Afriani et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan selama enam minggu, mulai dari bulan September 2024 hingga bulan Oktober 2024, dengan fokus pada observasi di PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero), yang merupakan perusahaan induk BUMN Jasa Survei dan badan klasifikasi peringkat keempat di Asia setelah Jepang, China, dan Korea. PT BKI adalah satu-satunya badan klasifikasi nasional yang bertanggung jawab atas klasifikasi kapal niaga Republik Indonesia, dengan penilaian teknis pada konstruksi lambung, mesin, dan kelistrikan kapal untuk menentukan kelayakannya berlayar.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif, serta menerapkan metode studi kasus sebagai pendekatan utama, yang memungkinkan peneliti untuk

menggali informasi secara mendalam dari individu, kelompok, atau organisasi dalam periode tertentu (Abdussamad, 2021). Teknik pemilihan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, di mana partisipan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, dengan fokus pada empat karyawan yang bekerja di Divisi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) karena keterkaitannya langsung dengan program CSR perusahaan. Kriteria relevan yang digunakan dalam pemilihan partisipan mencakup jabatan, pengalaman kerja, serta pemahaman tentang kebijakan dan implementasi CSR di PT BKI (M.R. Fadli, 2021).

Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu memverifikasi data yang diperoleh dari berbagai sumber melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menguji kesesuaian data (Hayoko, Bachtiar, dan Arwadi, 2020). Metode penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara rinci dan terstruktur, seperti yang dijelaskan oleh Jayusman & Shavab (2020), serta untuk memberikan deskripsi yang komprehensif mengenai kondisi yang ada.

Tahapan analisis data dalam penelitian ini mengikuti prosedur yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman, yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Putria et al., 2020). Pada tahap pengumpulan data, informasi diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Setelah itu, data direduksi dengan menyaring informasi penting untuk memudahkan pemahaman dan pengumpulan data lebih lanjut. Data yang telah disaring kemudian disajikan dalam bentuk teks yang terstruktur untuk memudahkan penarikan kesimpulan yang tepat, yang akhirnya diverifikasi dan dianalisis dengan hati-hati untuk memastikan akurasi dan relevansinya dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero) dilakukan dengan memprioritaskan kebutuhan sosial dan lingkungan yang mendesak. Langkah pertama dalam implementasi adalah melakukan pemetaan sosial (*social mapping*) untuk mengidentifikasi masalah-masalah sosial yang perlu segera diatasi, serta menyusun program yang tepat sasaran. PT BKI melibatkan berbagai pihak dalam proses ini, seperti pemerintah daerah, kementerian terkait, LSM, dan akademisi, guna memastikan bahwa program yang dirancang benar-benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pendekatan ini mengacu pada ISO 26000 dan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-1/MBU/03/2023, yang memberikan panduan dalam merancang program CSR yang berkelanjutan dan terukur. Keterlibatan pemangku kepentingan sangat penting untuk menciptakan program yang dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan (Wicaksono, 2021).

Hasil wawancara dengan partisipan menunjukkan bahwa PT BKI sangat memperhatikan kebutuhan lokal dalam menyusun program CSR mereka. Partisipan A menyatakan bahwa perusahaan melakukan pemetaan sosial dan bekerja sama dengan berbagai pihak terkait, termasuk pemerintah setempat dan NGO, untuk mengidentifikasi isu-isu sosial yang memerlukan perhatian segera. Partisipan B menambahkan bahwa salah satu fokus utama dalam implementasi CSR adalah pengembangan masyarakat, dengan berbagai proyek yang mendukung pendidikan, kesehatan, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar. Dengan melibatkan berbagai pihak, program CSR yang dijalankan PT BKI diharapkan bisa memberikan manfaat yang maksimal bagi komunitas lokal.

Sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (*SDGs*), PT BKI menjalankan berbagai program CSR yang meliputi pengembangan masyarakat, pendidikan, kesehatan, dan pelestarian lingkungan. Program-program ini tidak hanya berfokus pada masalah sosial, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi dan pengelolaan lingkungan. Misalnya, PT BKI terlibat dalam proyek-proyek yang mendukung pendidikan dan kesehatan, seperti pemberian beasiswa, pelatihan keterampilan, serta penyuluhan kesehatan kepada masyarakat lokal. Selain itu, perusahaan juga melaksanakan program penghijauan dan pengurangan limbah, dengan tujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan mendorong penggunaan energi terbarukan. Karyawan PT BKI juga dilibatkan dalam kegiatan sukarela dan donasi, yang tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat, tetapi juga meningkatkan rasa tanggung jawab sosial karyawan terhadap lingkungan dan komunitas (Pratama et al., 2022).

