



Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Pengemasan Minyak Goreng melalui Bantuan Sarana Ibadah

Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) by a Cooking Oil Packaging Company through Assistance for Places of Worship

Mayla Khairun Nisa, Atina Arifah², Aisyah Kayla Syarafina³, Dina Aurelita Istinenrum⁴, Tria Elfilia⁵, Yennyka Leilasariyanti^{6*}

¹⁻⁶Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Email: : 23024010036@student.upnjatim.ac.id¹, 23024010035@student.upnjatim.ac.id²,

23024010037@student.upnjatim.ac.id³, 23024010032@student.upnjatim.ac.id⁴,

23024010050@student.upnjatim.ac.id⁵, yennyka.leilasariyanti.fp@upnjatim.ac.id⁶

*Penulis Korespondensi: yennyka.leilasariyanti.fp@upnjatim.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 22 April 2026;

Revisi: 24 Mei 2026;

Diterima: 28 Juni 2026;

Terbit: 30 Juni 2026;

Keywords: Corporate Social Responsibility; Community Empowerment; Mosque Facilities; Social Responsibility; Stakeholder Relations.

Abstract: Corporate Social Responsibility (CSR) is a form of corporate social responsibility toward communities and the environment surrounding the company's operational area. One form of CSR implementation carried out by an oil packaging company in East Java was the provision of worship facilities in the form of mosque carpets for communities around the company. This activity was motivated by the existence of a newly built mosque that still required supporting facilities to improve the comfort of worshippers during religious activities. The implementation method was carried out through participatory and collaborative approaches involving mosque administrators, local communities, and the company in the process of identifying needs and distributing assistance. The CSR program was implemented through the direct handover of assistance accompanied by carpet installation preparation to ensure that the assistance could be utilized optimally by the community. The results showed that the mosque carpet assistance provided positive benefits for the community, particularly in improving the comfort of worship facilities and strengthening social relationships between the company and the surrounding community. In addition to providing social benefits, the CSR activity also helped the company build a positive image and maintain harmonious relationships with the surrounding environment.

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah operasional perusahaan. Salah satu bentuk implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan pengemasan minyak di Jawa Timur adalah pemberian bantuan sarana ibadah berupa karpet masjid kepada masyarakat sekitar perusahaan. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh adanya masjid baru yang masih membutuhkan fasilitas penunjang guna meningkatkan kenyamanan jamaah dalam beribadah. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan melibatkan pengurus masjid, masyarakat, serta pihak perusahaan dalam proses identifikasi kebutuhan dan penyaluran bantuan. Program CSR dilaksanakan melalui proses penyerahan bantuan secara langsung disertai persiapan pemasangan karpet agar bantuan dapat dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa bantuan karpet masjid memberikan manfaat positif bagi masyarakat, terutama dalam meningkatkan kenyamanan fasilitas ibadah serta mempererat hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat sekitar. Selain memberikan manfaat sosial, kegiatan CSR juga membantu perusahaan dalam membangun citra positif dan menjaga hubungan harmonis dengan lingkungan sekitar perusahaan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility; Community Relations; Mosque Facilities; Social Responsibility; Stakeholder Engagement.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri yang pesat membuat perusahaan untuk fokus tidak hanya pada keuntungan tetapi juga pada aspek sosial dan lingkungan yang mengelilingi area operasional mereka. Kehadiran perusahaan di masyarakat berdampak pada kondisi sosial dan ekonomi masyarakat sekitarnya. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan berbagai kegiatan yang dapat memberikan manfaat positif bagi lingkungan sekitar. Salah satu bentuk implementasinya adalah melalui Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSL), yaitu komitmen perusahaan untuk menjalankan kegiatan bisnis secara etis sambil tetap mempertimbangkan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan (Uyun *et al.*, 2024).

