

# Pemberdayaan Masyarakat Pesantren dalam Mengembangkan Santripreneur melalui Program CSR

Davis Roganda Parlindungan<sup>1\*</sup>, Nadia Fitriana<sup>2</sup>, Tangguh Okta Wibowo<sup>3</sup>

Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta 13210, Indonesia <sup>1,2</sup>

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang 15810, Indonesia <sup>3</sup>

*davis@kalbis.ac.id*

## Abstrak

Perusahaan memiliki peranan penting sebagai penopang pertumbuhan ekonomi rakyat melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR), khususnya dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat pesantren secara mandiri melalui pengembangan konsep *santripreneur*, dimana para santri tidak hanya mendalami kajian agama namun juga didorong mereka memiliki potensi semangat kewirausahaan. Tujuan penelitian ini ingin mendeskripsikan implementasi pemberdayaan masyarakat pesantren dalam mengembangkan *santripreneur* melalui program CSR yang dilakukan oleh PT. Bogasari di Pondok Pesantren An-Nawawi Tanara, Serang Banten. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang diperoleh melakukan observasi dan wawancara mendalam. Analisis data dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menggambarkan implementasi program CSR yang dilakukan PT. Bogasari melalui beberapa tahap yaitu identifikasi profil kelompok sasaran program, merumuskan hasil kunjungan, pemberian pelatihan, peminjaman bantuan peralatan usaha dan bahan baku, distribusi dan pemasaran produk yang dihasilkan, pendampingan dan monitoring, serta evaluasi program.

**Kata kunci:** *corporate social responsibility; pemberdayaan masyarakat; santripreneur*

Diterima: 01-11-2022

Disetujui: 01-03-2023

Dipublikasikan: 07-03-2023

## Islamic Boarding School Community Empowerment in Developing Santripreneur through CSR Program

### Abstract

*The company has an essential role as a supporter of people's economic growth through the Corporate Social Responsibility (CSR) program, especially in the context of empowering the economy of the pesantren community independently through the development of the santripreneur concept, in which students not only study religious studies but are also encouraged to have the potential for an entrepreneurial spirit. This study aims to describe the implementation of pesantren community empowerment in developing santripreneurs through CSR programs carried out by PT. Bogasari at An-Nawawi Tanara Islamic Boarding School, Serang Banten. This research method uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques obtained by conducting in-depth observations and interviews. Data analysis through data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The study's results describe PT's implementation of the CSR program. Bogasari went through several stages, namely identifying the profile of the program target group, formulating the results of the visit, providing training, lending business equipment and raw materials, distribution and marketing of the products produced, mentoring and monitoring, program evaluation.*

**Keywords:** *community development; corporate social responsibility; santripreneur*

## PENDAHULUAN

Kini peran industri tidak semata-mata mengejar keuntungan saja dan hanya sekedar untuk mematuhi peraturan pemerintah dan undang-undang, namun harus mampu berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat melalui program *Corporate Social Responsibility* atau yang disingkat CSR juga sebagai investasi jangka panjang yang positif bagi keberlangsungan hidup perusahaan, karena bentuk model kegiatan ini digunakan selaku pengelola sebagai wujud tanggung jawab sosial industri, bentuk kepedulian dan rasa tanggung jawab industri terhadap warga serta masyarakat, khususnya yang bertempat tinggal di sekitar area industri dan yang berdampak langsung pada proses bisnis perusahaan (Hadyarti & Mahsin 2020). Kegiatan CSR diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan. Aktivasinya tidak saja dalam bentuk kedermawaan, pemberian bantuan sosial namun bisa lebih jauh lagi yaitu dalam konsep pemberdayaan masyarakat, dimana konsep ini memiliki tujuan hakikat yaitu memberikan peluang bagi upaya masyarakat setempat untuk mengembangkan kemandiriannya guna mewujudkan peningkatan kesejahteraan ekonomi, sosial, fisik, dan mental secara berkelanjutan (Untung 2021). Selain itu kemandirian masyarakat ini tentunya memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan khususnya pada kelompok sasaran, seperti kegiatan CSR yang dilakukan PT. PLN Distribusi Jawa Tengah melalui program "PLN Peduli"

dalam bentuk program pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan kapasitas Desa Wisata Pandansari di Kabupaten Batang Jawa Tengah dengan cara memfasilitasi komunitas masyarakat desa sekitar dengan menyediakan perlengkapan perahu karet, mesin giling untuk pengolahan makanan tradisional khas daerah setempat, memperbaiki rumah penduduk yang nantinya dijadikan *homestay* dan mendorong terbentuknya industri rumahan sebagai usaha mikro (Qonaah 2018). PT. Kalbe Farma sebagai perusahaan yang bergerak dibidang industri farmasi dan kesehatan melakukan program CSR dalam bidang pemberdayaan kesehatan pada masyarakat.

Kegiatan CSR ini fokus pada program Perilaku Hidup Bersih dan Sehat atau yang disingkat PHBS, dimana kelompok sasaran ditujukan pada siswa sekolah di Cikarang Selatan. Program ini sebagai bentuk dukungan kampanye nasional dari Kementerian Kesehatan RI dalam upaya merubah perilaku masyarakat dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, termasuk dikalangan siswa sekolah melalui pembentukan perilaku hidup bersih dan sehat seperti mengosok gigi, mencuci tangan dengan sabun, membuang sampah pada tempatnya, olahraga dan lingkungan sekolah yang lebih bersih (Pertiwi & Parlindungan 2016).