Partisipan C dan D menyatakan bahwa kegiatan CSR PT BKI sangat terstruktur dan mencakup berbagai aspek penting, baik itu pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, maupun pelestarian lingkungan. Program-program yang dijalankan perusahaan selalu melibatkan masyarakat setempat dalam perencanaan dan pelaksanaan, sehingga dapat memastikan bahwa program tersebut benar-benar sesuai dengan kebutuhan lokal. Salah satu metode yang digunakan untuk memonitor hasil dari program CSR adalah dengan melakukan survei dan pengukuran dampak menggunakan SROI (*Social Return on Investment*). Hal ini memungkinkan PT BKI untuk mengukur dampak sosial yang dihasilkan secara kuantitatif dan memastikan bahwa program CSR yang dijalankan memberi hasil yang dapat dirasakan oleh masyarakat.

Untuk memastikan keberhasilan dan efektivitas program CSR, PT BKI menggunakan metodologi yang terstruktur dalam proses monitoring dan evaluasi, salah satunya adalah pengukuran Social Return on Investment (SROI). Pendekatan ini memungkinkan PT BKI untuk mengukur dampak sosial yang dihasilkan oleh program-program CSR secara kuantitatif. Dengan menggunakan SROI, perusahaan dapat mengevaluasi sejauh mana investasi sosial yang dilakukan menghasilkan manfaat yang dapat diukur dan dirasakan oleh masyarakat. Hal ini juga membantu perusahaan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan memastikan bahwa sumber daya yang dialokasikan dapat memberikan dampak yang maksimal. Pengukuran SROI ini menunjukkan komitmen PT BKI untuk tidak hanya menciptakan program CSR, tetapi juga untuk memastikan bahwa program-program tersebut memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat (Santoso & Lestari, 2023).

Melalui implementasi CSR yang komprehensif dan sistematis, PT BKI telah berhasil memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan. Program CSR yang dirancang dengan melibatkan berbagai pihak dan berdasarkan pada analisis sosial yang mendalam telah memberikan dampak yang signifikan, terutama dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan pelestarian lingkungan. Selain itu, keterlibatan karyawan dalam program CSR juga meningkatkan keterikatan mereka dengan perusahaan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan moral dan kinerja mereka. Pendekatan ini sejalan dengan temuan penelitian oleh Pratama et al. (2022), yang menyatakan bahwa keterlibatan karyawan dalam kegiatan sosial dapat meningkatkan loyalitas dan produktivitas mereka, serta memberikan kontribusi pada keberhasilan program CSR itu sendiri.

Program CSR PT BKI juga memberikan dampak positif bagi citra perusahaan. Melalui keterlibatan yang aktif dalam berbagai inisiatif sosial dan lingkungan, PT BKI berhasil membangun reputasi yang baik di mata masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga peduli terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan. Peningkatan reputasi ini dapat memperkuat posisi

perusahaan di pasar dan membangun hubungan yang lebih baik dengan berbagai pihak. Sebagaimana diungkapkan oleh Haris dan Utami (2023), perusahaan yang berhasil menjalankan program CSR dengan melibatkan berbagai pihak dan menggunakan metodologi pengukuran yang tepat akan lebih mampu mencapai target sosial dan lingkungan yang relevan, serta meningkatkan daya saing mereka di pasar global.

Secara keseluruhan, implementasi program CSR di PT BKI telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan. Program-program ini tidak hanya memberikan manfaat sosial dan ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan yang terstruktur dan melibatkan berbagai pihak, PT BKI telah menunjukkan bahwa CSR dapat menjadi alat yang efektif untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, sekaligus memperkuat reputasi perusahaan di mata publik. Penggunaan SROI sebagai alat evaluasi memastikan bahwa setiap program CSR yang dijalankan memberikan dampak yang terukur dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan (Haris & Utami, 2023).

