

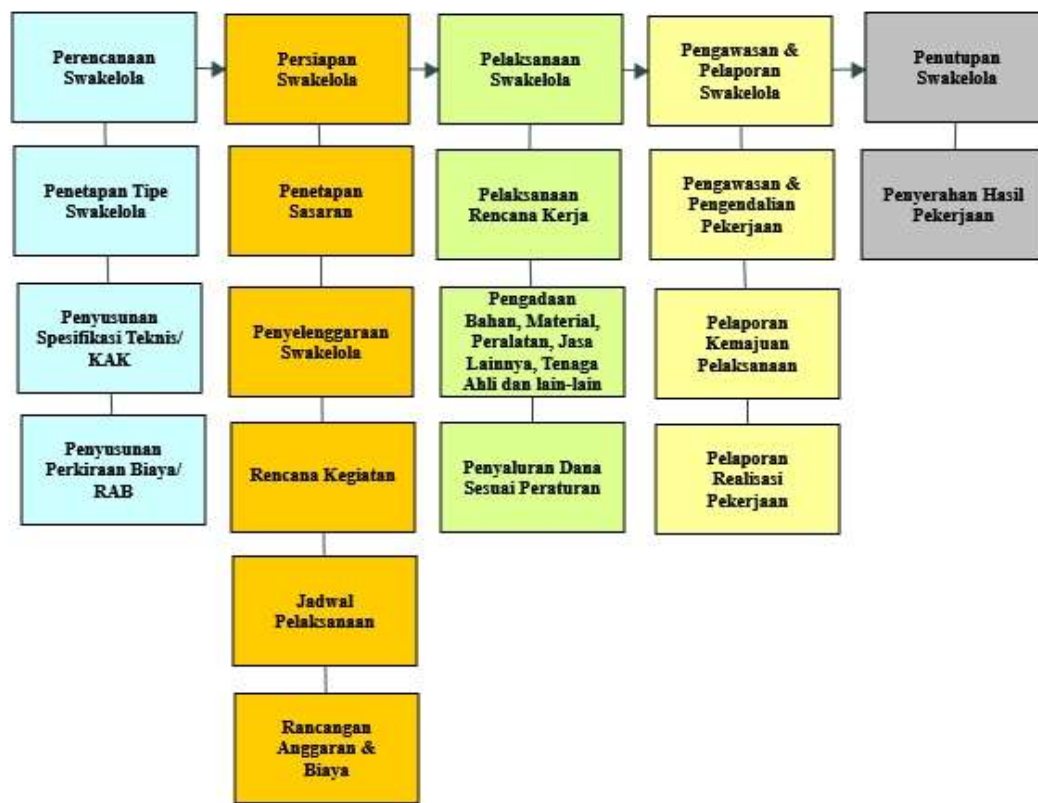
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengadaan Barang & Jasa metode Swakelola

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No.16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang & Jasa Pemerintah, seluruh kegiatan pengadaan harus menerapkan prinsip-prinsip: efisien; efektif; transparan; terbuka; bersaing; adil, dan akuntabel. Tujuan seluruh kegiatan pengadaan barang & jasa pun harus memenuhi beberapa kriteria antara lain: 1) menghasilkan barang & jasa yang tepat dari setiap uang dibelanjakan yang diukur dari aspek kualitas, jumlah, waktu, biaya, lokasi, dan penyedia, 2) meningkatkan penggunaan produk dalam negeri, 3) meningkatkan peran serta UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah), 4) meningkatkan peran pelaku usaha skala lokal hingga nasional, 5) mendukung pelaksanaan penelitian dan pemanfaatan barang/jasa dari hasil penelitian, 6) meningkatkan keikutsertaan industri kreatif, 7) mendorong pemerataan ekonomi, 8) mendorong pengadaan berkelanjutan.

Tidak terkecuali pengadaan swakelola yang terdiri dari beberapa kategori yang dilihat dari cara memperoleh barang dan jasanya, antara lain: 1) Tipe I – dikerjakan sendiri oleh institusi Kementerian/ Lembaga/ Perangkat Daerah, 2) Tipe II – dikerjakan antar institusi Kementerian/ Lembaga/ Perangkat Daerah lain, 3) Tipe III – dikerjakan oleh Organisasi Kemasyarakatan, dan 4) Tipe IV – dikerjakan oleh Kelompok Masyarakat yang secara umum memiliki tahapan alur proses pelaksanaan yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 – Tahapan Pelaksanaan Swakelola tidak melihat tipe swakelolanya

Fokus pada pengadaan swakelola tipe IV yang kegiatan pengadaannya dikerjakan oleh Kementerian/ Lembaga/ Perangkat Daerah sebagai penanggung jawab dengan anggaran dan pembiayaannya berdasarkan dari usulan Kelompok Masyarakat, kemudian dilaksanakan dan diawasi pelaksanaannya oleh Kelompok Masyarakat itu sendiri sejak perencanaan hingga penyerahan hasil pekerjaan sebagai pelaksana swakelola berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No.16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang & Jasa Pemerintah. Pelaksanaan pengadaan swakelola pada CSR infrastruktur dengan kemitraan CSV yang dilakukan PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng sebagai perusahaan BUMN dikategorikan sebagai pengadaan swakelola tipe IV karena didasarkan pada

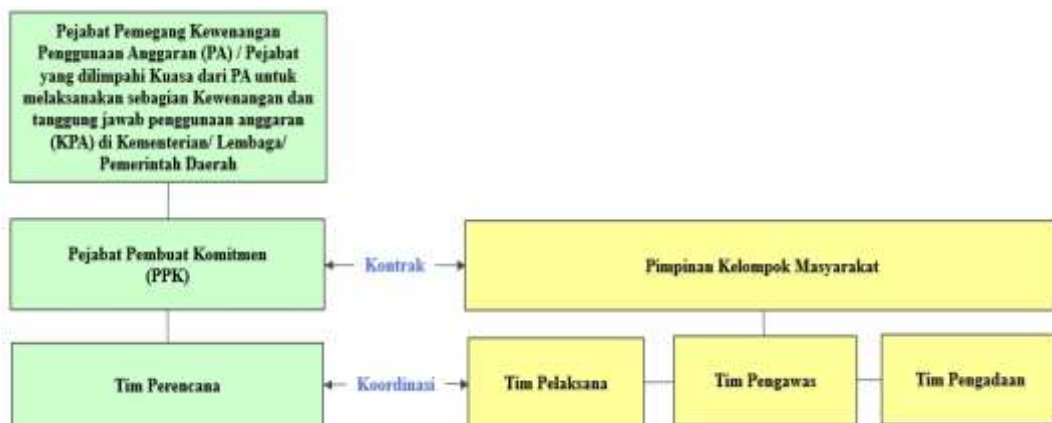
usulan/ aspirasi dari pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang anggarannya dibiayai menggunakan CSR perusahaan dan selanjutnya didelegasikan kepada Kelompok Masyarakat untuk dilaksanakan.