Perusahaan menunjukkan komitmennya dalam mendukung kesejahteraan masyarakat serta menjaga kelestarian lingkungan di sekitar wilayah operasional perusahaan melalui kegiatan CSR (Muhammad Firzatullah, Eilena Xenanova, Maria Almaphym Cahya Kusuma Putri, 2024). Kehidupan yang sehat dan meningkatkan kesejahteraan merupakan dasar pembangunan berkelanjutan, seperti yang diungkapkan dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 3 (SDGs 3), yang bertujuan untuk memastikan kehidupan yang sehat dan mengusahakan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat (Leilasariyanti *et al.*, 2026). Perusahaan diharapkan mampu memberikan dampak positif serta menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan melalui pelaksanaan CSR. Kegiatan CSR menjadi bukti bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap kondisi sosial masyarakat di sekitarnya, perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan, tetapi juga berusaha memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar melalui berbagai program sosial (Tasya *et al.*, 2025). Bentuk kegiatan CSR dapat berupa bantuan pendidikan, kegiatan sosial, bantuan fasilitas umum, hingga dukungan terhadap sarana ibadah masyarakat (Sormin *et al.*, 2026).

Dasar hukum mengenai CSR di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 yang menjelaskan bahwa perusahaan yang beroperasi di atau terkait dengan sumber daya alam wajib menerapkan CSR. Ketentuan ini menunjukkan bahwa CSR tidak lagi hanya dipandang sebagai aktivitas perusahaan yang bersifat sukarela, tetapi telah menjadi bentuk tanggung jawab yang harus diterapkan terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar area operasional perusahaan (Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, 2024). Seiring dengan perkembangan zaman, konsep CSR di Indonesia juga mengalami perubahan, terutama dalam implementasi CSR yang termasuk dalam kategori tanggung jawab diskresioner. Implementasi CSR di Indonesia dapat dilihat dari dua perspektif. Pertama, CSR dipandang sebagai praktik bisnis sukarela (praktik bisnis diskresioner), yaitu implementasinya berasal dari inisiatif perusahaan tanpa kewajiban khusus yang diatur dalam

undang-undang dan peraturan. Kedua, CSR tidak lagi dianggap hanya sebagai kegiatan sukarela, tetapi telah menjadi kewajiban perusahaan karena implementasinya telah diatur dalam ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia (Clara et al., 2024).

Salah satu bentuk implementasi CSR yang sering dilakukan perusahaan adalah pemberian bantuan fasilitas umum dan sarana sosial yang dibutuhkan masyarakat sekitar. Sarana ibadah merupakan salah satu fasilitas penting yang mendukung aktivitas keagamaan masyarakat. Masjid yang berada di lingkungan sekitar operasional perusahaan baru saja selesai dibangun dan masih memerlukan beberapa fasilitas penunjang, salah satunya karpet masjid guna meningkatkan kenyamanan jamaah dalam beribadah. Ketersediaan sarana ibadah yang layak dan nyaman menjadi bagian penting dalam menunjang kegiatan sosial dan keagamaan masyarakat. Pembangunan berkelanjutan tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga pada peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat melalui pemenuhan kebutuhan fasilitas umum yang layak (Haqqi, 2022).

Perusahaan pengemasan minyak goreng di Jawa Timur melaksanakan kegiatan CSR berupa bantuan sarana ibadah kepada masyarakat sekitar perusahaan sebagai bentuk implementasi tanggung jawab sosial perusahaan. Program ini dilaksanakan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan melalui komunikasi dengan pengurus masjid dan tokoh masyarakat yang menunjukkan bahwa masjid yang baru selesai dibangun telah digunakan untuk kegiatan ibadah, namun belum memiliki karpet sehingga jamaah masih menggunakan alas seadanya yang kurang nyaman. Keterbatasan kemampuan masyarakat dalam menyediakan fasilitas tersebut menjadikan kebutuhan karpet sebagai prioritas yang perlu segera dipenuhi. Berbeda dengan program CSR sejenis yang umumnya memberikan bantuan berdasarkan kebijakan perusahaan, kegiatan ini menerapkan pendekatan berbasis kebutuhan (*need-based*) sehingga jenis bantuan yang diberikan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan nyata masyarakat. Bantuan yang diberikan berupa karpet masjid sebagai upaya membantu memenuhi kebutuhan fasilitas ibadah yang layak dan nyaman bagi masyarakat, khususnya pada masjid yang baru selesai dibangun di sekitar wilayah operasional perusahaan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan masyarakat dalam menjalankan aktivitas ibadah.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di sebuah masjid yang berlokasi di lingkungan sekitar area operasional perusahaan mitra, di salah satu wilayah kabupaten di Jawa Timur. Masjid di lingkungan perusahaan merupakan bangunan yang baru selesai dibangun dan menjadi tempat ibadah utama bagi warga di lingkungan sekitarnya. Subjek pengabdian dalam

