

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
PADA *FAMILY BUSINESS* CV.RAHMA TIGA LIMA  
SIDENRENG RAPPANG**

***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IMPLEMENTASION  
IN FAMILY BUSINESS CV.RAHMA TIGA LIMA  
SIDENRENG RAPPANG***

**Fira Fadhilla Firman**

Email: [fira.fadhilla0810@gmail.com](mailto:fira.fadhilla0810@gmail.com)

Program Studi Akuntansi, Universitas Hasanuddin  
Jl. Perintis Kemerdekaan KM. 10, Makassar

**Febriani**

Email: [ifafabri82@gmail.com](mailto:ifafabri82@gmail.com)

Program Studi Akuntansi, Universitas Hasanuddin  
Jl. Perintis Kemerdekaan KM. 10, Makassar

**Darwis Said**

Email: [darwissaid@yahoo.com](mailto:darwissaid@yahoo.com)

Program Studi Akuntansi, Universitas Hasanuddin  
Jl. Perintis Kemerdekaan KM. 10, Makassar

**Ratna Ayu Damayanti**

Email: [damayantiss@yahoo.com](mailto:damayantiss@yahoo.com)

Program Studi Akuntansi, Universitas Hasanuddin  
Jl. Perintis Kemerdekaan KM. 10, Makassar

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplor *Family Business Sustainability* melalui rangkaian implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada masyarakat sekitar perusahaan ataupun masyarakat secara luas. Keefektifan program-program CSR yang diterapkan perusahaan sangat penting untuk *Family Business* agar dapat terus berlanjut karena reputasi perusahaan terbangun dari pandangan masyarakat sekitar yang akan membangun komitmen dan kepedulian masyarakat terhadap kegiatan operasional perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR *Family Business* CV.Rahma Tiga Lima telah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar walaupun masih perlu dimaksimalkan. Adapun program CSR perusahaan meliputi pendidikan, kegiatan keagamaan, fasilitas umum, pegawai, dan pemberdayaan masyarakat.

**Kata Kunci:** CSR; *Family Business*; *Sustainability*.

**ABSTRACT**

*This study aims to explore Family Business Sustainability through a series of implementations of Corporate Social Responsibility (CSR) to the community around the*

*company or society at large. The effectiveness of the CSR programs implemented by the company is very important for Family Business to continue because the company's reputation is built from the views of the surrounding community which will build community commitment and concern for the company's operational activities. This research is a qualitative research with a descriptive approach. Data collection was carried out using interviews, observation and documentation techniques. The results of this research indicate that the implementation of CV. Rahma Tiga Lima's CSR Family Business is in accordance with the needs of the surrounding community, although it still needs to be maximized. The company's CSR programs include education, religious activities, public facilities, employees, and community empowerment.*

**Keywords: CSR; Family Business; Sustainability.**

## PENDAHULUAN

Perkembangan beberapa dekade terakhir, dunia bisnis menghadapi tantangan lingkungan dan sosial yang mampu mempengaruhi perkembangan bisnisnya. Tantangan lingkungan seperti emisi karbon tinggi, limbah energi, polusi, air limbah, dan kekurangan air dengan cepat mengalami peningkatan (Ismail dkk., 2018; Simmou dkk., 2022). Termasuk penanganan kecelakaan kerja (Zwetsloot dan Bruin., 2022) dan peningkatan limbah makanan yang menarik perhatian global (Srijuntrapun dkk., 2022). Adapun tantangan sosial yang menjadi problematika yakni tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan yang lebih luas (Banerje dkk., 2022) mendorong bisnis kontemporer untuk merenungkan masalah sosial bersama dengan aspek ekonomi (Shahzad dkk., 2022). Alhasil suatu bisnis perlu untuk mempertimbangkan dan mengambil langkah strategis untuk menjawab tantangan yang dihadapi.

Salah satu langkah strategis yang banyak diambil perusahaan adalah mengaplikasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam entitas bisnisnya. Sejalan dengan tujuan Masyarakat Ekonomi ASEAN yang mengarahkan perusahaan-perusahaan di ASEAN untuk pembangunan yang berorientasi pada masyarakat (Surya dan Rokhim, 2022). Dengan tantangan dan arahan ini, perusahaan tidak hanya berfokus pada kualitas dan harga produk mereka, tetapi memasukkan CSR dalam strategis untuk menjalankan bisnisnya dan menjangkau sektor pasar yang kritis (Grangel dan Campos 2018) dengan perbaikan sosial dan lingkungan (Solovjova dan Sivolapova, 2022) termasuk filantropi (Alghizzawi, 2021). Beberapa perusahaan menginvestasikan sejumlah besar sumber daya dalam kegiatan CSR untuk mengatasi masalah sosial dan lingkungan untuk mempromosikan nilai-nilai etika berharap bahwa asosiasi CSR yang positif mengarah ke pelanggan agar menghasilkan citra yang baik dan mengembangkan hubungan yang kuat dengan mereka (Liu dkk., 2022).