PT. Pertamina memiliki program pemberdayaan masyarakat dalam bentuk desa binaan di Desa Tambakrejo, Kelurahan Tanjungmas, Semarang. PT. Pertamina menjalin kerjasama dengan Universitas Negeri Semarang (Unnes) melalui program rumah pintar dinamakan "Patra Sutera". Aktivitas rumah pintar

tersebut bertujuan memberi fasilitas warga sekitar untuk mendapatkan program pendidikan yang layak. Selain itu program pemberdayaan masyarakat ini juga dikembangkan diantaranya, budidaya peternakan bebek, pengelolaan limbah bekas plastik, pembuatan telur asin dan terasi (Octaviana 2013). Secara garis besar pemberdayaan masyarakat melalui program CSR ini menggambarkan bahwa perusahaan semata-mata tidak hanya fokus pada aspek keuntungan secara ekonomis dan finansial saja, namun juga meujudkan rasa peduli terhadap aspek sosial serta lingkungannya dimana perusahaan itu berada, seperti yang disampaikan John Elkington (dalam Hadi, 2011), jika suatu perusahaan ingin visi berkelanjutan, maka harus memperhatikan 3P yaitu *profit*, *people*, dan *planet* yaitu menguraikan peran pelestarian lingkungan dan sumber daya alam (*planet*), manfaat yang dicari perusahaan (*profit*), dan hubungan yang terbentuk dengan masyarakat umum dan orang-orang di sekitar perusahaan (*people*).

Profitabilitas merupakan salah satu tujuan perusahaan. Namun yang lebih penting khususnya lingkungan fisik dan sumber daya alam yang berada disekitar perusahaan yang berdampak langsung maupun tidak langsung akibat aktivitas perusahaan. Setiap kegiatan perusahaan yang merusak lingkungan dan sumber daya alam tanpa upaya pengelolaan yang berkelanjutan, cepat atau lambat akan mempengaruhi bahkan merusak keseimbangan lingkungan sekitar alam sekitarnya dan berakibat negatif bagi perusahaan dan masyarakat sekitar.

Dalam penelitian ini yang menjadi objeknya adalah PT. Bogasari Flour Mills

(PT. Bogasari) yang berlokasi di jalan raya Cilincing No. 1 Tanjung Priok, Jakarta Utara sebagai perusahaan produsen tepung terigu terbesar di Indonesia melayani kebutuhan pangan masyarakat dengan memproduksi tepung terigu dengan merek yang sudah sangat terkenal yang digunakan secara luas oleh industri mie, roti, biskuit, baik yang berskala besar dan kecil serta rumah tangga. PT. Bogasari sebagai salah satu anak perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk memiliki unit *Bogasari Baking Center* yaitu pusat pengelolaan tepung terigu yang didedikasikan untuk seluruh lapisan masyarakat yang ingin mempelajari cara pengolahan tepung terigu, seperti cara pembuatan roti, kue, biskuit dan mie yang telah berdiri sejak tahun 1981.

Divisi *Bogasari Baking Center* memberikan pelatihan pengetahuan dan ketrampilan dari dasar hingga lanjutan dalam memproses pengolahan bahan dasar makanan yang benar diberikan secara lengkap. Namun sejak tahun 1990 unit ini dikembangkan sebagai wujud dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dibawah Divisi Kemitraan yang berada langsung di bawah *top management* dan dikelola langsung *Vice President People and Organization Development* dibantu dengan empat orang staf. Saat ini salah satu bentuk program CSR yang dilaksanakan dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat melalui program pelatihan *bakery* dan kuliner berbahan dasar tepung terigu di berbagai pondok pesantren.

Program ini merupakan bentuk dukungan PT. Bogasari terhadap program pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil khususnya di berbagai pesantren yang dicanangkan oleh Majelis Ulama

Indonesia (MUI) dan Presiden RI Joko Widodo dalam membangun komunitas *santripreneur*. Program ini diharapkan dapat menciptakan para santri yang mandiri, mampu berwirausaha, atau setidaknya memberikan pendidikan wirausaha serta meningkatkan taraf ekonomi dari para santri, sehingga mereka tidak hanya memiliki keahlian dalam bidang agama namun juga keahlian kewirausahaan. Hal ini dikarenakan, jika kewirausahaan sangat penting nantinya dalam memainkan peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara (Lestari et al. 2022)

Program CSR yang dijalankan PT. Bogasari ini telah menjalin kerjasama berbagai pondok pesantren di pulau Jawa, salah satunya Pondok Pesantren An-Nawawi Tanara yang berlokasi di Kecamatan Tanara, Serang Banten. Pesantren ini didirikan oleh Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin pada tahun 2001 yang memiliki jenjang pendidikan dari Madrasah Ibtidaiyah (SD), Madrasah Tsanawiyah (SMP), Madrasah Aliyah (SMA), dan Sekolah Tinggi Ilmu Fiqih Syekh Nawawi Tanara (S1).

Program CSR ini dilandasi bahwa arus kehidupan modern tidak dapat terelakan dan membawa konsekuensi kemajuan keahlian teknologi dan kompetisi, sehingga tidak sedikit masyarakat memandang lulusan pesantren kurang siap menghadapi tantangan dunia kerja. Seperti yang dituturkan oleh Nurcholish Madjid (1997) permasalahan yang harus dihadapi dan dipecahkan oleh masyarakat pesantren menjadi semakin kompleks seiring berjalannya waktu dalam perkembangan jaman.

Para santri menghadapi tantangan zaman modern yang tidak bisa ditolak, dan

kemampuan pesantren dalam merespon permasalahan tersebut menjadi tantangan tersendiri yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana pesantren dapat mengikuti arus modernisasi. Pengembangan diri para santri agar mampu mandiri harus diberi ruang, tidak tergantung pada kesediaan lapangan kerja setelah lulus namun mampu menciptakan lapangan pekerjaan atau kemandirian ekonomi tanpa meninggalkan nilai-nilai keislaman. Ini artinya pesantren harus mampu melahirkan seorang santri yang dapat menghadapi perubahan zaman melalui pendidikan kewirausahaan dalam konsep *santripreneur* sebagai wujud peningkatan kualitas, baik dalam pendidikan iman maupun kualitas hidupnya sendiri dalam menciptakan lapangan kerja. Sebagaimana yang ditegaskan oleh Dewi Laela Hilyatin (Hilyatin, 2015) bahwa santri sebagai salah satu entitas masyarakat pemikiran dan tenaganya diharapkan dapat memberikan kontribusi di masa depan, tidak akan maksimal jika hanya memiliki ilmu agama. Ketika seorang santri lulus dan memasuki lingkungan masyarakat modern, mereka diharapkan memiliki kemampuan yang lebih tidak sekedar ilmu agama saja, sehingga melalui upaya pemberdayaan melalui pendidikan kewirausahaan bagi para santri (*santripreneur*) dapat menjadi model yang dapat dikembangkan untuk mewujudkan santri yang mandiri dalam kehidupan ekonomi tetap memegang nilai-nilai syariat Islam.