Pedoman Pengadaan Barang & Jasa Pemerintah Republik Indonesia saat ini telah diperbaharui dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia No.12 Tahun 2021 tentang Pengadaan Barang & Jasa Pemerintah (Perubahan atas Peraturan Presiden Republik Indonesia No.16 Tahun 2018) dengan aturan yang tidak jauh berbeda dari sebelumnya untuk kegiatan pengadaan swakelola baik untuk Tipe I, II, II dan IV. Pedoman pelaksanaan CSR infrastruktur PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng dengan pengadaan swakelola tipe IV yang beririsan kemitraan CSV (*corporate shared values*) dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Perencanaan Swakelola

Perencanaan pengadaan swakelola tipe IV dimulai saat PA (Pejabat pemegang kuasa/ kewenangan anggaran) di Kementerian/ Lembaga/ Perangkat Daerah yang bertanggung jawab sebagai penggunaan anggaran menetapkan PPK (Pejabat pembuat komitmen) dan Tim Perencana guna membuat komitmen kontrak bersama Pemimpin Kelompok Masyarakat dan melakukan koordinasi dengan Tim Pelaksana, Tim Pengawas dan Tim Pengadaan yang telah ditentukan oleh Pemimpin Kelompok Masyarakat. *General Manajer* sebagai PA (Pejabat pemegang kuasa/ kewenangan anggaran) di PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng menetapkan *Manager* CSR sebagai PPK (Pejabat pembuat komitmen) guna membuat kontrak kesepakatan dengan Kepala Desa sebagai Pimpinan

Kelompok Masyarakat, sedangkan staf *field public relations, finance* dan *civil engineer* sebagai Tim Perencana melakukan koordinasi dengan Tim Perangkat Desa dan Kelompok Masyarakat yang telah ditunjuk Pimpinan Kelompok Masyarakat sebagai Tim Pelaksana, Tim Pengawas dan Tim Pengadaan guna melaksanakan komitmen, yang digambarkan berikut:



Gambar 2. 2 – Pola Pelaksanaan Swakelola Tipe IV

Dalam penyelenggaraan kegiatan pengadaan swakelola tipe IV dengan kemitraan CSV (*corporate shared values*) memiliki beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain :

- a). Menetapkan Tim Penyelenggara pelaku swakelola yang terdiri atas 1) Tim Perencana yang memiliki tugas menyusun sasaran identifikasi kebutuhan, identifikasi penerima manfaat, rencana lokasi dan jadwal pelaksanaan, serta RAB (rencana anggaran & biaya), 2) Tim Pelaksana yang memiliki tugas melaksanakan, mencatat, mengevaluasi, dan melaporkan secara berkala kemajuan pelaksanaan dan penyerapan anggarannya, 3) Tim Pengawas yang memiliki tugas mengawasi persiapan dan pelaksanaan fisik maupun

administrasi keuangan swakelola, 4) Tim Pengadaan Barang/Jasa yang memiliki tugas melakukan penyediaan sesuai kebutuhan.

- b). Tim Penyelenggara melaksanakan kegiatan sesuai dengan jadwal, tahapan, dan KAK (kerangka acuan kerja) yang telah ditetapkan oleh PPK (Pejabat Pembuat Komitmen) berdasarkan kontrak pelaksanaan yang disepakati dan dilarang mengalihkan pekerjaan utama swakelola kepada pihak lain.
- c). Tim Penyelenggara membuat pengajuan kebutuhan tenaga kerja/ ahli dan struktur organisasinya, menetapkan sarana prasarana/ peralatan maupun material/ bahan yang diperoleh dari penyedia sesuai rencana kegiatan, serta melaporkan penggunaannya sesuai jadwal pelaksanaan secara berkala.
- e). Tim Penyelenggara menyusun laporan penerimaan dan penggunaan tenaga kerja (tenaga teknis, terampil atau pendukung), sarana prasarana/ peralatan, material/bahan, menyusun laporan hasil pelaksanaan swakelola beserta dokumentasi sesuai dengan yang diatur dalam dokumen kontrak.
- f). PPK (Pejabat Pembuat Komitmen) melakukan pembayaran pelaksanaan swakelola sesuai dengan kesepakatan yang tercantum dalam kontrak sesuai dengan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan.

2. Pembayaran/ Penyaluran dana Swakelola

Pelaksanaan swakelola dilakukan pembayaran/ penyaluran dana untuk keperluan tenaga kerja, tenaga ahli (jika diperlukan), peralatan/suku cadang dan bahan/ material sesuai kontrak kesepakatan dan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan berlaku di lingkungan Kementerian/ Lembaga/ Perangkat

Daerah yang anggarannya berasal dari APBN/ APBD dan pertanggungjawaban pembayaran mengikuti Peraturan dari Direktorat Jenderal Perbendaharaan atau Kepala Lembaga/ Perangkat Daerah sekitar. Pembayaran pelaksanaan CSR infrastruktur swakelola dengan kemitraan CSV PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng telah ditentukan sesuai kontrak untuk tenaga kerja yang dikutsertakan dalam Kelompok Masyarakat serta kebutuhan bahan/material yang akan dibeli dari pelaku usaha/ penyedia barang menggunakan anggaran dari RKAP (Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan) khususnya *Cost Center/ Work Base Structur Community Development* yang pertanggungjawaban pembayaran mengikuti prosedur keuangan perusahaan/ PT. Geo Dipa Energi (Persero).