Dampak Program Corporate Social Responsibility (CSR)

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero) (PT BKI) telah memberikan dampak positif yang signifikan, baik bagi citra perusahaan, masyarakat, maupun mitra bisnis. Hasil wawancara dengan para partisipan menunjukkan bahwa program CSR PT BKI berhasil menciptakan perubahan persepsi yang jelas di masyarakat. Sebelum pelaksanaan program CSR, masyarakat mungkin hanya mengenal PT BKI sebagai perusahaan BUMN, namun setelah program tersebut dijalankan, banyak yang semakin mengakui kontribusi perusahaan terhadap lingkungan, sosial, dan pendidikan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Partisipan A, "Dampak program CSR saat ini diterima positif oleh khalayak umum, masyarakat lebih mengenal PT BKI melalui program CSR-nya, yang menciptakan perubahan persepsi." Hal ini menunjukkan bahwa program CSR berperan penting dalam membangun citra positif perusahaan, yang sebelumnya tidak dikenal luas, kini lebih dihargai oleh masyarakat.

Para partisipan juga mencatat bahwa CSR PT BKI berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan serta mitra bisnis. Partisipan C menambahkan, "Program CSR ini adalah aksi untuk branding perusahaan, sebagai marketing terdepan perusahaan yang sangat peduli terhadap kondisi sosial dan lingkungan sekitar." Dampak positif ini terlihat jelas dalam peningkatan hubungan jangka panjang yang lebih baik antara PT BKI dengan pelanggan dan mitra bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Susanto (2023), yang menyatakan bahwa keterlibatan perusahaan dalam aktivitas CSR dapat meningkatkan reputasi dan citra merek, yang pada gilirannya mendorong loyalitas pelanggan. Ketika masyarakat melihat bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial, mereka lebih cenderung untuk mendukung dan memilih produk atau layanan dari perusahaan tersebut.

Selain itu, CSR juga berfungsi sebagai alat branding yang efektif, dengan menarik perhatian media untuk memperkuat citra positif perusahaan. Partisipan C mencatat bahwa program CSR PT BKI tidak hanya memberikan manfaat kepada masyarakat, tetapi juga mendapatkan perhatian media yang lebih luas, yang secara tidak langsung berkontribusi pada peningkatan citra perusahaan. Hal ini sejalan dengan Handayani dan Anugerah (2022), yang menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam CSR cenderung memiliki citra yang lebih baik di mata publik. Program CSR PT BKI, dengan fokus pada kebutuhan masyarakat dan lingkungan, telah berhasil memperkenalkan perusahaan lebih jauh ke dalam kehidupan sosial masyarakat.

Terakhir, kesesuaian program CSR dengan kebutuhan masyarakat juga sangat berpengaruh dalam menciptakan citra positif perusahaan. Partisipan D mengungkapkan, "Bantuan yang diberikan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh lingkungan dan masyarakat," yang menunjukkan bahwa PT BKI tidak hanya menjalankan program CSR sebagai formalitas, tetapi benar-benar peduli terhadap masalah yang dihadapi oleh masyarakat sekitar. Hal ini mencerminkan teori stakeholder, yang menyatakan bahwa perusahaan harus berkomunikasi dan berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk memenuhi harapan mereka. Rahayu (2023) menegaskan bahwa komunikasi yang baik antara perusahaan dan masyarakat dapat menciptakan hubungan saling menguntungkan yang memperkuat citra positif perusahaan. Program CSR PT BKI, dengan pendekatan yang tepat sasaran dan sesuai kebutuhan, tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai upaya untuk menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat.

Dengan demikian, program CSR PT BKI memberikan dampak yang sangat positif, baik dalam meningkatkan citra perusahaan, membangun loyalitas pelanggan dan mitra bisnis, serta menjalin hubungan baik dengan masyarakat. Melalui keseriusan dalam menjalankan program-program yang bermanfaat bagi lingkungan dan sosial, PT BKI telah membuktikan bahwa CSR merupakan salah satu strategi penting dalam memperkuat reputasi perusahaan dan mendukung keberlanjutan usaha di masa depan.