Visi ini juga ditegaskan oleh Fawaid dan Laili (2020) bahwa dalam penerapan konsep *santripreneur* ada dua model manfaat yang diperoleh para santri jika nilai-nilai wirausaha tumbuh

berkembang menjadi unit usaha bisnis pada pondok pesantren, yaitu santri berindustri dan santri berkreasi. Santri berindustri yaitu manfaat yang diperoleh para santri dimana unit usaha bisnis tersebut menjadi tempat magang mereka dalam mempraktekannya di lingkungan pondok pesantren. Sedangkan, santri berkreasi yaitu manfaat yang didapat dapat mengembangkan potensi kreatif dan kreasi para santri. Harapan ini memang tidak mudah untuk direalisasikan dan tentunya banyak tantangan baik dari internal maupun eksternal yang dihadapi.

Perlu upaya dari pondok pesantren untuk melibatkan atau berkolaborasi pihak lain, baik pemerintah maupun swasta dalam hal ini industri untuk mewujudkan pengembangan kemampuan para santri melalui konsep santripreneur. Tantangan yang dihadapi sendiri seperti keterbatasan keahlian, permodalan, sarana, pengelolaan sumber daya, teknologi, pemasaran dan sebagainya harus dapat diminimalisir, sehingga keterlibatan industri sangat diperlukan. Industri sebagai entitas yang memiliki kemampuan modal dan pengalaman melalui pendekatan pendampingan, peningkatan kapasitas, modal dan kemampuan serta transfer pengetahuan dan pengalamannya akan memudahkan menciptakan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat pesantren melalui program santripreneur.

Untuk mewujudkan program tersebut dibutuhkan peran komunikasi dua arah antara pihak pondok pesantren dengan industri dan kelompok pemangku kepentingan lainnya yang terlibat sehingga terjalin hubungan yang harmonis dan berkualitas dalam mendukung program

CSR (Parlindungan et al. 2022)

Berdasarkan paparan diatas, tujuan penelitian ini ingin mendeskripsikan implementasi pemberdayaan masyarakat pesantren dalam mengembangkan santripreneur melalui program CSR yang dilakukan oleh PT. Bogasari di Pondok Pesantren An-Nawawi Tanara, Serang Banten. Rumusan masalah bagaimana pelaksanaan program CSR yang berbasis pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT. Bogasari dalam membentuk keahlian seorang santripreneur.

## KAJIAN PUSTAKA

Konsep pemberdayaan dapat diartikan kemampuan untuk melakukan pilihan dan mengontrol lingkungan individu atau kelompok masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk aksesibilitas terhadap sumberdaya alam maupun materi yang terkait dengan aktivitas ekonomi, sosial dan budaya secara mandiri (Mardikanto & Soebiato 2015).

Prinsip-prinsip pendekatan pemberdayaan sendiri melingkupi *pertama*, minat dan kebutuhan, artinya pemberdayaan harus mengacu pada minat dan kebutuhan masyarakat yang menjadi kelompok sasaran. Sehingga perlu dikaji secara mendalam apa sesungguhnya menjadi minat serta kebutuhan secara mendasar setiap individu maupun segenap warga masyarakatnya, apa saja kebutuhan yang dapat dipenuhi sumber daya yang ada disekitar lingkungannya, serta minat mana yang harus mendapat prioritas untuk dipenuhi terlebih dahulu. *Kedua*, keterlibatan organisasi masyarakat setempat, artinya pemberdayaan akan

bermanfaat jika mampu melibatkan organisasi masyarakat yang ada.

*Ketiga*, keragaman budaya, artinya pemberdayaan perlu memperhatikan keragaman budaya masyarakat. Dalam menyusun program pemberdayaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan budaya lokal setempat yang beragam. Tanpa memperhatikan hal ini, penerapan program pemberdayaan yang seragam pada setiap wilayah seringkali akan menemui hambatan yang bersumber pada masalah budaya lokal. *Keempat*, perubahan budaya, artinya setiap kegiatan pemberdayaan akan memberikan dampak pada perubahan budaya masyarakat setempat. Sehingga setiap kegiatan pemberdayaan harus dilaksanakan dengan bijaksana dan hati-hati agar perubahan yang terjadi tidak menimbulkan kejutan budaya (*culture shock*).

Karena itu, setiap sosialisasi program perlu memperhatikan nilai-nilai budaya lokal yang berlaku seperti tabu, norma sosial dan kebiasaan-kebiasaannya. *Kelima*, kerjasama dan partisipasi, artinya pemberdayaan akan efektif jika mampu mendorong partisipasi masyarakat setempat untuk bekerjasama dalam menjalankan program-program pemberdayaan yang telah disusun. *Keenam*, demokrasi penerapan ilmu, artinya dalam pemberdayaan harus memperhatikan kesempatan kepada masyarakat Sasarannya untuk memberikan pilihan pengetahuan alternatif pemberdayaan dan penentuan metoda pemberdayaan yang akan dijalankan, serta keterlibatan dalam proses pengambilan keputusan.