3. Pengawasan Swakelola

Kegiatan pengawasan/ observasi dilakukan Tim Pengawas sesuai struktur organisasi terhadap indikator-indikator kinerja pelaksanaan swakelola secara berkala secara terukur dari perencanaan, menganalisa proses kemajuan dan/ status perkembangan pekerjaan sesuai teknik dan waktu pelaksanaannya, tanggap menyelesaikan/ mengambil tindak lanjut terhadap kejadian/ isu-isu pelaksanaan swakelola, hingga administrasi keuangannya agar tujuan pelaksanaan swakelola dapat selesai sesuai kontrak yang disepakati dengan kegiatan meliputi:

- a). Pengawasan administrasi dilakukan terhadap dokumentasi dan pelaporan proses kemajuan dan/ status perkembangan pekerjaan;
- b). Pengawasan teknis terhadap hasil pelaksanaan pekerjaan untuk mengetahui realisasi fisik pekerjaan meliputi:

- i. Penggunaan bahan meliputi pengadaan, pemakaian dan sisa bahan;
 - ii. Penggunaan peralatan/suku cadang di lapangan;
 - iii. Penggunaan tenaga kerja, ahli dan pendukung (jika diperlukan).
- c) Pengawasan administrasi keuangan yang mencakup cara pembayaran serta efisiensi dan efektifitas penggunaan keuangan, dan
- d). Jika hasil pengawasan ditemukan isu maupun kejadian terkait isu deviasi/ penyimpangan/ pelanggaran, maka Tim Pengawas harus dapat memberikan rekomendasi evaluasi kepada Pimpinan Kelompok Masyarakat berdasarkan indikator-indikator yang ditemukan agar segera mengambil tindakan perbaikan guna menjamin penyelesaian swakelola sesuai kontrak.

4. Pelaporan Kemajuan & Realisasi Swakelola

Tim Penyelenggara membuat pelaporan kemajuan pelaksanaan swakelola kepada PPK (Pejabat pembuat komitmen) meliputi ruang lingkup hasil evaluasi pelaksanaan, jadwal, biaya, kualitas, risiko secara berkala, serta rekomendasi guna memperbaiki dan meningkatkan pelaksanaan swakelola selanjutnya. Selain itu, Tim Penyelenggara pun harus membuat dokumen pendukung pelaporan realisasi yang meliputi:

- a). Pengadaan dan penggunaan material/bahan;
- b). Pengadaan dan penggunaan tenaga kerja/ahli;
- c). Pengadaan dan penggunaan peralatan/suku cadang;
- d). Realisasi keuangan dan biaya yang diperlukan;
- e). Pelaksanaan fisik dan Hasil kerja setiap jenis pekerjaan.

5. Pertanggungjawaban/ Serah Terima Swakelola

Setelah seluruh tahapan pelaksanaan swakelola selesai mencapai 100%, kemudian Pemimpin Kelompok Masyarakat menyerahkan hasil pekerjaan kepada PPK (Pejabat Pembuat Komitmen) didukung dengan BAST (Berita Acara Serah Terima) hasil pekerjaan sesuai dengan kontrak.

Pelaksanaan CSR infrastruktur swakelola dengan kemitraan CSV PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng telah menerapkan langkah-langkah perencanaan, pembayaran/ penyaluran dana, pelaporan kemajuan dan realisasi pekerjaan, serta pertanggungjawaban/ serah terima sesuai dengan pedoman Pengadaan Barang & Jasa Pemerintah berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No.12 Tahun 2021 tentang Pengadaan Barang & Jasa Pemerintah (Perubahan atas Peraturan Presiden Republik Indonesia No.16 Tahun 2018)

2.2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Pengertian CSR pada journal Worldbank diartikan “*The commitment of business to behave ethically and contribute to sustainable economic development by working with all relevant stakeholders to improve their business, the sustainable development agenda and the society at large*” (Mazurkiewicz, 2004), diterjemahkan “Komitmen bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan bekerjasama dengan semua pemangku kepentingan terkait untuk meningkatkan bisnis mereka, serta agenda pembangunan berkelanjutan, dan masyarakat luas”. Mazurkiewicz & Crown (2005) kemudian mengembangkan arti CSR sebagai “Komitmen sukarela oleh

manajer perusahaan untuk mengintegrasikan pertimbangan sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka. Komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan bekerjasama karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup mereka baik untuk bisnis maupun pembangunan. Komitmen ini melampaui kepatuhan normal terhadap kewajiban hukum, peraturan, dan kontrak, yang diharapkan dipenuhi oleh perusahaan”.

Berdasarkan pedoman ISO:26000 (2018) – *Guidance Standard on Social Responsibility* mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etis guna berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Perspektif lain menurut Herciu (2016), CSR merupakan bagian dari upaya pembangunan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap organisasi guna mempertahankan keberlanjutan bisnis (*business sustainability*) dengan cara: 1) menciptakan nilai bagi organisasi & pemangku kepentingan, 2) menambah, mengurangi/ mengubah modal; finansial, manusia, sosial, maupun intelektual, 3) menekankan hasil dan peningkatan kinerja, 4) meningkatkan kredibilitas, 5) menarik investor. Menurut Hadi (2020), CSR merupakan memberikan pedoman bagaimana bisnis dapat beroperasi secara etis, bertanggung jawab dan transparan memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan dan kesejahteraan masyarakat, mensinergikan kegiatannya dengan kepentingan masyarakat dan pelestarian lingkungan sekaligus mewujudkan amanat konstitusi yakni kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa dengan prinsip-prinsip:

akuntabilitas, transparansi, perilaku etis, menghormati kepentingan *stakeholder*, penegakan hukum, norma dan perilaku global dan hak asasi manusia yang tertuang dalam kerangka kerja CSR sesuai pedoman ISO:26000.

Selanjutnya Motik et al. (2015) menjelaskan perilaku bertanggung jawab sosial ditunjukkan dengan berperilaku etis dan transparan, memperhitungkan harapan pemangku kepentingan, mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku, serta terintegrasi di seluruh perusahaan dan dipraktikkan dalam interaksinya dengan pihak lain. Tujuan akhir dari CSR adalah kontribusi perusahaan bagi pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang sebaiknya dapat dikomunikasikan kepada para pemangku kepentingan utama (*stakeholder*) dalam pelaksanaannya yaitu kepada industri, pemerintah, karyawan/ buruh, konsumen, lembaga swadaya masyarakat, dan pihak-pihak SSRO (*service, support, research & others*) dalam upaya mencapai keberhasilan program CSR, tapi juga dalam menciptakan hubungan organisasi-pemangku kepentingan yang lebih harmonis. Sedangkan Radyati (2016) menjelaskan, CSR bukanlah sekadar sumbangan, amal, derma, fitrah, infak yang bersifat filantropi semata, dan memang tidak juga bisa dipaksakan berbentuk penyisihan laba bersih perusahaan melalui regulasi, namun tanggung jawab seluruh departemen dalam perusahaan, sehingga seluruhnya harus turut mengambil keputusan dan melakukan aktivitas guna menghasilkan dampak kepada masyarakat dan lingkungan hidup, misalnya kontribusi CSR berbentuk donasi (*charity*) dan peningkatan keterampilan masyarakat (*capacity building*) penting yang perlu dilakukan, namun demikian pemberdayaan masyarakat (*community development*) menjadi bentuk CSR yang

sangat *urgent* dan *crucial* untuk dilaksanakan karena memerlukan *effort* yang lebih dibanding bentuk CSR lainnya.