Tantangan yang Dihadapi dalam Mengimplementasikan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero) menghadapi berbagai tantangan yang mempengaruhi keberhasilan program tersebut, yang dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama: tantangan internal dan eksternal. Dari hasil wawancara dengan para partisipan, tantangan internal yang pertama adalah alokasi anggaran yang sering kali tidak memadai untuk merealisasikan program CSR yang telah direncanakan.

Seperti yang diungkapkan oleh Partisipan A, "Tantangan internal, alokasi anggaran terkadang tidak cukup untuk merealisasikan program yang perlu dilakukan analisis anggaran dengan tepat." Hal ini sesuai dengan pendapat Irawan (2022), yang menekankan pentingnya alokasi sumber daya yang tepat dalam implementasi CSR agar program dapat berjalan dengan optimal. Selain itu, tantangan lainnya adalah kurangnya pemahaman dan komitmen karyawan terhadap CSR. Partisipan B menyebutkan bahwa "kurangnya pemahaman atau kurang mendalami betul apa itu CSR, baik itu apa saja yang dilakukan, programnya apa saja, kemudian dampaknya apa saja," yang mengakibatkan kesenjangan antara tujuan CSR perusahaan dan pelaksanaan program di lapangan. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan pelatihan dan sosialisasi kepada karyawan agar mereka lebih memahami pentingnya CSR dalam konteks keberlanjutan perusahaan.

Tantangan eksternal juga mempengaruhi pelaksanaan CSR di PT BKI, yang sebagian besar terkait dengan perubahan regulasi yang cepat dan kebijakan pemerintah. Partisipan A dan D menyebutkan bahwa sering kali perusahaan harus menyesuaikan diri dengan perubahan kebijakan kepemimpinan yang dapat mengganggu program-program CSR yang telah direncanakan. Partisipan A menjelaskan, "Perubahan kebijakan kepemimpinan Presiden, perubahan sosial, dll. Untuk itu perlu melakukan update data dan mengikuti isu terkini sebagai upaya untuk mengatasi tantangan dengan kebijakan yang tepat." Hal ini sesuai dengan penelitian Santoso (2023) yang menunjukkan bahwa perusahaan harus proaktif dalam memantau perubahan regulasi untuk menghindari dampak negatif terhadap program CSR. Selain itu, tantangan eksternal lainnya adalah tuntutan yang beragam dari berbagai pemangku kepentingan, seperti

masyarakat dan investor, yang seringkali sulit dipenuhi secara bersamaan. Partisipan B menambahkan, "Tuntutan dari masyarakat (pelanggan, investor) yang terkadang sulit dipenuhi secara bersamaan," yang menunjukkan bagaimana perusahaan harus menjaga keseimbangan antara kepentingan bisnis dan tanggung jawab sosial.

Selain itu, ketatnya persaingan pasar juga menjadi tantangan yang dihadapi PT BKI dalam menjalankan program CSR, seperti yang dijelaskan oleh Partisipan B. Dalam situasi kompetitif, perusahaan sering kali lebih fokus pada keuntungan jangka pendek, yang dapat mengurangi perhatian terhadap inisiatif CSR. Hal ini berpotensi merugikan citra perusahaan dalam jangka panjang, karena masyarakat semakin kritis terhadap niat dan komitmen perusahaan terhadap CSR. Menurut teori stakeholder yang dikemukakan oleh Susanto (2021), penting bagi perusahaan untuk memenuhi harapan berbagai pihak demi menjaga reputasi dan keberlanjutan perusahaan. Oleh karena itu, PT BKI harus tetap menjaga komitmennya terhadap CSR meskipun menghadapi tekanan dari persaingan pasar.