*Ketujuh*, belajar sambil bekerja, ini artinya pemberdayaan tidak hanya sekadar

memberikan informasi atau konsep teoritis, tetapi harus memberikan peluang dan kesempatan kepada masyarakat sasaran untuk mencoba hal baru agar mereka memperoleh pengalaman dalam konsep belajar sambil bekerja melalui kegiatan secara nyata. *Kedelapan*, penggunaan metode yang sesuai, artinya kegiatan pemberdayaan harus menerapkan metoda yang dapat disesuaikan dengan kondisi masyarakat sasaran seperti lingkungan fisik, kemampuan ekonomi, dan nilai sosial-budaya yang berlaku. Dengan kata lain, tidak ada satupun metode yang dapat diterapkan untuk semua kelompok sasaran secara efektif dan efisien. *Kesembilan*, kepemimpinan, artinya penggerak program pemberdayaan tidak bertujuan hanya untuk kepentingan/kepuasannya sendiri atau kelompoknya saja, tapi harus mampu mengembangkan kepemimpinan dari kelompok masyarakat sasaran. Untuk itu penyuluh harus mampu menumbuhkan dan melahirkan pemimpin-pemimpin lokal atau juga dapat memanfaatkan pemimpin lokal yang telah ada untuk membantu kegiatan pemberdayaan secara mandiri.

Tujuan pemberdayaan masyarakat sendiri menurut Mardikanto (2014) ada enam. *Pertama*, Perbaikan kelembagaan (*Better institution*), yakni dengan kegiatan pemberdayaan mampu memperbaiki dan menyempurnakan dari sisi kelembagaan dalam kelompok masyarakat sasaran, termasuk dalam hal pengembangan pada jaringan kemitraan bisnis dan usaha yang akan dikembangkan; *Kedua*, Perbaikan usaha (*Better business*), yakni perbaikan dari sisi pendidikan dan aksesibilitas yang diterapkan secara kelembagaan diharapkan, hal ini diharapkan mampu

memperbaiki model bisnis dan usaha yang berjalan; *Ketiga*, Perbaikan pendapatan (*Better income*), yakni upaya memperbaiki usaha yang dijalankan agar mampu memberikan pemasukan atau pendapatan secara ekonomi, termasuk dalam hal ini perbaikan secara ekonomi bagi keluarga dari kelompok masyarakat sasaran.

*Keempat* Perbaikan lingkungan (*Better environment*), yakni perbaikan pendapatan, dimana nantinya diharapkan kelompok masyarakat sasaran mampu memperbaiki lingkungannya, baik secara fisik maupun sosial. Karena faktor kerusakan lingkungan yang ada seringkali terjadi karena masalah kemiskinan atau minimnya pendapatan ekonomi masyarakat yang sangat terbatas; *Kelima*, Perbaikan kehidupan (*Better living*), yakni bila tingkat pendapatan dan faktor keadaan lingkungan telah membaik nantinya diharapkan mampu memperbaiki keadaan kehidupan dan lingkungan setiap keluarga dari kelompok masyarakat sasaran; *Keenam*, Perbaikan masyarakat (*Better community*), yakni dampak dari pemberdayaan diharapkan memberikan kontribusi secara luas pada lingkungan fisik serta sosial yang baik sehingga mampu membangun kehidupan yang sejahtera bagi masyarakatnya secara luas.

Bentuk implementasi CSR dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat merupakan penerapan melalui proses partisipatif dan kolaboratif dengan memberi landasan kepercayaan dan kesempatan kepada masyarakat sasaran untuk menghadapi tantangan besar dan melakukan berbagai kegiatan yang bermanfaat untuk kehidupannya untuk mengatasi permasalahan, dengan cara memanfaatkan kemampuan dan keahlian

yang mereka miliki. Hal ini sejalan dengan yang diuraikan oleh Untung (2014) bahwa pemberdayaan masyarakat adalah serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mendorong dan meningkatkan kepemilikan aset dan kemampuan masyarakat sasaran dalam hal keterampilan dan keahlian, serta kemampuan mereka dalam mengakses dan mengelola berbagai sumber daya, permodalan, teknologi pengolahan, dan pasar penjualan produk melalui pendekatan pendampingan, peningkatan kapasitas pengabdian masyarakat, dan pembelajaran menuju kemandirian masyarakat sasaran.

Program pemberdayaan masyarakat ini diharapkan dapat membentuk pengetahuan, keterampilan, dan keahlian kelompok masyarakat yang menjadi sasaran program pemberdayaan masyarakat dapat mandiri dan berkembang. Nurin Fitriana (2020) menjabarkan lebih jauh lagi yaitu suatu pendekatan pemberdayaan masyarakat perlu memperhatikan pada seluruh aspek yang memiliki potensi untuk dikembangkan dalam kehidupan masyarakat tersebut. Sasaran pemberdayaan ada pada seluruh lapisan masyarakat yang ada di wilayah tersebut. Penekanannya adalah menjadi mandiri dan mampu menghasilkan keterampilan menolong diri sendiri dalam rangka meningkatkan taraf dan kualitas hidup masyarakat berdasarkan cara berpikir, bersikap, dan berperilaku dalam rangka maju dan berkembang.

Secara spesifik dalam menjalankan CSR dari perspektif pemberdayaan masyarakat tidak mudah, karena dibutuhkan kebijakan perusahaan yang serius dalam upaya pemberdayaan masyarakat karena tidak saja untuk menumbuhkan serta

meningkatkan partisipasi masyarakat tetapi juga mampu mendorong keterlibatan dari berbagai pihak yang berkepentingan. Hal agar dalam pelaksanaan program CSR yang fokus pemberdayaan masyarakat memberikan ruang lingkup dan partisipasi yang lebih luas yakni dari *community participation* meluas kearah *stakeholders participation*.