Bahkan Broadstock dkk. (2019) memberikan bukti empiris pengaruh positif CSR terhadap inovasi bisnis.

CSR sebagai suatu inovasi untuk bisnis berkelanjutan. Sebagaimana disampaikan oleh Hossain (2021) bahwa pembangunan berkelanjutan secara luas mengacu pada mengakomodasi berbagai masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan sumber daya tenaga kerja dan modal yang terbatas (keberlanjutan) lebih memilih memfokuskan kegiatan CSR pada beberapa isu spesifik (yaitu kepedulian karyawan, masyarakat, dan sumbangan amal) daripada mengembangkan strategi keterlibatan penuh dengan pemangku kepentingan (Chen, 2022). Sejalan dengan pendapat Lopez dkk. (2022) bahwa CSR memberikan kontribusi bagi efisiensi dan pertumbuhan berkelanjutan perusahaan. Sejalan dengan pendapat Larrán dkk. (2018) mengatakan bahwa pentingnya kepedulian yang lebih besar terhadap dimensi sosial dan lingkungan dari tanggung jawab sosial perusahaan dan keberlanjutan.

Salah satu bisnis yang banyak tersebar adalah *family business*. Bisnis keluarga adalah struktur organisasi yang dominan di seluruh dunia, mewakili lebih dari 60% bisnis global dan menyumbang lebih dari 50%–75% produk domestik bruto (PDB) dan tenaga kerja yang dipekerjakan di negara mana pun (Chaudhary dkk., 2021). Di bidang bisnis keluarga, baik pemilik bisnis keluarga maupun penasihat mereka berasumsi bahwa praktik terbaik, jika diterapkan, dapat membantu memastikan kelancaran transisi kendali keluarga dari satu generasi ke generasi berikutnya (Sathe dkk., 2022).

Berdasarkan penjabaran dari CSR dan potensi *family business*, penulis termotivasi meneliti dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada *Family Business* CV.Rahma Tiga Lima Sidenreng Rappang”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana implementasi CSR terhadap suatu bisnis keluarga. Lebih lanjut, dibahas tinjauan pustaka, metodologi, hasil penelitian serta kesimpulan dari penelitian ini.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

The World Business Council pada *Sustainable Development* mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerja sama dengan entitas yang berbeda dalam ekonomi termasuk karyawan, rumah tangga, dan masyarakat (Fukuyama dan Tan, 2021). Lingkup CSR sebagai

turunan dari pendekatan *triple bottom line*, tidak jauh dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan suatu bisnis. Simmou dkk. (2022) mengklasifikasikan beberapa lingkup dari CSR diantaranya yaitu sebagai berikut.

1. CSR kepada karyawan

Bisnis harus bereaksi terhadap persyaratan pemangku kepentingan primer dan sekunder terutama karyawan yang dianggap pemangku kepentingan yang signifikan karena mereka dapat secara langsung mempengaruhi seberapa baik perusahaan berhasil dimana ketika perilaku sosial pekerja tidak baik maka berdampak buruk pada kinerja keuangan, begitu pula sebaliknya.

2. CSR kepada masyarakat

Kewajiban CSR kepada masyarakat melalui kegiatan amal dengan mendukung layanan yang meningkatkan kualitas hidup dan membantu pertumbuhan sosial ekonomi bahkan filantropi perusahaan (misalnya pendidikan, lingkungan, seni) ini dapat mendorong kinerja perusahaan.

3. CSR kepada konsumen

Menyoroti peran penting konsumen, sebagai sebagian besar pemangku kepentingan eksternal, dalam menekan bisnis modern untuk bertindak lebih etis dengan menerapkan CSR yang dapat menjadi strategi *win-win* untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

4. CSR terhadap lingkungan

Menilai apa yang terjadi di wilayah umum yang disebut “pengelolaan lingkungan” mengacu pada inisiatif teknologi dalam pengelolaan lingkungan, daur ulang limbah, konservasi energi, desain produk hijau, dan pencegahan polusi.