kegiatan ini terdiri atas dua kelompok, yaitu subjek dampingan dan pelaksana kegiatan. Subjek dampingan meliputi pengurus Masjid, tokoh masyarakat, dan warga sekitar yang menjadi jamaah aktif masjid tersebut, sedangkan pelaksana kegiatan terdiri atas perwakilan Perusahaan mitra dan mahasiswa magang yang berperan sebagai fasilitator dalam proses pengorganisasian dan pelaksanaan program.

Proses perencanaan aksi dilakukan oleh Perusahaan melalui proses pengorganisasian bersama komunitas, dengan strategi utama berupa pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Pendekatan partisipatif diwujudkan melalui pelibatan langsung subjek dampingan sejak tahap awal, yaitu dalam mengidentifikasi kondisi dan kebutuhan sarana ibadah yang belum terpenuhi, hingga dalam proses pengambilan keputusan bersama. Pendekatan kolaboratif diwujudkan melalui pembagian peran dan kerja sama aktif antara Perusahaan, mahasiswa magang, pengurus Masjid, dan warga sekitar dalam pelaksanaan kegiatan di lapangan, sehingga bantuan yang diberikan benar-benar mencerminkan kebutuhan dan kesepakatan bersama, bukan program yang ditentukan sepihak oleh pemberi bantuan.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

3. HASIL

Tanggung Jawab Perusahaan dalam Melaksanakan CSR

Keberadaan perusahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki tanggung jawab terhadap aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan di wilayah operasionalnya. Pelaksanaan program CSR menjadi wujud kepedulian sosial perusahaan yang bertujuan menciptakan manfaat bersama, mengingat perusahaan dan masyarakat memiliki hubungan yang saling berkaitan dalam mendukung keberlangsungan aktivitas usaha. Pelaksanaan CSR menjadi sarana bagi perusahaan untuk menjaga keberlanjutan hubungan yang baik dengan lingkungan sekitar. Pemahaman mengenai pentingnya pelaksanaan CSR perlu dimiliki oleh seluruh pemangku kepentingan karena program tersebut dapat memberikan dampak positif pada berbagai aspek, seperti peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta pelestarian lingkungan (Siregar & Pertiwi, 2025).

Perusahaan pengemasan minyak berdiri diantara pemukiman yang padat penduduk sehingga kegiatan operasionalnya sangat dekat dengan masyarakat dan lingkungan. Kegiatan operasional perusahaan pengemasan minyak berpotensi menimbulkan dampak lingkungan, seperti limbah industri apabila tidak dikelola dengan baik. Keadaan ini menunjukkan pentingnya pelaksanaan CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Perusahaan dapat menunjukkan kepedulian sosial dengan memberikan kontribusi nyata yang bermanfaat bagi masyarakat, baik dalam bidang sosial, lingkungan, maupun kesejahteraan bersama melalui kegiatan CSR. Pelaksanaan CSR menjadi penting karena perusahaan dan masyarakat memiliki hubungan yang saling berkaitan, di mana keberlangsungan aktivitas perusahaan dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sosial di sekitarnya, sementara masyarakat juga dapat merasakan dampak dari aktivitas operasional perusahaan. Kegiatan CSR diperlukan untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat serta menciptakan manfaat bersama.

Implementasi CSR Perusahaan Pengemasan Minyak Melalui Bantuan Sarana Ibadah

Perusahaan pengemasan minyak telah menerapkan program CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial kepada masyarakat di sekitar lokasi operasinya. Salah satu kegiatan CSR-nya adalah menyediakan karpet untuk masjid di daerah sekitarnya. Program ini menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kebutuhan masyarakat akan fasilitas ibadah. Bantuan ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kenyamanan beribadah.