Dampaknya tidak hanya pada keberhasilan tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan CSR, tetapi juga pada keterlibatan berbagai pihak lain secara sinergis, sehingga kegiatan ini dapat dimaknai sebagai upaya kolaboratif dalam mengembangkan, mandiri, mempertahankan, dan memperkuat kapasitas masyarakat sasaran secara luas dan berkelanjutan (Nasdin 2014). Sehingga diperlukan proses secara bertahap agar tujuan dari pemberdayaan tersebut tercapai.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk melihat lebih jauh implementasi pemberdayaan masyarakat pesantren dalam mengembangkan santripreneur melalui program program CSR yang dilakukan PT. Bogasari di Pondok Pesantren An-Nawawi Tanara, Serang, Banten. Sehingga nanti diharapkan tergambar peran organisasi dalam menjalankan program CSR dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat, seperti yang dijelaskan oleh John W. Creswell (2016) bahwa dalam metode deskriptif peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatiannya, kemudian menggambarkan sebagaimana adanya.

Dalam hal ini, peneliti hanya perlu mendeskripsikannya sebelum menyimpulkan secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan kerangka waktu yang telah ditentukan. Untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan, teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Peneliti berusaha memperoleh data yang asli, kredibel, aktual, dan relevan serta mencatat hasil temuan lapangan secara mendalam. Selain itu menggunakan studi literatur sebagai dokumen pendukung yang diperlukan untuk melengkapi informasi. Dalam memilih informan, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan yaitu mampu memberikan informasi yang tepat, memiliki pengalaman dan mengetahui secara mendalam terhadap permasalahan penelitian.

Teknik analisis data peneliti menggunakan model Miles dan Huberman (Creswell & Creswell 2018), dimana terdiri dari tiga alur kegiatan analisis data kualitatif yaitu 1) Reduksi data, yaitu data yang telah terkumpul dikategorisasikan dan digolongkan sedemikian rupa sesuai permasalahan dan tujuan penelitian agar mudah diverifikasi, sedang data yang tidak dibutuhkan dikeluarkan. 2) Penyajian data, yaitu disini data yang telah dikategori dan digolongkan kemudian disajikan secara narasi yang mudah dipahami 3) Penarikan kesimpulan (Verifikasi), disini peneliti melakukan verifikasi, baik dari sisi makna dari hasil temuan dan dirumuskan menjadi kesimpulan dari hasil olah data tersebut.

Ketika data penelitian telah dikumpulkan, maka dilakukan pengujian

keabsahan data untuk mengukur kebenaran data. Unsur-unsur yang diukur yaitu periode waktu penelitian, proses pengumpulan data dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan dari berbagai informan, lalu mengomparasi dengan hasil penelitian lainnya. Kegiatan ini disebut dengan triangulasi metode. Menurut Nursapia Harahap (2020) tujuan dari triangulasi metode untuk mengecek tingkat validasi dan kredibilitas data tersebut didasarkan selama penelitian, membandingkan hasil penelitian dengan menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Program CSR PT. Bogasari

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dilakukan PT. Bogasari sejak tahun 1990 dilakukan pada Divisi Kemitraan. Divisi tersebut berada langsung di bawah *top management* dan dikelola langsung *Vice President People and Organization Development* dibantu dengan empat orang staf. Dasar pelaksanaan CSR sendiri mengacu pada nilai-nilai PT. Bogasari yaitu Panca Bhakti Bogasari yang terdiri dari:

Pertama, pembangunan sumber daya manusia, artinya diarahkan melalui bentuk investasi di bidang pendidikan, pelatihan, kesehatan, dan keselamatan dari orang-orang di tempat kerja. Selain itu, dilakukan pembangunan kelompok kerja dan jaringan pembelajaran lintas batas sehingga dengan itu bersentuhan dengan kontrak-kontrak dan praktik-praktik lokal sampai internasional.

Kedua, melindungi lingkungan hidup, dimana konsep ini bertujuan memperkenalkan konsep pengelolaan yang bertanggung jawab dalam produk dan analisis daur hidup, menggunakan cara-cara penanganan yang terbaik secara internasional pada manajemen lingkungan, mempromosikan efisiensi energi, dan sumber daya alam lain. Dapat pula dilakukan pelatihan untuk ahli teknik lokal manajemen lingkungan, mengembangkan produk dan jasa ramah lingkungan, dan lain sebagainya.

Ketiga, tata kelola perusahaan yang baik, yaitu membangun tata kelola perusahaan yang baik pada tingkat korporasi dilakukan melalui adopsi dan berbagi standar yang diterima secara internasional dan praktik manajemen. Pada tingkat pemerintah, hal ini dilakukan dengan mendukung agar pemerintah lokal dan nasional mencapai administrasi umum dan pelayanan yang efisien, peraturan yang adil, jelas, mendukung hak asasi manusia dan pembersihan dari praktik suap dan korupsi.

Keempat, membangun kohesi sosial, yaitu mengembangkan aspek modal sosial yang diperlukan oleh sebuah komunitas atau masyarakat lokal untuk maju, menyelesaikan berbagai persoalan, dan mencapai tingkat ekonomi, sosial, dan budaya yang lebih baik, stabil dan mandiri.

Kelima, memperkuat usaha kecil dan menengah, yakni kegiatan perusahaan melalui program pemberdayaan untuk memperkuat usaha kecil dan menengah, menciptakan pekerjaan langsung dan tidak langsung, transfer teknologi dan standar internasional, mengembangkan infrastruktur masyarakat lokal baik aset

fisik dan pengembangan kelembagaan, memberi lebih banyak pendapatan ke dalam sistem ekonomi usaha kecil dan menengah, serta mendorong konsumsi domestik dan kesempatan pertumbuhan tambahan, membangun jaringan pemasok dan pemasaran, dan meningkatkan pendapatan dari ekspor. Nilai-nilai Panca Bhakti Bogasari ini dijadikan landasan kegiatan CSR melalui pendekatan *community development* yang salah satunya adalah program Bogasari Baking Center bekerjasama dengan Pondok Pesantren An-Nawawi Tanara Serang, Banten.

