

SOSIALISASI PERLUASAN BIDANG SASARAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* BAGI BADAN USAHA (KAJIAN PERMENSOS NO. 9 TAHUN 2020 TENTANG TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN BADAN USAHA)

Rahadian Arrijal Hafizh

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

rahadianh@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Setiap badan usaha memiliki kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk menjaga citra perusahaan serta melestarikan lingkungan dan memberdayakan masyarakat disekitar wilayah operasional perusahaan. Kegiatan tersebut lebih dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Seiring dengan perkembangan konsep CSR, saat ini CSR sudah dianggap sebagai kegiatan inti dari sebuah bisnis sebagai bentuk komitmen badan usaha untuk ikut andil dalam pembangunan berkelanjutan. Program kegiatan CSR yang dilakukan oleh badan usaha memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap seluruh pihak yang terkait dalam kegiatan tersebut, terdapat potensi besar jika bidang kegiatan CSR dapat diperluas kembali, oleh karena itu Kementerian Sosial mengeluarkan peraturan yakni Permensos No. 9 Tahun 2020 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha yang memperluas sasaran bidang kegiatan CSR bagi badan usaha. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan eksploratif agar dapat memperjelas konsep-konsep yang ada pada penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara kepada empat narasumber dari berbagai pihak yang terkait dengan sosialisasi perluasan bidang sasaran CSR ini, dari mulai perwakilan Kementerian Sosial, Badan Usaha, sampai dengan masyarakat yang menerima program CSR dari badan usaha. Peneliti merangkum bagaimana proses sosialisasi yang dilakukan oleh Kementerian Sosial dan bagaimana pemahaman yang diterima oleh badan usaha selaku target dari sosialisasi tersebut serta implementasi yang dipraktikkan kedalam program CSR yang mereka miliki sehingga dapat berdampak besar bagi para penerima kegiatan CSR tersebut.

Kata Kunci: Badan Usaha, CSR, Eksploratif, Komunikasi, Sosialisasi.

***SOCIALIZATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TARGET
EXPANSION FOR BUSINESS ENTITIES (REVIEW OF PERMENSOS NO.
9 OF 2020 CONCERNING SOCIAL AND ENVIRONMENTAL
RESPONSIBILITY OF BUSINESS ENTITIES)***

Rahadian Arrijal Hafizh

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

rahadianh@upnvj.ac.id

ABSTRACT

Every business entity has an obligation to carry out social and environmental responsibilities to maintain the company's image, preserve the environment, and empower the community around the company's operational areas. This activity is better known as Corporate Social Responsibility (CSR). Along with the development of the CSR concept, CSR is currently considered the core activity of a business as a form of commitment of business entities to take part in sustainable development. CSR activity programs carried out by business entities have a very significant impact on all parties involved in these activities, there is great potential if the field of CSR activities can be expanded again, therefore the Ministry of Social Affairs issued a regulation namely Minister of Social Affairs No. 9 of 2020 concerning the Social and Environmental Responsibility of Business Entities which expands the target field of CSR activities for business entities. In this study, researchers used qualitative research methods with an exploratory approach to clarify the concepts. Researchers conducted interviews with four resource persons from various parties related to the socialization of the expansion of this CSR target area, starting from representatives of the Ministry of Social Affairs, Business Entities, to people who receive CSR programs from business entities. The researcher summarizes how the socialization process is carried out by the Ministry of Social Affairs and how the understanding received by business entities as the target of the socialization and the implementation that is practised into their CSR programs so that it can have a big impact on the recipients of these CSR activities.

Keywords: *Business Entity, Communication, CSR, Explorative, Socialization.*