Hasil wawancara dengan para partisipan memberikan gambaran yang jelas mengenai tantangan yang dihadapi PT BKI dalam mengimplementasikan program CSR. Dari sisi internal, tantangan utama yang dihadapi adalah alokasi anggaran yang terbatas, manajemen waktu yang tidak selalu tepat, serta kurangnya komitmen dan pemahaman karyawan terkait pentingnya CSR. Partisipan A, B, dan C menyatakan bahwa ketidakcukupan anggaran sering kali membatasi cakupan dan efektivitas program CSR, sementara Partisipan B menambahkan bahwa pemahaman karyawan yang rendah tentang CSR juga menjadi kendala dalam pelaksanaan program. Di sisi eksternal, tantangan yang paling signifikan adalah perubahan regulasi yang cepat dan kebijakan pemerintah. Partisipan A dan D mengungkapkan bahwa sering kali perusahaan harus menyesuaikan diri dengan perubahan kebijakan kepemimpinan yang dapat mengganggu program-program CSR yang telah direncanakan. Partisipan A menjelaskan, "Perubahan kebijakan kepemimpinan Presiden, perubahan sosial, dll. Untuk itu perlu melakukan update data dan mengikuti isu terkini sebagai upaya untuk mengatasi tantangan dengan kebijakan yang tepat." Selain itu, tantangan eksternal lainnya adalah tuntutan yang beragam dari berbagai pemangku kepentingan, seperti masyarakat dan investor, yang seringkali sulit dipenuhi secara bersamaan. Partisipan B menambahkan, "Tuntutan dari masyarakat (pelanggan, investor) yang terkadang sulit dipenuhi secara bersamaan," yang menunjukkan bagaimana perusahaan harus menjaga keseimbangan antara kepentingan bisnis dan tanggung jawab sosial.

Untuk mengatasi tantangan internal dan eksternal ini, PT BKI perlu menerapkan strategi yang adaptif. Salah satunya adalah dengan mengupdate informasi terkait isu-isu sosial dan perubahan regulasi yang berlaku secara berkala, serta melakukan analisis kebutuhan masyarakat secara menyeluruh. Partisipan C mengungkapkan, "Penyusunan anggaran yang baik dan penyesuaian terhadap kebijakan baru adalah kunci untuk memastikan bahwa program CSR dapat dilaksanakan secara efektif dan berkelanjutan." Dengan demikian, strategi yang tepat dalam menyusun anggaran dan menyesuaikan kebijakan baru akan memastikan bahwa program CSR tetap relevan dan berdampak positif. Untuk itu, PT BKI perlu melakukan evaluasi yang menyeluruh, berkomunikasi dengan berbagai pihak, dan terus mengoptimalkan dampak dari program CSR yang dijalankan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa PT Biro Klasifikasi Indonesia (BKI) berhasil melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terstruktur dan tepat sasaran dengan perencanaan matang, pelibatan pemangku kepentingan, serta

kepatuhan pada standar seperti ISO 26000 dan Peraturan Menteri BUMN. Program-program seperti pelestarian lingkungan, pengembangan ekonomi lokal, serta pendidikan dan kesehatan memberikan dampak positif dalam meningkatkan citra perusahaan, kepercayaan masyarakat, dan loyalitas mitra bisnis. Evaluasi dengan metode *Social Return of Investment* (SROI) memberikan dasar yang kuat dalam mengukur dampak sosial program tersebut, yang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan. Meskipun menghadapi tantangan internal seperti keterbatasan anggaran dan eksternal terkait perubahan regulasi, PT BKI berhasil mengelola program CSR secara efektif dengan strategi pembaruan data dan penyesuaian kebijakan. Secara keseluruhan, CSR diintegrasikan dengan baik dalam strategi bisnis PT BKI, memberikan dampak positif bagi perusahaan dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.
- Afriani, A., Antong, A., & Halim, U. (2023). Implementasi corporate social responsibility (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat pada PT Pratomo Putra Teknik Palopo. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Mata Masyarakat pada PT Pratomo Putra Teknik Palopo, 7(1), 16-25. <http://repository.umpalopo.ac.id/3924/>
- Arnel, E., & Setyani, A. Y. (2018). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility dan kinerja keuangan perusahaan terhadap return saham perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016. Prosiding ekonomi kreatif di era digital, 1(1). <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PEKED/article/view/1283>
- Azis, I. (2022). Upaya Korporasi Mengevaluasi Tanggung Jawab Sosial Dalam Konteks Pelaporan Berkelanjutan. Nobel Management Review, 3(1), 15-25.
- Bastomi, A., Addiarrahman, A., & Zahara, A. E. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Di PT Trimitra Lestari Kabupaten Tanjung Jabung Barat (Suatu Tinjauan Etika Bisnis Islam). Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset, 1(6), 436-457. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Lokawati/article/view/385>
- Cahya, R. A. (2022). Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk Sebagai Upaya Dalam Pembinaan Lingkungan Dan Kemitraan. JIM: Journal Of International Management, 1(01), 43-56. <http://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/JIM/article/view/270>
- Capah, B. M., Rachim, H. A., & Raharjo, S. T. (2023). Implementasi SDG's-12 melalui Pengembangan Komunitas dalam Program CSR. Share: Social Work Journal, 13(1), 150-161.
- Erfina, E., Sari, S., & Octaviani, V. (2023). Implementasi Peran Public Relation Dalam Membangun Reputasi PT Cakrawala Dinamika Energi. Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE), 2(3), 457-466.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, 21(1), 33-54.