Proses penyaluran bantuan dilakukan secara langsung oleh pihak perusahaan kepada masjid penerima agar bantuan dapat diterima dengan baik dan tepat sasaran. Penyerahan bantuan dilaksanakan dengan mengunjungi lokasi masjid terdekat yang menjadi penerima program CSR perusahaan. Bantuan berupa karpet masjid diserahkan secara langsung sebagai bentuk transparansi dan tanggung jawab perusahaan dalam pelaksanaan CSR. Penyaluran bantuan secara langsung juga bertujuan untuk mempererat hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar. Komunikasi secara langsung antara perusahaan dan masyarakat dapat menjalin pendekatan perusahaan dengan masyarakat yang berada di lingkungan sekitar operasional perusahaan (Octaviani et al., 2022).

Pelaksanaan kegiatan CSR ini melibatkan beberapa pihak yang berperan dalam proses penyaluran bantuan. Pihak yang terlibat meliputi salah satu karyawan perusahaan pengemasan minyak dan mahasiswa magang dari UPN Veteran Jawa Timur yang turut membantu dalam proses penyerahan bantuan. Bantuan diterima langsung oleh takmir masjid beserta penasehat masjid sebagai perwakilan pengelola tempat ibadah. Keterlibatan berbagai pihak dalam

kegiatan ini menunjukkan adanya kerja sama yang baik antara perusahaan, institusi pendidikan, dan masyarakat sekitar. Pelaksanaan CSR tidak hanya menjadi tanggung jawab perusahaan, tetapi juga dapat melibatkan berbagai pihak untuk menciptakan manfaat sosial yang lebih luas. Selain memberikan dampak positif bagi masyarakat, keterlibatan dalam kegiatan sosial juga dapat meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja, karena motivasi kerja merupakan dorongan internal dan eksternal yang mampu mendorong individu untuk bekerja dengan lebih antusias dan berkontribusi secara optimal dalam suatu kegiatan (Lesmono et al., 2025).

Pelaksanaan Penyaluran Bantuan

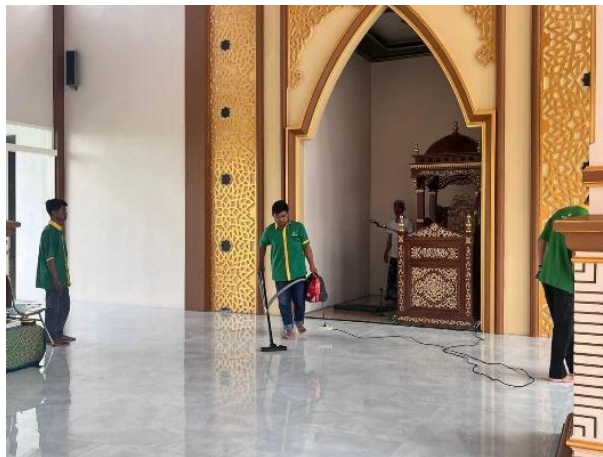
Pelaksanaan inisiatif CSR melalui penyediaan dukungan karpet masjid mewakili jenis tanggung jawab sosial perusahaan yang diarahkan pada komunitas lokal di sekitar bisnis. Inisiatif CSR dipandang bukan hanya sebagai tugas perusahaan, tetapi sebagai upaya perusahaan untuk menawarkan kontribusi yang berarti bagi kebutuhan sosial masyarakat. CSR mencontohkan komitmen perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan melalui inisiatif yang memberikan keuntungan langsung kepada penduduk setempat. Distribusi bantuan karpet ini dilakukan sebagai bagian dari dukungan perusahaan terhadap ruang ibadah umum untuk meningkatkan kenyamanan dan fungsionalitasnya. Tindakan ini mencerminkan salah satu strategi perusahaan untuk membina hubungan positif dengan komunitas lokal, di samping menunjukkan tanggung jawab sosial.