Pelaksanaan CSR infrastruktur bermetode swakelola dengan kemitraan CSV (*corporate shared values*) yang dilakukan PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng dapat dikategorikan sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat (*community development*) yang berkomitmen memberikan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan bekerjasama dengan kelompok masyarakat atau komunitas masyarakat lokal guna menghasilkan dampak peningkatan kualitas hidup, ekonomi dan pembangunan infrastruktur sekitar perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan hubungan yang lebih harmonis dengan *stakeholder*.

2.2.1. Kerangka Kerja CSR

Menurut penjelasan Motik et al. (2015) terdapat 4 (empat) fokus kerangka kerja utama yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mengelola CSR, yaitu:

1. Fokus pada etika bisnis & prinsip tanggung jawab sosial

Etika dan prinsip perilaku yang dipandang baik dan benar dalam pelaksanaan CSR ada 7 (tujuh) berdasarkan pedoman ISO:26000 (2018):

- 1) Akuntabilitas atas dampaknya kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat, ekonomi dan lingkungan hidup.
- 2) Transparansi akan keputusan dan kegiatannya yang berdampak pada masyarakat dan lingkungan hidup

- 3) Perilaku etis yang didasarkan pada kejujuran, keadilan dan integritas; sebagai bentuk kepedulian terhadap manusia, hewan, dan lingkungan hidup, serta berkomitmen untuk menangani dampak dan keputusannya.
- 4) Menghormati kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*) dengan mempertimbangkan dan menanggapi para kepentingan mereka.
- 5) Menghormati aturan hukum dan menerima bahwa aturan hukum adalah suatu keharusan (*mandatory*).
- 6) Menghormati norma perilaku internasional berpegang pada prinsip menghormati peraturan hukum.
- 7) Menghormati, menghargai dan mengakui pentingnya hak asasi manusia maupun universalitas hak asasi manusia.

2. Fokus pada kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*)

Dalam hal menyeimbangkan peran dan hubungan antara *stakeholder*, maka perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial atau yang biasa dikenal dengan istilah CSR (*corporate social responsibility*) kepada para *stakeholdernya* yang secara tidak langsung ikut merasakan setiap dampak dari kebijakan perusahaan jika menginginkan perusahaannya terus beroperasi dalam jangka panjang ISO:26000 (2018), terlebih lagi dalam memaksimalkan keuntungan perlu mengintegrasikan aspek sosial dan kepedulian lingkungan dalam operasi bisnisnya dalam berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan yang berbasis kesukarelaan (Hadi, 2020).

(dilakukan secara mandiri sesuai tugas & fungsi), *Fairness* (berkeadilan bagi semua pihak).

2) Praktik operasi/ bisnis yang adil (*Fair operating practice*);

Prinsip spesifik yaitu perilaku etis yang utama dengan isu-isu yang dapat muncul yaitu: anti korupsi, keterlibatan dalam politik yang bertanggung jawab; persaingan adil (*fair*); mendorong tanggung jawab sosial di rantai nilai; menghargai hak kepemilikan.

3) Hak asasi manusia (*Human right*);

Prinsip spesifik yaitu hak asasi manusia adalah hak yang melekat, tidak dapat dicabut, universal, tak terpisahkan dan saling bergantung, yang terkait dengan kemanusiaan yang adil dan beradab dengan isu-isu yang dapat muncul misalnya: *due dilligence* (analisa dampak keputusan & kegiatan); prinsip dasar dan hak sipil, politik, ekonomi, sosial, budaya di tempat kerja; penanganan keluhan & menghindari situasi berisiko.

4) Praktik tenaga kerja/ Perburuhan (*Labour practice*);

Prinsip spesifik yaitu pekerja bukanlah sebuah komoditas (sebaiknya tidak diperlakukan sebagai faktor produksi); berhak mendapat nafkah dari pekerjaan yang dipilihnya, berhak atas kondisi kerja yang adil dan baik dengan isu-isu yang dapat muncul yaitu: pekerjaan dan hubungan kerja; kondisi kerja dan perlindungan sosial; adanya kesehatan keselamatan kerja, pengembangan SDM dan pelatihan di tempat kerja & dialog sosial.

5) Keterlibatan & pengembangan masyarakat (*Community involvement & development*);

Prinsip spesifik yaitu perusahaan adalah bagian yang tak terpisahkan dari komunitasnya yang berhak mengambil keputusan sendiri; menghargai karakteristik komunitasnya; kerja sama dengan isu-isu yang dapat muncul yaitu: pelibatan masyarakat; pendidikan dan kebudayaan; penciptaan lapangan kerja dan pengembangan keterampilan; pengembangan dan akses ke teknologi; kemakmuran dan penciptaan pendapatan; kesehatan dan investasi sosial.

6) Lingkungan hidup (*The environment*);

Prinsip spesifik yaitu tanggung jawab lingkungan; kehati-hatian; sistem manajemen risiko lingkungan; dan konsekuensi membayar pencemaran dengan isu-isu yang dapat muncul antara lain: pencegahan pencemaran; perlindungan lingkungan hidup; penggunaan sumber daya berkelanjutan; mitigasi adaptasi perubahan iklim, keanekaragaman hayati dan pemulihan habitat alami.

7) Isu konsumen (*Consumer issues*);

Prinsip spesifik yaitu terpenuhinya kebutuhan dasar dengan produk dan jasa *esensial*; pemenuhan keselamatan sesuai standar hidup; menentukan pilihan untuk didengarkan dengan informasi maupun privasi; kompensasi kerugian; edukasi terhadap lingkungan yang sehat; prinsip kehati-hatian. Isu-isu yang dapat muncul antara lain: perlindungan terhadap kesehatan dan keselamatan konsumen; konsumsi berkelanjutan; dukungan layanan, penyelesaian keluhan dan perselisihan konsumen; perlindungan data dan privasi konsumen; akses ke pelayanan dasar; pendidikan dan kesadaran.

4. Fokus pada Proses Kegiatan

Menurut Motik et al., (2015) perusahaan sebaiknya mengintegrasikan CSR melalui keputusan dan aktifitas kegiatannya di seluruh perusahaan dan lingkaran pengaruhnya (*sphere of influence*). Aktivitas program tanggung jawab sosial/ CSR sebaiknya diarahkan untuk mengelola dampak, terutama dampak negatif, dari produk, jasa, proses produksi dan operasi bisnis, serta keputusan perusahaan terhadap pemangku kepentingan, sedangkan kegiatan atau program sesaat yang lebih ditujukan untuk kepentingan reputasi semata, disarankan agar ditinjau kembali. Kegiatan dan program CSR dapat berbeda-beda dari satu perusahaan ke perusahaan lain, tergantung dari karakteristik perusahaan, dampak dan pemangku kepentingannya.