Sebelum menerapkan lingkup mana CSR akan diterapkan maka perlu ditinjau langkah-langkah dari implementasinya. Vigneau (2020) mengilustrasikan langkah-langkah implementasi CSR dengan model kinerja sosial perusahaan bahwa perusahaan perlu mendefinisikan tanggung jawab sosial mereka (yaitu komponen ekonomi, hukum, etika, diskresioner); mengidentifikasi masalah sosial mana yang ingin mereka tangani; dan akhirnya menetapkan tingkat respons yang ingin mereka asumsikan untuk setiap masalah.

***Family Business Sustainability***

Sebelum membahas *family business*, maka akan jabarkan kembali konsep dari *sustainability*. Keberlanjutan telah didefinisikan sebagai mempertahankan keberadaan spesies manusia, kesejahteraan antara generasi, produktivitas, sistem ketahanan ekonomi

serta memelihara stok modal (termasuk stok modal alam) dan kapasitas regeneratif lingkungan (Wang dkk., 2019). Model bisnis berkelanjutan adalah model bisnis yang mengintegrasikan *triple bottom-line* yang mempertimbangkan pemangku kepentingan, lingkungan, dan masyarakat (Hossain, 2021). Sebagaimana yang kita ketahui, salah satu tolak ukur penerapana pendekatan ini dalam suatu bisnis dapat dilihat pada pengaplikasian CSR.

Model pembangunan berkelanjutan mendapatkan relevansi yang besar beberapa tahun terakhir sehingga beberapa perusahaan, termasuk *family business* mulai beradaptasi dengannya untuk menghasilkan kontribusi yang berbeda dan menghadapi berbagai masalah (Borre dkk., 2022). *Family business* didirikan dengan maksud untuk mentransfernya ke generasi berikutnya sering dianggap sebagai ciri paling menentukan dari bisnis keluarga (Sathe dkk., 2022). Bisnis keluarga menunjukkan bahwa adanyak hubungan keluarga yang dapat berimplikasi positif terhadap kepercayaan dan reputasi.. sebagaimana yang diutarakan oleh Chaudhary dkk. (2021) bahwa ketergantungan perusahaan pada hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan meningkatkan pentingnya kepercayaan dan reputasi dalam konteks bisnis keluarga dapat membawa keuntungan lebih besar, ketika keluarga pengendali terlibat dalam aktivitas perusahaan keluarga. Beberapa perusahaan keluarga sebagai pelayan yang berniat membangun modal sosial, berinvestasi dalam asosiasi jangka panjang dengan pemangku kepentingan karena keluarga yang memiliki bisnis seringkali berlabuh dengan baik di komunitas dan hadir untuk jangka panjang dengan menghargai, memelihara, dan mengeksplotasi modal sosial yang telah dibangun dengan pelanggan, pemasok, karyawan, dan komunitas yang lebih luas (Bakoglu dan Yildirim, 2016).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang berfokus mengeksplor program-program implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh family business CV.Rahma Tiga Lima untuk mendukung sustainability perusahaan dan melihat kesesuaian dan keefektifan program-program tersebut dengan yang dibutuhkan masyarakat sekitar. Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara langsung dengan anak dari pemilik perusahaan selaku direktur sdm, administrasi dan keuangan dan beberapa pegawai CV.Rahma Tiga Lima untuk menambah lebih banyak informasi dan juga pengumpulan data-data dengan melakukan observasi dan dokumentasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Memahami Kondisi Lingkungan dan Masyarakat Sekitar Lokasi CV.Rahma Tiga Lima**

Kondisi lingkungan dan masyarakat sekitar merupakan hal pertama yang menjadi pertimbangan perusahaan sebelum membuat program-program CSR. Adapun kondisi lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti adalah sebagai berikut:

1. Jalanan yang perlu diperbaiki
2. Kurangnya sekolah dalam lingkungan lokasi perusahaan. Sehingga masyarakat sekitar perusahaan banyak yang putus sekolah.
3. Tidak ada fasilitas olahraga seperti lapangan.
4. Dibutuhkannya pembangunan, renovasi dan pengurusan operasional mesjid.
5. Kebutuhan event-event keagamaan untuk meningkatkan keimanan masyarakat sekitar.
6. Banyak masyarakat sekitar yang termasuk warga kurang mampu yang membutuhkan bantuan pangan.
7. Masyarakat masih sulit untuk mendapatkan fasilitas kesehatan.