Gambar 2. Penyerahan Bantuan Karpet kepada Pengurus Masjid

Pengalihan dukungan karpet terjadi langsung kepada penasihat dan takmir masjid, yang berfungsi sebagai perwakilan untuk administrasi masjid selama inisiatif CSR. Transfer ini dilakukan secara simbolis untuk menggambarkan bahwa bantuan yang diberikan oleh perusahaan ditujukan untuk menguntungkan masyarakat dan dirancang untuk penggunaan jangka panjang oleh semua peserta masjid. Sepanjang acara ini, penyerahan berlangsung secara

teratur dan efisien dan disambut dengan sambutan positif dari manajemen masjid. Bantuan yang ditawarkan diantisipasi untuk meningkatkan kualitas fasilitas ibadah, memungkinkan anggota masyarakat untuk terlibat dalam praktik keagamaan mereka dengan kenyamanan yang lebih besar. Inisiatif ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya memprioritaskan tugas operasional dan menghasilkan keuntungan tetapi juga menunjukkan kepedulian terhadap persyaratan komunitas lokal di sekitar operasinya. Kebijakan CSR mewakili aspek vital dari pendekatan perusahaan untuk membina hubungan positif dengan masyarakat melalui inisiatif sosial yang berdampak. Acara ini menyoroti dedikasi perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat (Mudiarti et al., 2024).



Gambar 3. Proses Persiapan Pemasangan Karpet



Gambar 4. Proses Pemasangan Karpet

Pihak perusahaan terlebih dahulu melakukan serangkaian langkah persiapan sebelum memulai pemasangan karpet untuk memastikan bahwa prosesnya berjalan lancar dan selaras dengan persyaratan khusus area masjid. Persiapan ini termasuk membersihkan lantai masjid, membawa karpet ke ruang, dan memposisikan karpet untuk memastikan hasil akhirnya rapi dan nyaman bagi jamaah. Anggota staf berkolaborasi erat dengan tim dari pemasok karpet yang

memiliki keahlian dalam memasang karpet untuk masjid. Seluruh proses tersebut dilakukan secara terkoordinasi guna meningkatkan efektivitas pemasangan sekaligus memenuhi kebutuhan masjid secara optimal. Koordinasi antar berbagai pihak menjadi bagian penting dalam pelaksanaan kegiatan ini karena dapat memastikan setiap tugas berjalan sesuai perannya masing-masing serta mendukung tercapainya tujuan bersama. Pengorganisasian yang baik juga membantu menciptakan komunikasi dan pengambilan keputusan yang lebih efektif selama proses pemasangan berlangsung (Muktamar et al., 2024).

Kegiatan persiapan untuk pemasangan karpet menunjukkan tingkat akuntabilitas perusahaan dalam memastikan bahwa dukungan yang ditawarkan dapat diterapkan secara efektif oleh masyarakat setempat. Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) menandakan kewajiban perusahaan terhadap komunitas di sekitar basis operasionalnya. Organisasi tidak hanya menyediakan bantuan dalam bentuk barang fisik tetapi juga menjamin bahwa pemasangan dilakukan dengan benar sehingga masyarakat dapat sepenuhnya merasakan keuntungan dari dukungan tersebut (Ningtyas et al., 2022). Dengan proses persiapan yang komprehensif, kondisi masjid membaik, menjadi lebih bersih, lebih teratur, dan lebih nyaman untuk kegiatan ibadah rutin. Selain itu, upaya pemasangan karpet menyoroti dedikasi perusahaan untuk meningkatkan kenyamanan masyarakat saat menggunakan fasilitas ibadah terdekat. Melalui inisiatif ini, perusahaan bertujuan untuk memberikan manfaat nyata yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Dampak Kegiatan CSR

Pelaksanaan inisiatif CSR, yang melibatkan bantuan dengan karpet masjid, memiliki efek menguntungkan pada penduduk setempat, terutama dalam meningkatkan kenyamanan ruang ibadah yang digunakan setiap hari. Penambahan karpet baru meningkatkan suasana masjid secara keseluruhan, membuatnya lebih menyenangkan, bersih, dan teratur, memungkinkan jamaah untuk terlibat dalam kegiatan spiritual dengan kedamaian dan rasa hormat yang lebih besar. Dalam konteks program CSR yang dilakukan oleh perusahaan pengemasan minyak di Jawa Timur, pengukuran kinerja penting dilakukan sebagai bentuk evaluasi untuk mengetahui efektivitas suatu program sekaligus menjadi dasar perbaikan di masa mendatang. Pengukuran kinerja untuk menilai keberhasilan pelaksanaan bantuan sarana ibadah berupa karpet masjid dapat dilakukan melalui aspek ketepatan sasaran penerima, kelancaran proses penyaluran bantuan, serta manfaat yang dirasakan masyarakat atau pihak masjid setelah menerima bantuan (Qomariyah et al., 2025). Berdasarkan hasil evaluasi, masyarakat memberikan tanggapan yang baik dan merasa terbantu dengan adanya bantuan tersebut karena masjid merupakan fasilitas ibadah yang digunakan dalam aktivitas keagamaan

sehari-hari, sehingga bantuan yang diberikan dinilai mampu mendukung dan mempercepat proses pembangunan masjid. Pihak takmir masjid juga berharap agar hubungan kerja sama dan komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat dapat terus terjalin dengan baik guna mendukung keberlanjutan program sosial di masa mendatang.