Menurut Hadi (2019) kajian tentang CSR perlu juga memfokuskan pada proses perencanaan yang berkaitan dengan mengapa program-program CSR tersebut yang dipilih. Dalam analisis kondisi, Pentingnya masyarakat (kelompok sasaran) turut aktif dalam proses perencanaan, siapa yang terlibat dan bagaimana keterlibatannya karena masyarakat yang lebih mengetahui tentang kondisi dilingkungan mereka. Dengan demikian, masyarakat juga mampu merumuskan berbagai alternatif program yang sesuai dengan kondisi dan sumberdayanya. Demikian juga mereka dipandang mampu memilih program yang paling layak untuk dilaksanakan. Mereka juga akan melakukan evaluasi sebagai umpan balik dalam melakukan penanggulangan masalah guna menentukan keberlanjutan program.

Kegiatan CSR infrastruktur yang dilakukan PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng bermetode pengadaan swakelola dilakukan atas dasar *due dilligence* (analisa dampak keputusan & kegiatan) terkait kebijakan perusahaan sebelumnya yang perlu dirubah karena dinilai belum menjalankan praktik bisnis yang adil (*fair operating*) dalam memenuhi keterlibatan pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang secara hak asasi manusia (*human right*) dapat terlibat dengan kerangka kerjanya yang berfokus pada pemenuhan prinsip akuntabilitas dan transparansi sesuai tata kelola baik (*good governance*) guna mempertahankan keberlanjutan bisnis (*business sustainability*) dan citra perusahaan secara jangka panjang.

2.2.2. Mengukur Keberhasilan CSR

Menurut penjelasan Motik et al., (2015) pelaksanaan CSR yang berhasil diukur dengan beberapa komponen penilaian antara lain: 1) mampu meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari produk, jasa, proses produksi dan operasi bisnis serta keputusan perusahaan, 2) memiliki dampak lebih besar dan luas terhadap pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, 3) sesuai karakteristik organisasi, pemangku kepentingan masyarakat, serta kearifan lokal, 4) terintegrasi dalam kebijakan, budaya, strategi dan operasi perusahaan, 5) memenuhi hukum dan perundang-undangan yang berlaku, 6) melibatkan pemangku kepentingan yang terkena dampak pada setiap tahapannya, 7) mampu mendorong organisasi lain dalam lingkaran pengaruhnya (*sphere of influence*) juga berperilaku bertanggung jawab sosial, 8) bentuk proses perbaikan terus-menerus (*continues improvement*).

Sedangkan menurut Hadi (2019) pelaksanaan CSR yang berhasil dinilai dari beberapa penerapan, antara lain:

1. Perusahaan yang memiliki komitmen tinggi dalam pelaksanaannya pasti akan diekspresikan dalam PROPER Emas dan Hijau dalam indikator kinerja kunci atau KPI (*key performance indicator*) baik pekerja dan organisasi perusahaan.
2. Perusahaan menempatkan CSR di unit kelembagaan tersendiri dan dikoordinasi oleh staf *field public relations* yang mampu melakukan pemetaan sosial (*social mapping*) dan melakukan fokus kajian tentang perencanaan CSR dengan baik.
3. Para pengelola CSR tidak seluruhnya berlatar belakang yang relevan tetapi sebagian besar telah memiliki pengalaman memadai dalam pelaksanaan CSR dan telah mengikuti pelatihan yang terkait dengan CSR dan manajemen konflik.
4. Program CSR telah didahului kegiatan *social mapping* dan dituangkan dalam perencanaan, pelaksanaan dan pemantuan, meskipun ada beberapa program dan kegiatannya tidak terkait dengan hasil *social mapping*.
5. Program CSR meliputi aspek ekonomi, kesehatan, pendidikan, budaya, sosial, dan lingkungan yang dikelompokkan menjadi beberapa kategori yaitu: *charity*, *infrastructure*, *capacity building* dan *community empowerment/ development*.
6. Program CSR memiliki peran dalam pengentasan kemiskinan pada masyarakat sekitar, dalam konteks memenuhi penerima manfaat kelompok rentan secara inklusif dan berpengaruh dari sisi ekonomi (*influential*).
7. Program CSR sebagian besar telah mampu memenuhi aspek pengelolaan yang baik (*organized*) aspek menumbuhkan kepercayaan (*confident*) pada program-program unggulan dan berpotensi memenuhi keberlanjutan (*sustainability*)

8. Program CSR sebagian besar telah mampu memenuhi aspek *influential* dari sisi natural kapitalnya ditandai berkurangnya beban lingkungan mendayagunakan limbah-limbah serta melaksanakan prinsip 3R (*reduce, reuse, recycle*)
9. Program CSR selalu didampingi oleh pelopor dari masyarakat lokal (*local hero*) telah di replikasi di sekitar desa-desa lain maupun wilayah lain dan perusahaan kuat mengorganisasi kelompok serta mendayagunakan potensi lokal.
10. Perusahaan melaksanakan program CSR yang memenuhi etika bisnis karena melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta berhasil bisa menjadi alternatif tersedianya lapangan kerja dan usaha.
11. Program CSR berbentuk infrastruktur yang dilakukan sangat bermakna ketika masyarakat sangat memerlukan khususnya fasilitas pendidikan dan fasilitas umum sebagai fundamental kebutuhan hidup sehari-hari.
12. Program CSR yang sudah mulai menyentuh kelompok masyarakat difabel, miskin, terpinggirkan, marginal (sangat rentan mengalami masalah sosial, dan sangat beresiko secara sosial).
13. Peta jalan (*road map*) program CSR telah disusun menuju tahapan kemandirian masyarakat (*exit strategy*) dalam arti tidak lagi memberikan bantuan dana dan pendampingan, namun sebaliknya tetap menjadi mitra kelompok binaan.
14. Banyaknya program CSR unggulan dilaksanakan perusahaan dengan tahapan perencanaan (*social mapping*), penentuan proses program kegiatan pelaksanaan (pengorganisasian kelompok & pendampingan), dan evaluasi (umpan balik & tindak lanjut dari pemantauan) dengan baik.