### **Program Implementasi CSR yang dilaksanakan CV.Rahma Tiga Lima**

Kepentingan perusahaan CV.Rahma Tiga Lima yang tidak kalah dengan profit adalah keutamaan agama. Oleh karena itu, program-program pemberdayaan masyarakat dilakukan secara rutin dan terus dikembangkan. Berdasarkan kondisi lingkungan dan masyarakat diatas, perusahaan melaksanakan beberapa program CSR yang meliputi pendidikan, ketenagakerjaan, fasilitas umum, keagamaan, dan pemberdayaan masyarakat yang dananya berasal dari keuntungan usaha, juga dari infaq, dan shadaqah. Program implementasi CSR tebagi menjadi:

1. Pendidikan: Perusahaan membangun pesantren dan mengurus bantuan pangan dan operasional pesantren. Perusahaan juga membantu pembangunan TK, Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama Ar-Rahmah untuk agar mengurangi ketimpangan pendidikan anak-anak yang dialami daerah tersebut sehingga memudahkan masyarakat sekitar untuk mendapatkan pendidikan formal.

2. Ketenagakerjaan: Perusahaan mempekerjakan masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan dan ingin bekerja menjadi karyawan utamanya masyarakat sekitar. Memberikan arahan penjelasan dan pelatihan dari pekerja senior sehingga memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk pekerjaan mereka. Selanjutnya, perusahaan memberikan beberapa manfaat kepada karyawan berupa bonus, menyediakan makan siang, dan memberikan pinjaman bagi yang membutuhkan. Saat ini perusahaan sedang membangun rumah kos untuk pekerja yang belum memiliki tempat tinggal atau bagi yang rumahnya jauh.
3. Fasilitas Umum: Mengalokasikan dana untuk perbaikan jalan, membangun wc umum, pengerjaan selokan, membangun lima mesjid yang berlokasi di lima daerah yang berbeda yang dibangun dengan harapan masyarakat dapat melakukan sholat tepat waktu utamanya setiap orang yang beraktifitas di daerah kantor (karyawan kantor, pemasok, pelanggan dan masyarakat umum) dan membangun rumah susun untuk masyarakat luas yang belum memiliki tempat tinggal.
4. Keagamaan: Perusahaan melaksanakan pembagian zakat setiap tahunnya dengan jumlah yang sesuai disyariatkan agama, perusahaan membagikan dengan mengutamakan berdasarkan kartu keluarga wilayah sekitar lalu ke masyarakat luas, pembagiannya berupa beras atau uang tunai. Selain dalam bentuk zakat, perusahaan juga membagikan beras rutin kepada masyarakat sekitar perusahaan yang kurang mampu setiap bulannya, perusahaan membantu penanggulangan bencana yang terjadi di Indonesia seperti saat gempa di palu dan bencana lainnya, perusahaan memfasilitasi kajian-kajian islami bagi siapapun yang ingin mengikuti, perusahaan memiliki yayasan yang di buat oleh keluarga pemilik yakni Yayasan Wakaf Arsyad Rahma yang mengatur beberapa operasional program keagamaan jadi sudah tidak dikelola oleh perusahaan namun diserahkan kepada pengelola yayasan. Bersama yayasan, perusahaan menyediakan ambulans untuk memudahkan masyarakat yang membutuhkan untuk akses ke rumah sakit dan terakhir perusahaan mengalokasikan dana untuk *event-event* yang bermanfaat seperti event yang diadakan rumah sakit atau pihak manapun.

Berdasarkan hasil penelitian ini, program CSR yang dilaksanakan perusahaan telah dengan kebutuhan masyarakat yang akan mempengaruhi *family business sustainability*. Program tersebut dilandasi dengan dorongan religius dan kesadaran kemanusiaan yang juga