Fasilitas ibadah yang memadai memfasilitasi kemampuan masyarakat untuk melakukan tugas keagamaan, termasuk sholat berjamaah dan acara terkait agama lainnya yang diadakan di dalam tempat masjid. Dukungan yang diberikan mencerminkan komitmen perusahaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal, khususnya dalam meningkatkan infrastruktur publik yang menawarkan keuntungan langsung kepada warga. Pelaksanaan CSR dapat menghasilkan keuntungan nyata bagi masyarakat serta berfungsi sebagai metode untuk investasi sosial perusahaan, membina hubungan positif dengan lingkungan sekitar (Nasih et al., 2023). Inisiatif CSR tidak hanya menawarkan keuntungan bagi masyarakat tetapi juga secara positif mempengaruhi organisasi dengan membina hubungan kerja sama dengan lingkungan lokal. Terlibat dalam upaya sosial dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap kehadiran perusahaan di dalam komunitas. Perhatian perusahaan terhadap kebutuhan masyarakat menunjukkan bahwa ia tidak hanya memprioritaskan tugas operasional dan menghasilkan keuntungan tetapi juga merangkul kewajiban sosialnya mengenai kondisi lingkungan di sekitarnya. Pelaksanaan CSR dapat berfungsi sebagai metode yang berdampak untuk memperkuat ikatan berkelanjutan antara organisasi dan penduduk setempat (Anugerah & Sisdianto, 2024). Upaya CSR, seperti menyediakan bantuan karpet untuk masjid, menghasilkan manfaat langsung dengan meningkatkan fasilitas ibadah dan juga menghasilkan keuntungan yang langgeng melalui menumbuhkan reputasi perusahaan yang menguntungkan dan memelihara hubungan yang kuat dengan masyarakat setempat.

Diskusi

Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa perubahan sosial yang terjadi, yaitu peningkatan kenyamanan ruang ibadah, respons positif masyarakat, serta terbangunnya relasi yang lebih erat antara perusahaan dan komunitas, tidak semata-mata disebabkan oleh nilai fisik bantuan yang diberikan, melainkan lebih ditentukan oleh kualitas proses yang mendahuluinya. Sejak tahap identifikasi kebutuhan, subjek dampingan yang terdiri atas pengurus masjid dan warga sekitar tidak diposisikan sebagai penerima manfaat yang pasif, melainkan dilibatkan secara aktif dalam menentukan bentuk, waktu pelaksanaan, dan mekanisme penyaluran bantuan. Pola pelibatan tersebut sejalan dengan prinsip *community organizing* yang menegaskan bahwa keberlanjutan dan tingkat penerimaan suatu program sosial sangat ditentukan oleh sejauh mana komunitas ditempatkan sebagai subjek, bukan objek,

dalam keseluruhan siklus program mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi (Firdaus, 2025).

Temuan tersebut juga dapat dijelaskan melalui perspektif teori modal sosial (*social capital theory*), khususnya terkait keterlibatan warga secara langsung dalam proses pemasangan karpet melalui mekanisme gotong royong. Partisipasi fisik komunitas dalam merealisasikan bantuan yang telah direncanakan secara bersama diyakini menumbuhkan rasa memiliki (*sense of ownership*) yang pada gilirannya memperkuat ikatan sosial, baik antarwarga maupun antara warga dengan perusahaan. Modal sosial yang terbentuk melalui kerja kolektif tersebut cenderung menghasilkan kepercayaan (*trust*) yang lebih tahan lama dibandingkan dengan model CSR yang bersifat satu arah (*top-down*), mengingat relasi yang terbangun tidak sebatas bersifat transaksional antara pemberi dan penerima bantuan, tetapi bersifat relasional dan partisipatif (Wahono et al., 2024)