- https://scholar.archive.org/work/a3mjph7zgrchfhdz5bah2o66de/access/wayback/https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/download/38075/pdf_1
- Ghoni, K. A. A. D., Wike, W., & Novita, A. A. (2020). Implementasi Program Corporate Social Responsibility di Bidang Pendidikan (Studi pada Pemerintah Daerah Kabupaten Kutai Timur dan PT. Kaltim Prima Coal di Kecamatan Bengalon). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 6(1), 71-81. <https://jiap.ub.ac.id/index.php/jiap/article/view/958>
- [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=JtKREAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Abdussamad,+H.+Z.,+%26+Sik,+M.+S.+\(2021\).](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=JtKREAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Abdussamad,+H.+Z.,+%26+Sik,+M.+S.+(2021).)
- Imbron, I., & Pamungkas, I. B. (2021). Manajemen sumber daya manusia. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/349876/manajemen-sumber-daya-manusia>
- Julythiawati, N. P. M., & Ardiana, P. A. (2023). Pengaruh Pelibatan Pemangku Kepentingan dan Tanggung Jawab Sosial Pada Reputasi Perusahaan. *Public Service and Governance Journal*, 4(2), 239-246.
- Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi. <https://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/48892/>
- Lestari, I. D., & Hernawati, R. (2022). Kegiatan CSR dalam Meningkatkan Corporate Image. *Jurnal Riset Public Relations*, 1-5. <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/626>
- Masrunik, E., Wahyudi, A., Khoirianto, R., & Wulandari, R. (2021). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Baitul Maal Wat-Tamwil (BMT) Darussalam Wates. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 26-30. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/10796>
- Muksin, N. N., Affatia, D., Lubis, A., Andarini, D. R. E., Sari, R. Y. E., Hasanah, E., ... & Setiyawaty, A. R. (2024). Public Relations dan Kehumasan: Penerapan di Lembaga Publik, Kesehatan, dan Industri. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Natalina, S. A. (2022). Konsep Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Perusahaan di Indonesia dan Negara Berkembang Di Benua Asia. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 212-227.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik corporate social responsibility (csr) di Indonesia. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61-66. <http://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/JIM/article/view/270>
- Nunes, C. S. (2017). Social responsibility and ethical decisions-A presentation of elements contained in ISO 26000: 2010, guidance on social responsibility. *Quality-Access to Success*, 18(158), 42-44. https://www.researchgate.net/profile/Carmina-Nunes/publication/317972000_Social_responsibility_and_ethical_decisions_-
- Oktina, D. A., Sari, E. S., Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). pengaruh penerapan strategi CSR (corporate social responsibility) dalam meningkatkan citra perusahaan pada PT. Pertamina (persero) tahun 2018. *Competence: Journal of Management Studies*, 14(2), 184-202. <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/8962>
- Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara nomor PER-1/MBU/03/2023 tentang Penugasan Khusus dan Program Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan Badan Usaha Milik Negara. <https://peraturan.go.id/files/permen-bumn-no-per-1-mbu-03-2023-tahun-2023.pdf>

- Rustiarini, N. W., Bhegawati, D. A. S., & Mendra, N. P. Y. (2022). Does green innovation improve SME performance?. *Economies*, 10(12), 316.
<https://www.mdpi.com/2227-7099/10/12/316>
- Santoso, P. Y., & Larasati, A. (2020). Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Mempertahankan Keberlanjutan Operasional Perusahaan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 241-250.
<https://mail.journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1127>
- Syairozi, M. I. (2019). Pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur dan perbankan. *Tidar Media*. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=2-WnDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=Syairozi,+M.+I.+\(2019\).](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=2-WnDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=Syairozi,+M.+I.+(2019).)
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/39965>