akan meningkatkan daya saing perusahaan melalui reputasi baik yang mengarah pada keunggulan kompetitif. Hubungan simbiosis antara perusahaan dengan masyarakat akan berdampak jangka panjang pada usaha yang dapat menciptakan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan melaksanakan program-program sebagai bentuk implementasi CSR terbagi menjadi empat fokus yakni pendidikan, ketenagakerjaan, fasilitas umum dan keagamaan. Program CSR *Family Business* CV.Rahma Tiga Lima telah dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan diharapkan dapat menciptakan *sustainability* usaha dalam jangka panjang. Adapun kontribusi untuk penelitian selanjutnya, mengingat masih sedikit yang meneliti topik yang menghubungkan CSR dengan *family business* maka hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan sebagai tambahan literatur.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alghizzawi, M. A., M. A. Youssef, and M. A. Zraiq. Datasets for Corporate Social Responsibility Index of Jordanian Industrial and Service Sector Firms. *Data in Brief* 39 : 1-5.
- Bakoglu, R., and O. B. A. Yıldırım. 2016. The Role of Sustainability in Long Term Survival of Family Business: Henokiens Revisited. *Science Direct* 235 : 788-796.
- Banerjee, S., S. Homroy, and A. Slechten. Stakeholder Preference and Strategic Corporate Social Responsibility. *Journal of Corporate Finance* 77 : 1-27.
- Borre, J. R., G. C. Romero, and D. M. Padilla. 2022. Family Business: A Systematic Review Framed in The Sustainable Development Model. *Science Direct* 210 : 345-350.
- Broadstock, D. C., R. Matousek, Meyer M., and N. G. Tzeremes. 2019. Does Corporate Social Responsibility Impact Firms' Innovation Capacity? The Indirect Link Between Environmental & Social Governance Implementation and Innovation Performance. *Journal of Business Research* 1-12.
- Chaudhary, S., A. Dhir, A. Ferraris, and B. Bertoldi. 2021. Trust and Reputation in Family Businesses: A Systematic Literature Review of Past Achievements and Future Promises. *Journal of Business Research* 137 : 143-161.
- Chen, C. H. 2022. The Mediating Effect of Corporate Culture on The Relationship Between Business Model Innovation and Corporate Social Responsibility: A Perspective from Small and Medium-Sized Enterprises. *Asia Pasific Management Review* 27 : 312-319.



- Grangel, R., and C. Campos. 2018. Agile Model-Driven Methodology to Implement Corporate Social Responsibility. *Computers & Industrial Engineering* 18 : 1-37.
- Hossain, M. 2021. Frugal Innovation and Sustainable Business Models. *Technology in Society* 64 : 1-7.
- Ismail M. S., A. Ramli, and F. Darus. 2014. Environmental Management Accounting Practices and Islamic Corporate Social Responsibility Compliance: Evidence from ISO14001 Companies. *Science Direct* 145 : 343-351.
- Larrán, M., J. Andrades, and J. Herrera. 2018. An Examination of Attitudes and Perceptions of Spanish Business and Accounting Students Toward Corporate Social Responsibility and Sustainability Themes. *Revista de Contabilidad Spanish Accounting Review* 21 (2) : 196-205.
- Lopez, B., C. Rangel, and M. Fernandez. 2022. The Impact of Corporate Social Responsibility Strategy on The Management and Governance Axis for Sustainable Growth. *Journal of Business Research* 150 : 690-698.
- Sathe, V. A. Enrione, D. Finley. 2022. Avoiding the Best Practices Trap in Family Business Succession. *Science Direct* 51 : 1-20.
- Shazad, F., M. H. Baig, I. U. Rehman, A. Saeed, and G. A. Asim. 2022. Does Intellectual Capital Efficiency Explain Corporate Social Responsibility Engagement-Firm Performance Relationship? Evidence from Environmental, Social and Governance Performance Of US Listed Firms. *Borsa Istanbul Review* 22 (2) : 295-305.
- Simmou, W., K. Govindan, I. Sameer, K. Hussainey, and S. Simmou. 2022. Doing Good to be Green and Live Clean! - Linking Corporate Social Responsibility Strategy, Green Innovation, and Environmental Performance: Evidence from Maldivian and Moroccan Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Cleaner Production* 1-31.
- Solovjova, J., and E. Sivolapova. 2022. Corporate Social Responsibility in Transport and Logistics Sector. *Science Direct* 63 : 2039-2046.
- Srijuntrapun, P., P. Sukwong, and A. Mrshall. 2022. The Role of Food Waste Hierarchy as Thai Hotels Seek to Fulfill Their Corporate Social Responsibility. *Heliyon* 8 : 1-10.
- Surya, A. A., and R. Rokhim. 2022. Analysis of The Mitigation Effects of Corporate Social Responsibility on The Negative Impact of High Leverage in ASEAN-5. *Asia Pasific Management Review* 27 : 257-264.
- Swetsloot, G. I. J. M., and T. Bruin. 2022. Surviving Relatives as Stakeholders for Corporate Social Responsibility and as Leaders for Meaningful Safety Improvement. A Case Study From The Netherlands. *Safety Science* 157 : 1-10.

Vigneau, L. 2020. A Micro-Level Perspective on The Implementation of Corporate Social Responsibility Practices in Multinational Corporations. *Journal of International Management* 26 : 1-15.