Program CSR yang dikembangkan melalui mekanisme dialogis memungkinkan proses identifikasi kebutuhan masyarakat dilakukan secara lebih komprehensif sehingga bentuk intervensi yang diberikan memiliki tingkat relevansi yang lebih tinggi terhadap kondisi lokal. Keterlibatan stakeholder sejak tahap perencanaan juga mencerminkan penerapan prinsip inklusivitas dalam tata kelola program CSR, di mana masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai mitra dalam proses pengambilan keputusan. Kondisi tersebut berkontribusi terhadap terbentuknya rasa memiliki (*sense of ownership*) masyarakat terhadap program sehingga mendorong keberlanjutan manfaat setelah pelaksanaan kegiatan berakhir (Anggraini et al., 2025). Oleh karena itu, penguatan komunikasi, koordinasi, dan partisipasi aktif seluruh stakeholder menjadi faktor strategis dalam meningkatkan efektivitas implementasi CSR sekaligus memperkuat legitimasi sosial perusahaan di lingkungan masyarakat.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berupa bantuan karpet masjid yang dilakukan oleh perusahaan pengemasan minyak di Jawa Timur menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki kepedulian terhadap kondisi sosial masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya. Program CSR yang dilaksanakan melalui pemberian bantuan sarana ibadah mampu memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kenyamanan fasilitas ibadah dan mendukung kegiatan keagamaan masyarakat sekitar. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil mempererat hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat sehingga tercipta hubungan

yang lebih harmonis dan kondusif. Kelebihan dari kegiatan ini terletak pada keterlibatan berbagai pihak dalam proses pelaksanaan sehingga bantuan dapat diberikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Namun, kegiatan CSR yang dilakukan masih terbatas pada bantuan sarana ibadah sehingga ke depannya perusahaan diharapkan dapat mengembangkan program CSR lainnya yang lebih luas dan berkelanjutan dalam bidang sosial, pendidikan, maupun lingkungan agar manfaat yang diberikan kepada masyarakat dapat semakin optimal.

PENGAKUAN

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada perusahaan mitra pengemasan minyak goreng di Jawa Timur yang telah memberikan dukungan dan memfasilitasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pengurus masjid, tokoh masyarakat, dan seluruh warga yang telah berpartisipasi aktif serta memberikan kerja sama yang baik selama proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Penulis turut menyampaikan apresiasi kepada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur atas dukungan akademik dan pendampingan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan. Sinergi yang terjalin antara perguruan tinggi, perusahaan, dan masyarakat menjadi faktor penting dalam mendukung kelancaran pelaksanaan program pengabdian. Kolaborasi tersebut turut berkontribusi terhadap tercapainya tujuan kegiatan serta memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, C., Nathalia, C., & Salsabillah, E. (2025). CSR Berbasis Komunitas Dan Komunikasi Antar Budaya: Dalam Membangun Stakeholder Engagement. *TUTURLOGI: Journal of Southeast Asian Communication*, 6(2), 101–115.
- Anugerah, D., & Sisdianto, E. (2024). Implementasi CSR Berkelanjutan di Sektor Pertambangan: Strategi untuk Meningkatkan Citra dan Keberlanjutan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 449–462. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jemba.v1i4.537>
- Clara, C., Hippy, M. Z., Sitorus, S., Siagian, V., Mandagi, D. W., Siahaya, J. C., Kainde, L. L., Wati, N., Sugiarto, M., Ekawati, R., Leilasariyanti, Y., Kurniawati, J., & Risty, I. (2024). *Sustainable Competitive Advantage untuk UMKM* (A. Karim (ed.); cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Firdaus, M. (2025). *Strategi Pengorganisasian Masyarakat Dalam Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa "Sumber Sejahtera" Desa Pujon Kidul Kecamatan Pujon Kabupaten Malang*. 20(2), 11–20. <https://doi.org/10.17977/um041v20i22025p11-20>