Pelaksanaan CSR infrastruktur swakelola dengan kemitraan CSV PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng ini dipilih untuk diimplementasikan berdasarkan hasil *social mapping* yang bertujuan untuk memberikan bantuan pembangunan infrastruktur (*infrastructure support*) guna dukungan pemenuhan kebutuhan pokok yang berkaitan dengan sarana prasarana umum, dan bantuan tempat tinggal atau infrastruktur masyarakat dalam mendukung peningkatan kualitas kehidupan sehat dan sejahtera serta mendukung pengentasan kemiskinan bagi masyarakat rentan secara inklusif yang berpengaruh dari disisi ekonomi (*influential*) karena menjadi alternatif tersedianya lapangan kerja khususnya saat pandemik COVID-19 yang diharapkan dapat memenuhi etika bisnis (*business ethic*) dan mendukung keberlanjutan bisnis (*business sustainability*) guna meraih indikator kinerja kunci/ KPI (*key performance indicator*) staf *field public relations* PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng, meski secara realitas pelaksanaannya ditentukan oleh niat baik dan kemauan dari internal perusahaan itu sendiri.

2.2.3. Keuntungan Melakukan CSR

Menurut Fauzan (2011) ada 10 (sepuluh) manfaat keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan jika melakukan CSR, yaitu:

1. Mempertahankan dan mendongkrak citra/ reputasi (*good image*) perusahaan.

Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti mendongkrak citra/ reputasi (*good image*) positif perusahaan dan citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.

2. Layak mendapatkan *social licence to operate*.

Masyarakat sekitar adalah komunitas/ pemangku kepentingan (*stakeholder*) utama perusahaan. Ketika mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan, sehingga imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan sekitar perusahaan.

3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.

Mengelola risiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha tidak terkecuali risiko berhubungan dengan *stakeholders* pasti akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Apabila sudah terjadi permasalahan, maka biaya *recovery* akan jauh lebih berlipat dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program CSR. Oleh karena itu, pelaksanaan CSR menjadi langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan *stakeholders* dengan cara antara lain:

1) Melebarkan akses sumber daya.

Rekam jejak (*track records*) baik pengelolaan CSR suatu perusahaan merupakan keunggulan bersaing yang dapat membantu memuluskan jalan menuju terbukanya akses pada sumber daya diperlukan.

2) Membentangkan akses menuju pasar (*market*).

Investasi yang ditanamkan untuk program CSR menjadi tiket perusahaan menuju peluang yang lebih besar dan luas, termasuk dengan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

3) Mereduksi / Penghematan biaya.

Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan CSR, misalnya: mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi karena selain dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan menjadi lebih aman bagi lingkungan.

4) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*.

Implementasi CSR dapat membantu meningkatkan frekuensi komunikasi dengan *stakeholders* yang akan semakin menambah kepercayaan kepada perusahaan.

5) Memperbaiki hubungan dengan *regulator*.

Perusahaan yang melaksanakan CSR umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai *regulator* yang sebenarnya bertanggungjawab pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungannya.

6) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

Citra/ reputasi (*good image*) perusahaan yang baik di mata *stakeholders* dan kontribusi positif yang diberikan pada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga dapat meningkatkan motivasi kerja.

7) Peluang mendapatkan penghargaan.

Banyaknya penghargaan (*reward*) yang diberikan perusahaan sebagai pelaku CSR, akan menambah kesempatan (*chance*) lebih besar bagi perusahaan untuk mendapatkan pencapaian pengakuan (*award*).

Pelaksanaan CSR infrastruktur swakelola dengan kemitraan CSV PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng ini diharapkan memberikan dampak baik dan

keuntungan guna mempertahankan citra/ reputasi (*good image*) perusahaan, mewujudkan hubungan baik perusahaan dengan masyarakat yang menghasilkan penerimaan masyarakat (*social acceptance*) karena mendapatkan ijin sosial dari masyarakat (*social license*) dan menghindari potensi konflik dan gejolak sosial yang akan terjadi dimasa mendatang, serta memperbaiki hubungan dengan pemerintah sekitar (*regulator*) yang secara tidak langsung telah mendukung program peningkatan kesejahteraan masyarakatnya yang diharapkan menambah kesempatan mendapatkan PROPER.

2.2.4. Strategi CSR dengan CSV berorientasi pembangunan berkelanjutan

Menurut Sunaryo (2015), tujuan CSR adalah mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang memadukan aspek lingkungan hidup, ekonomi dan sosial yang berwawasan jangka panjang guna meningkatkan kualitas kehidupan sosial dan lingkungan yang bermanfaat bagi itu perusahaan sendiri, komunitas sekitar, dan masyarakat pada umumnya. Kini paradigma praktik CSR dapat diperluas dengan strategi pendekatan CSV (*creating shared values*) atau menciptakan nilai bersama melalui keterlibatan dan kepentingan masyarakat *beyond the rules & regulation*, namun tetap selaras dengan visi, misi, dan tata nilai perusahaan guna berkontribusi pada keberlanjutan bisnis, meningkatkan citra/ reputasi perusahaan, menciptakan hubungan harmonis dan lingkungan kondusif hingga pembangunan berkelanjutan yang memberikan nilai tambah bagi seluruh pihak (Daniri, 2021). Pembangunan berkelanjutan merupakan upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk

menjamin keutuhan terjaganya lingkungan serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, mutu hidup generasi masa kini dan masa depan berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Berdasarkan *agenda summit 2030 UN SDGs (United Nations Sustainable Development Goals)* penetapan komponen SDGs (*Sustainable Development Goals*) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan meliputi 17 (tujuh belas) meliputi aspek: 1) tanpa kemiskinan, 2) tanpa kelaparan 3) kehidupan sehat dan sejahtera, 4) pendidikan berkualitas, 5) kesetaraan gender, 6) akses terhadap air bersih dan sanitasi layak, 7) energi bersih dan terjangkau, 8) pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, 9) industri, inovasi dan infrastruktur, 10) berkurangnya kesenjangan, 11) kota dan permukiman yang berkelanjutan, 12) konsumsi dan produksi bertanggung jawab dan berkelanjutan, 13) penanganan perubahan iklim, 14) ekosistem laut, 15) ekosistem darat, 16) perdamaian, keadilan, kelembagaan yang tangguh, 17) kemitraan (ISO 26000, 2018).