### Konsep Santripreneur

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Myrna (*Section Head* dari PT Bogasari) menjelaskan bahwa tujuan program ini sendiri dalam rangka pemberdayaan ekonomi umat dan pengembangan konsep *santripreneur*, dimana para santri tidak hanya mendalami kajian agama namun juga didorong mereka memiliki potensi semangat kewirausahaan khususnya dibidang usaha makanan olahan berbahan dasar tepung terigu. Hal ini akan menjadi nilai tambah keahlian bagi para santri ketika mereka lulus dari pondok pesantren untuk membuka lapangan pekerjaan. Hal ini sejalan yang dipaparkan oleh Syaifudin (2019) bahwa saat ini sudah ada kesadaran dari para pengurus pondok pesantren untuk memasukkan unsur pendidikan kewirausahaan agar mampu melahirkan para santripreneur yang mampu mengerjakan pemberdayaan ekonomi umat. Namun pada faktanya model pendidikan kewirausahaan yang dijalankan masih jauh dari harapan dan

masih menekankan pada aspek teoritisnya saja, hal ini disebabkan karena terbatasnya pada sumber daya manusia, modal usaha, fasilitas serta sarana. Sementara pendidikan kewirausahaan yang dapat mendorong santri untuk memulai usaha lebih membutuhkan pendekatan praktek dan pengalaman dunia usaha. Ini menjadi landasan dasar dibutuhkan keterlibatan pihak luar, khususnya dari kalangan industri melalui program CSR dalam mendukung program santripreneur sesuai yang diharapkan. Apalagi jika dikelola secara serius akan mengembangkan dunia usaha secara mandiri sebagai wujud pemberdayaan ekonomi masyarakat pesantren.

### Tahapan Pelaksanaan Program CSR

Dari hasil wawancara dengan Ibu Myrna Rianto dijelaskan kegiatan program CSR dilakukan dalam beberapa tahap.

Tabel 1. Tahapan Program CSR PT Bogasari

No	Tahapan Program CSR
1	Identifikasi profil kelompok sasaran program
2	P rumusan hasil kunjungan
3	P mberian pelatihan,
4	Peminjaman bantuan peralatan usaha dan bahan baku
5	Pendistribusian dan pemasaran produk yang dihasilkan
6	Pendampingan dan monitoring
7	Evaluasi program

Sumber : Olah Hasil Penelitian

Tahapan pertama adalah identifikasi profil kelompok sasaran program, dimana tim CSR mengawalinya dengan

merumuskan siapa saja yang menjadi kelompok sasaran berikut kriterianya serta mendata beberapa pondok pesantren yang akan dilibatkan menjadi target program CSR. Melalui penjajakan dan perkenalan ke beberapa pondok pesantren, salah satunya di An-Nawawi Tanara Serang, Banten. Penjajakan dan perkenalan dilakukan dalam bentuk kunjungan ke lapangan untuk melihat langsung ke lokasi untuk melihat kondisi pesantren tersebut, kegiatan apa saja yang telah dilakukan di pondok pesantren tersebut terkait program kewirausahaan, serta melihat sarana dan prasana yang ada di pondok pesantren tersebut. Selain itu mereka melakukan sosialisasi kepada pengurus dan pengelola pondok pesantren.

Tahap kedua, merumuskan hasil kunjungan, dimana tim CSR merumuskan data yang diperoleh dari lapangan serta membahasnya secara internal, selanjutnya pihak PT. Bogasari mengundang beberapa perwakilan santri yang telah ditentukan, salah satunya dari Pondok Pesantren An-Nawawi Tanara Serang, Banten untuk mengikuti pelatihan di PT. Bogasari yang berlokasi di Jakarta Utara. Dalam menentukan dan merekrut perwakilan dari pondok pesantren diserahkan kepada pengurus, sedangkan dari pihak PT. Bogasari hanya menyampaikan kriteria peserta yang dikirim untuk mengikuti program CSR yaitu Bogasari Baking Center dengan kriteria peserta memiliki komitmen dan rasa tanggung jawab yang baik dan siap mengikuti program pelatihan hingga selesai, serta kesiapan mental dan konsistensi para peserta mengikuti semua tahapan program pelatihan hingga selesai. Sedangkan fasilitas kendaraan untuk antar

jemput peserta, konsumsi dan akomodasi disediakan oleh pihak PT. Bogasari selama pelatihan.

Tahap ketiga, pemberian pelatihan, dimana staf PT. Bogasari menjadi pengajar menyediakan materi seputar tentang teknik pembuatan makanan dan pengolahan resep berbahan dasar tepung terigu, seperti cara pembuatan roti, kue, biskuit dan mie, selain itu ada materi penggunaan peralatan dan pengenalan bahan baku tepung terigu. Materi berikutnya tentang aspek bisnisnya seperti peluang usaha, simulasi modal usaha, penilaian dan perhitungan usaha, pembukuan sederhana, pengurusan legal ijin usaha, serta materi terkait pemasaran produk dan pengelolaan sumber daya manusia. Pelatihan ini diberikan selama satu minggu disertai praktek yang dilakukan di *Bogasari Baking Center* dan diakhir pelatihan dilakukan tes terhadap sebagai bentuk evaluasi akhir terhadap hasil pelatihan yang telah diberikan.

Tahap empat, peminjaman bantuan peralatan usaha dan bahan baku, dimana setelah para peserta yang telah lulus tes evaluasi akhir mengikuti pelatihan akan diberikan pinjaman bantuan peralatan usaha serta bahan baku, agar para peserta bisa siap produksi dan berjualan.