- Haqqi, M. M. (2022). Konsep Pembangunan Berkelanjutan dalam Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional. *Supremasi Hukum :Jurnal Penelitian Hukum*, 31(1), 11–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.33369/jsh.31.1.11-28>
- Leilasariyanti, Y., Toiba, H., Putritamara, J. A., & Yuliati, N. (2026). Producers Preferences Toward Food Safety Standards in Herbal Beverage Production: Implications for Sustainable Development Goal 3 in Indonesia. *Cogent Food & Agriculture*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311932.2026.2667540>
- Lesmono, A. A. P., Witjaksono, G. T., Afandi, M. R. T., Rizky, B., & Leilasariyanti, Y. (2025). Membangun Kinerja Unggul : Peran Krusial Motivasi Dan Kepuasan Kerja Di PT Great Giant Pineapple. *INOMATEC: Jurnal Inovasi Dan Kajian Multidisipliner Kontemporer*, 01(02), 287–298.
- Mudiarti, H., Risnawati, H., & Mulyani, U. R. (2024). Implementasi Corporate Social Responsibility Pada PT Pura Barutama Kudus Sebagai Strategi Usaha Keberlanjutan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 3(01), 61–70.
- Muhammad Firzatullah, Eilena Xenanova, Maria Almaphym Cahya Kusuma Putri, M. D. R. (2024). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Implementasi Etika Di PT. Cirebon Power. *Journal of Economics and Finance*, 12(2), 1–217.
- Muktamar, A., Asnawi, M., Sitepu, I., Julitasari, E. N., Djumadil, N., Leilasariyanti, Y., Mandamdari, A. N., Widuri, N., Zikri, I., Damayanti, Y., & Awaliyah, F. (2024). *DASAR-DASAR MANAJEMEN* (W. Yuliani (ed.); Cetakan 1). CV HEI PUBLISHING INDONESIA.
- Nasih, M., Anridho, N., Rahayu, N. K., & Nowland, J. (2023). CEO Masculinity and CSR Disclosure: Evidence from Indonesia. *Asian Journal of Accounting Research*, 8(2), 157–169. <https://doi.org/10.1108/AJAR-04-2022-0119>
- Ningtyas, C. P., Kambolong, M., & Makmur, M. (2022). Implementasi Corporate Social Responsibility Pada PT. Aneka Tambang Tbk. UBPN Sulawesi Tenggara. *Journal Publicuho*, 5(4), 1091–1112. <https://doi.org/https://doi.org/10.35817/publicuho.v5i4.50>
- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial “Humanitas” Fisip Unpas*, 4(1), 21–33.
- Qomariyah, E., Ramdan, D. S., Leilasariyanti, Y., Mardikawati, B., Heryyanoor, Supangat, Zulkifli, Januru, L., Raspati, M. I., Afdylah, R., & Annisa, N. N. (2025). *Manajemen Kinerja* (S. Y. Sari (ed.); Cetakan 1). Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Rifka Alkhilyatul Ma’rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)Kewajiban dan Dampaknya Terhadap Operasi dan Keberlanjutan Bisnis Perusahaan. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)*, 2(1), 306–312.
- Siregar, H., & Pertiwi, F. (2025). Program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Wujud Kepedulian Sosial Perusahaan PT. Suryanusa Nadicipta pada Masyarakat Desa Pasir Datar Kab. Sukabumi. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 6(2), 113–122. <https://doi.org/http://doi.org/10.54543/syntaximperatif.v6i2.675>
- Sormin, D. W., Lestari, R., & Terbatas, P. (2026). Implementasi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (TJSLPT) Bidang Sosial Pt. Indofood Cbp Sukses

- Makmur, Tbk Divisi Noodle di Kota Pekanbaru. *Journal of Public Administration*, 7(April), 216–232. <https://doi.org/10.46730/japs.v7i1.515>
- Tasya, A., Fidausya, A., & Nawangsari, A. T. (2025). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan dan Pencapaian SdGs. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(12), 323–331. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.61722/jiem.v3i12.7479>
- Uyun, L., Noviyanti, S. E., & Primasari, D. (2024). The Role of CSR in Company Sustainability. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial*, 7(2), 40–52.
- Wahono, M., Budimansyah, D., Malihah, E., Fitriasari, S., & Alami, F. W. (2024). Peran Modal Sosial dalam Mewujudkan Civic Engagement Pada Santri Pondok Buntet Pesantren. 8(1), 172–183.