Tahap kelima, distribusi dan pemasaran produk yang dihasilkan, di mana hasil karya dan usaha para peserta disalurkan ke koperasi pondok pesantren, dan mereka juga ikut berpartisipasi menjual produk yang mereka hasilkan tersebut atau menjajaki kerjasama bisnis dengan toko-toko disekitar pesantren atau menjual secara online melalui media sosial. Selain itu minimal dengan adanya aktivitas usaha ini pondok pesantren dapat menekan

anggaran pengeluaran untuk konsumsi pada kegiatan sosial seperti majelis ta'lim, remaja masjid, buka puasa bersama karena mereka sudah dapat memproduksi sendiri untuk kebutuhan konsumsi.

Tahap keenam, pendampingan sebagai bentuk konsultasi dan monitoring dari pihak PT. Bogasari melalui kunjungan ke lapangan dan juga komunikasi melalui telepon untuk memastikan program berjalan sesuai yang diharapkan. Monitoring yang dilakukan dalam bentuk identifikasi masalah serta kendala yang dihadapi para peserta dalam menjalankan bisnis usaha *bakery* dan kuliner dalam bentuk koperasi pondok pesantren.

Tahap terakhir, evaluasi program, yaitu kegiatan mengevaluasi seluruh program kegiatan yang telah berlangsung tidak saja kepada peserta namun juga kepada kelompok yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Jika merujuk pada tahapan kegiatan pemberdayaan masyarakat di atas, menurut Sumodingningrat (dalam Saswito, 2020) pemberdayaan tidak bersifat selamanya, melainkan sampai target kelompok masyarakat sasaran mampu mandiri. Meskipun demikian, dalam rangka menjaga kemandirian tersebut tetap perlu melakukan pemeliharaan pada semangat, situasi kondisi serta kemampuannya secara terus menerus supaya tidak terjadi atau mengalami kemunduran. Untuk itu diperlukan suatu proses secara bertahap agar tujuan dari kegiatan pemberdayaan masyarakat tersebut tercapai. Tahapan yang terstruktur dan baik akan mendukung kegiatan operasional baik perusahaan maupun program dari perusahaan akan berjalan dengan lancar (Sipayung et al.

Implementasi pemberdayaan masyarakat dalam membentuk keahlian *santripreneur* melalui program CSR PT. Bogasari ini dilakukan secara berahap seperti tahap pertama, identifikasi profil kelompok sasaran program, tahap kedua, merumuskan hasil kunjungan, tahap ketiga, pemberian pelatihan, tahap empat, peminjaman bantuan peralatan usaha dan bahan baku, tahap kelima, distribusi dan pemasaran produk yang dihasilkan, tahap keenam, pendampingan sebagai bentuk konsultasi dan monitoring, tahap terakhir, evaluasi program yang pada akhirnya dari program pemberdayaan masyarakat ini diharapkan mampu melahirkan seorang *santripreneur* yang mandiri secara berkelanjutan dalam menjalankan usaha dan bisnis yang telah dirintisnya tersebut.

Bila dikaitkan dengan konsep Wilson (dalam Saswito, 2020) dimana tujuan pemberdayaan masyarakat adalah membentuk kemandirian setiap individu maupun kelompok sasaran melalui suatu siklus kegiatan yang dilakukan secara bertahap yaitu pertama, menumbuhkan keinginan pada diri seseorang untuk berubah sebagai titik awal pemberdayaan. Kedua, menumbuhkan kemauan dan keberanian untuk melepaskan diri dari hambatan-hambatan yang dirasakan. Ketiga, mengembangkan kemauan untuk mengambil bagian dalam kegiatan pemberdayaan yang memberikan manfaat. Keempat, meningkatkan peran partisipasi dalam kegiatan pemberdayaan. Kelima, meningkatkan peran dan tanggung jawab pada kegiatan pemberdayaan yang melahirkan motivasi untuk melahirkan perubahan. Keenam, meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan

pemberdayaan. Ketujuh, meningkatkan keahlian baru.

Temuan tersebut sejalan dengan pendapat dari Sunarto selaku koordinator tim program CSR PT. Bogasari yang mengatakan melalui pelatihan dan pendampingan ini diharapkan setiap peserta dapat tumbuh keinginan serta mengembangkan keterampilan baru pada diri para santri sehingga melahirkan semangat baru dalam berwirausaha pada diri mereka sebagai para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang berasal dari pondok pesantren. Selain itu bila telah memiliki kompetensi, pemahaman terhadap pemasaran produk yang dihasilkan dan permodalan dan peningkatan nilai ekonomi melalui program ini ada keberanian untuk membuka sebuah usaha dibidang *bakery* dan kuliner berbahan tepung terigu dan turut berperan aktif dalam kegiatan ini.

Disisi lain dari program CSR ini juga sebagai wujud komitmen perusahaan dalam menjalankan visinya yaitu pembangunan sumber daya manusia dengan menggerakkan atau meningkatkan kemampuan dan keahlian mereka dalam membuat dan mengelola makanan dari bahan dasar terigu, partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas santri dan pengurus pondok pesantren, tidak saja hanya memiliki wawasan kewirausahaan, namun juga mampu mempraktekan secara langsung ditengah-tengah masyarakat melalui bantuan dan pendampingan. Karena tanpa dukungan dari industri yang telah memiliki pengalaman dan kemampuan serta kapabilitas modal yang sangat memadai, hal ini sulit terwujud masyarakat marjinal yang mampu menggerakkan roda

ekonomi secara mandiri melalui unit usaha kecil dan menengah.

Seperti yang dikatakan oleh Irmawati (2021) bahwa kondisi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yaitu *access to competence*, dimana mereka membutuhkan bimbingan dalam mengembangkan standar kualitas produk dan penggunaan teknologi dan manajemen dalam pengelolaan usaha; *access to commerce*, dimana mereka membutuhkan bimbingan dan arahan terkait dengan pemasaran produknya ke pasar yang lebih luas dan terjangkau melalui penjualan *online* maupun *offline*, dan *access to capital*, dimana mereka masih memerlukan bantuan untuk mendapatkan akses permodalan dan pengelolaannya. Dengan adanya inkubator bisnis, hal ini dapat membantu terciptanya ekosistem kewirausahaan yang dapat membantu masyarakat pesantren untuk mempertajam ide bisnis mereka melalui upaya pendampingan yang dilakukan (Setiawan & Lestari 2021). Tentunya upaya pemberdayaan masyarakat pesantren ini tidak mudah agar mereka bisa mandiri secara kompetensi, pemasaran dan permodalan.

## KESIMPULAN

Tujuan program CSR PT. Bogasari dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat dalam rangka pemberdayaan ekonomi umat dan pengembangan konsep *santripreneur* yaitu para santri tidak hanya mendalami kajian agama namun juga didorong mereka memiliki potensi semangat kewirausahaan secara mandiri sebagai wujud pemberdayaan ekonomi

masyarakat pesantren khususnya dibidang usaha makanan olahan berbahan dasar tepung terigu. Dalam pelaksanaanya tim CSRPT. Bogasari melakukan beberapa tahap yaitu identifikasi profil kelompok sasaran program, merumuskan hasil kunjungan, pemberian pelatihan, peminjaman bantuan peralatan usaha dan bahan baku, distribusi dan pemasaran produk yang dihasilkan, pendampingan dan monitoring, serta evaluasi program.

Penelitian ini masih sebatas pada penggambaran secara umum dan hanya fokus pada implementasi program CSR, sehingga pada penelitian selanjutnya dapat memperdalam ruang lingkup serta mengukur tingkat keberhasilan dari program CSR ini dalam mengembangkan santripreneur.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis dan Universitas Multimedia Nusantara atas dukungan terhadap penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada mitra bestari yang telah memberikan masukan yang konstruktif pada penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

Creswell, John W. 2016. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Creswell, John W., & J. David Creswell. 2018. *Research Design : Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Fifth Edit. London, UK: SAGE Publications, Inc.

Fawaid, Ahmad, & Nor Laili. 2020. "Home Industri Bakery Berbasis Kader Di Wilayah Al-Mawaddah Pondok Pesantren Nurul Jadid." *Widya Balina* 5(1):93–111. doi: 10.53958/wb.v5i1.54.

Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan pe. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hadyarti, Vidi, & Tubagus M. Mahsin. 2020. "Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Good Corporate Governance (Gcg) Sebagai Indikator Dalam Menilai Nilai Perusahaan." *Competence : rnal of Management Studies* 13(1):17–33. doi: 10.21107/kompetensi.v13i1.6819.

Harahap, Nursapia. 2020. *Penelitian Kualitatif*. Cetakan pe. edited by H. Sazali. Medan: Wal Ashri Publishing.

Irmawanti, Firdha. 2021. "Collaborative CSR Melalui Program Rumah Kreatif Jogja." *ETTISAL : Journal of Communication* 6(1):115. doi: 10.21111/ejoc.v6i1.4798.

Lestari, E. D., N. Rizkalla, & P. Purnamaningsih. 2022. "The Effect of Perceived University Support, Entrepreneurial Self-Efficacy and Proactive Personality in Promoting Student Entrepreneurial Intention in Indonesia." *Journal of Management and Business Education* 5(2):169–97. doi: 10.35564/jmbe.2022.0011.

Madjid, Nurcholish. 1997. *Bilik-Bilik Pesantren : Sebuah Potret Perjalanan*. Jakarta: Paramadina.

Mardikanto, Totok. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung*

- Jawab Sosial Korporasi*. Cetakan ke. Bandung: Alfabeta.
- Mardikanto, Totok, & Poerwoko Soebiato. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Nasdin, Fredian Tonny. 2014. *Pengembangan Masyarakat*. Cetakan ke. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nurin, Fitriana. 2020. *Revitalisasi Dan Pengelolaan Potensi Desa Berbasis Pemberdayaan Masyarakat*. Cetakan pe. edited by D. Kusumaningsih. Yogyakarta: Bildung.
- Octaviana, Shoraya. 2013. "Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility Di PT Pertamina (Persero) Region IV Wilayah Jawa Tengah Dan DIY." *Jurnal The Messenger* 5(1):53. doi: 10.26623/themessenger.v5i1.144.
- Parlindungan, D. R., & Candrasari, S. (2022). Pelatihan Komunikasi Organisasi Pendidikan Untuk Mengembangkan Kompetensi Guru Dalam Membangun Kualitas dan Reputasi Sekolah SMA/K Tarakanita Jakarta. *ABDIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 16-24.
- Pertiwi, Dewanti, & Davis Roganda Parlindungan. 2016. "Strategi Community Relations Dalam Membentuk Perilaku Khalayak." *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi* 2(2):132-41.
- Qonaah, Siti. 2018. "Implementasi Corporate Social Responsibility PT PLN Distribusi Jawa Tengah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Lingkungan Melalui Program 'PLN PEDULI.'" *Jurnal Komunikasi* 9(1).
- Saifudin, Ahmad. 2019. "Pendidikan Kewirausahaan Dalam Prespektif Idialisme Santripreneur." *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3:55-65.
- Saswito, Effendi Eko. 2020. *CSR Dan Pemberdayaan Masyarakat : Teori, Model Dan Implementasi Di Kota Mataram*. Yogyakarta: Ruas Media.
- Setiawan, G. T., & E. D. Lestari. 2021. "Entrepreneurial Intention With Self-Efficacy As Mediating." *DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen* 16(2):158-78.
- Sipayung, S. M. N., H. Tannady, L. F. Muhamad, S. Fitri, & I. Adinugroho. 2022. "Analisis Peran Gaya Kepemimpinan Dan Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Terhadap Kinerja Karyawan Di Perusahaan Distributor Material Konstruksi." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3(November):4033-43.
- Untung, Budi. 2014. *CSR Dalam Dunia Bisnis*. Cetakan pe. edited by A. Pramesta. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Untung, Budi. 2021. *CSR Dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: Andi Publiser