Menurut Hadi (2020), konteks SDGs pada skala negara Indonesia terdapat beberapa agenda prioritas keberlanjutan Pembangunan Manusia meliputi: 1) tanpa kemiskinan dan kelaparan, 2) akses terhadap air bersih dan sanitasi layak, 3) peningkatan kesejahteraan dan pendidikan mencakup peningkatan kualitas hidup melalui jaminan sosial, pendidikan serta reformasi agraria, 4) konsumsi, produksi serta pembangunan/ pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, 5) industrialisasi dan hunian/ kota berkelanjutan didukung akses energi berbentuk

pembangunan pembangkit listrik, *biofuel*, bendungan, jalur transportasi, energi baru dan terbarukan, 6) penanggulangan perubahan iklim. Sedangkan untuk skala daerah yaitu penyusun RAD (Rancangan Aksi Daerah) masing-masing daerah secara 5 (lima) tahunan berdasarkan agenda prioritas keberlanjutan pembangunan manusia bersama Pemimpin Daerah di wilayahnya (Gubernur/ Bupati/ Walikota) yang melibatkan organisasi masyarakat, filantropi, pelaku usaha, akademisi, serta berbagai pihak lain yang tercantum Peraturan Presiden No.59 Tahun 2017 terkait Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/ SDGs (*Sustainable Development Goals*).

Kegiatan pelaksanaan CSR infrastruktur bermetode swakelola dengan kemitraan CSV (*corporate shared values*) yang dilakukan PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng bertujuan untuk menciptakan nilai bersama melalui keterlibatan dan kepentingan masyarakat yang telah selaras dengan visi, misi, dan tata nilai perusahaan guna berkontribusi pada keberlanjutan bisnis, meningkatkan citra/reputasi perusahaan, menciptakan hubungan harmonis dan lingkungan kondusif hingga pemenuhan pembangunan berkelanjutan sesuai dengan aspek SDGs (*sustainability development goals*) pada komponen-komponen 1, 3, 6, 8, 16, 17 yaitu penanggulangan kemiskinan dengan pemenuhan kebutuhan pokok berkaitan dengan tempat tinggal bagi masyarakat miskin serta infrastruktur sarana prasarana umum di desa guna meningkatkan kualitas kehidupan yang sehat dan sejahtera, serta menyediakan lapangan pekerjaan layak yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat melalui kemitraan kelembagaan yang tangguh

antar pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan perusahaan dalam mewujudkan perdamaian dan keadilan.

2.3. Perspektif

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) daring, definisi Perspektif merupakan sudut pandang; pandangan, sedangkan pada kajian Ilmu Komunikasi perspektif diartikan sebagai kerangka konseptual, perangkat asumsi-asumsi, perangkat nilai-nilai dan perangkat gagasan-gagasan yang mempengaruhi persepsi seseorang sehingga akhirnya mempengaruhi tindakan seseorang dalam situasi tertentu (Mulyana, 2017), atau cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi, atau sudut pandang tertentu yang digunakan dalam melihat fenomena (Martono, 2014). Dalam kajian ilmu Sosiologi perspektif merujuk pada suatu kumpulan kerangka kerja konseptual, sekumpulan asumsi, nilai, gagasan maupun keyakinan tentang memandang suatu hal berdasarkan cara-cara tertentu yang mempengaruhi manusia sehingga menghasilkan tindakan dalam suatu konteks situasi tertentu dalam menentukan bagian yang relevan dengan fenomena yang terpilih dari konsep-konsep tertentu untuk dipandang secara rasional (Anwar, 2013). Sementara itu pada Ilmu Psikologi Sosial mengkaji perspektif sebagai seperangkat asumsi-asumsi dasar tentang hal paling penting yang bisa dipertimbangkan sebagai sesuatu yang bisa digunakan untuk memahami perilaku sosial yang dapat diamati baik secara langsung, pemusatan perhatian, proses interaksi dan peran dalam masyarakat/ struktur sosial (Mustafa, 2011).

Perspektif yang ingin diangkat pada penelitian ini yaitu berfokus pada sudut pandang, asumsi-asumsi dan gagasan pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam memahami dan menilai pelaksanaan CSR infrastruktur swakelola dengan kemitraan CSV PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng kemudian diharapkan dapat mempengaruhi tindakan perusahaan khususnya pekerja bidang CSR dalam menjalankan kinerja berdasarkan kebijakan kode etik (*codes of conduct*) dan kegiatannya sesuai tata kelola baik (*good governance*) dan mencegah kendala, *unethical conduct*, dan potensi korupsi yang kemudian menghasilkan dampak baik bagi perusahaan itu sendiri dan masyarakat sekitar guna menghindari potensi konflik dan gejolak sosial yang akan terjadi di masa mendatang dan mempertahankan keberlanjutan bisnis perusahaan (*corporate sustainability*) dan citra/ reputasi perusahaan (*good image*) ke depan.

2.4. Pemangku kepentingan (*Stakeholder*)

Dalam buku *Business & Society, Stakeholders, Ethics, Public Policy* istilah *stakeholder* atau pemangku kepentingan merujuk pada seseorang dan kelompok yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh operasional, kebijakan, dan keputusan organisasi termasuk dalam kelompok yang beragam seperti pelanggan, karyawan, pemegang saham, media, pemerintah, asosiasi profesional dan perdagangan, organisasi non-pemerintah, serta aktivis sosial & lingkungan (Lawrence & Weber, 2011). Berdasarkan *Stakeholder Theory* dikemukakan Freeman (1984), definisi *stakeholder* adalah setiap organisasi, kelompok, atau individu yang dipengaruhi dan mempengaruhi tujuan umum dari sebuah organisasi, selanjutnya Adams &

McNicholas (2007) mengasumsikan seluruh aktivitas dan eksistensi perusahaan harus mempertimbangkan persetujuan dan memerlukan dukungan *stakeholder* yang kuat, sehingga perusahaan perlu semakin beradaptasi dengan *stakeholder* terutama pada pengungkapan informasi keuangan, sosial dan lingkungan yang kemudian dipandang sebagai wadah komunikasi dua arah antara perusahaan dengan *stakeholder* yang bertujuan mengubah persepsi dan ekspektasi (Swat et al., 2015).

Beberapa alasan perusahaan perlu memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*), antara lain: 1) isu sosial dan lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang berpengaruh pada kualitas hidup mereka, 2) kecenderungan pemerintah mendorong agar hasilkan/ dagangkan produk-produk yang ramah lingkungan, 3) kecenderungan para investor atau pemegang saham menginvestasikan modalnya pada perusahaan yang memiliki kebijakan atau program keberlanjutan, 4) aktivis sosial dan para pencinta lingkungan semakin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap sosial dan lingkungannya (Rokhlinasari, 2015). *Stakeholder* perlu diidentifikasi sejak awal agar dapat dilibatkan guna membantu perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya dan berdampak positif bagi keputusan atau kebijakan operasional perusahaannya (Motik et al., 2015), hal tersebut sebagai etika bisnis dan menghormati kepentingan stakeholder (Herciu, 2016).

Pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang terlibat dalam pelaksanaan CSR infrastruktur swakelola dengan kemitraan CSV PT. Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng dalam fokus penelitian ini adalah Pemerintah Desa dan kelompok

masyarakat yang mempengaruhi/ dipengaruhi operasional, kebijakan dan keputusan perusahaan. Pemangku kepentingan (*stakeholder*) tersebut berada di sekitar operasional perusahaan pada di 7 (tujuh) desa di perusahaan antara lain: Desa Karangtengah, Kepakisan, Diengkulon, Bakal, Pranten, Jojogan dan Pekasiran yang menjadi *situs* penelitian ini. Meskipun berdasarkan hasil *social mapping* diidentifikasi ada 11 (sebelas) desa yang menjadi *lokus* penelitian ini antara lain: Desa Karangtengah, Kepakisan, Diengkulon, Bakal, Sikunang, Pranten, Pekasiran, Dieng, Sembungan, Jojogan, dan Parikesit yang secara letak geografis dekat namun kurang terdampak.

2.4.1. Identifikasi/ Klasifikasi Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*)

Pemangku kepentingan (*stakeholder*) perlu diidentifikasi dan dianalisa secara langsung guna menentukan kebutuhan dan permasalahan yang dapat digali dan ditemukan dilapangan melalui: 1) *stakeholder mapping* dengan cara wawancara terfokus untuk mengetahui pola pemahaman, sikap, alasan, kepentingan, jaringan, posisi, kekuasaan yang mempengaruhinya, dan 2) penggunaan *checklist* tabulasi guna memudahkan peneliti memilah kebijakan, program atau proyek yang sesuai kebutuhan *stakeholder* (Azikri, 2021).

Pemangku kepentingan (*stakeholder*) dapat dikategorikan sebagai pihak-pihak yang: 1) kepadanya perusahaan memiliki kewajiban hukum, 2) terkena dampak positif atau negatif dari produk, jasa, proses produksi, operasi bisnis & keputusan perusahaan, 3) menyampaikan kepeduliannya terkait keputusan dan aktivitas perusahaan, 4) membantu perusahaan mengatasi dampak tertentu, 5)

mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi tanggungjawabnya, 6) dirugikan bila tidak dilibatkan oleh perusahaan, 7) berada di rantai nilai dan terkena dampak operasional perusahaan (Motik et al., 2015).

Berdasarkan peran dan dampaknya, pemangku kepentingan (*stakeholder*) pun diklasifikasikan menjadi antara lain:

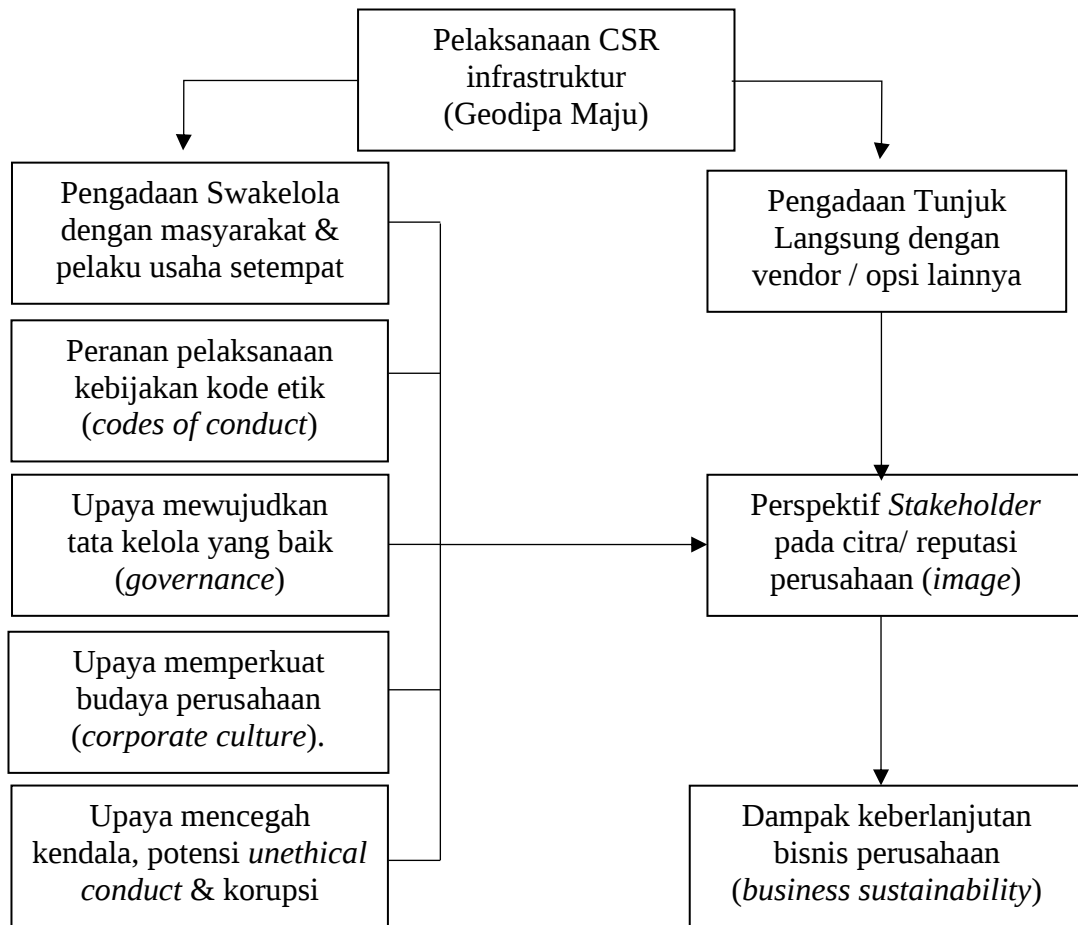
1. *Stakeholder* utama ialah seseorang dan kelompok yang terkena dampak dan memiliki kepentingan secara langsung, baik dampak positif maupun negatif berkaitan dengan kepentingan dari suatu kebijakan, program atau proyek.
2. *Stakeholder* kunci ialah seseorang dan kelompok yang mutlak secara legal berhak atau berwenang untuk terlibat dalam pengambilan keputusan dan sangat berperan penting dari suatu kebijakan, program atau proyek.
3. *Stakeholder* pendukung ialah seseorang dan kelompok yang tidak memiliki kepentingan secara langsung terhadap suatu kebijakan, program atau proyek, namun memiliki kepedulian yang besar terhadap peranan/ tahapan/ proses pengembangan suatu kebijakan, program atau proyek. (Maryono et al., 2015).

Dalam penelitian ini peneliti telah mengidentifikasi dan mengkategorikan pemangku kepentingan (*stakeholder*) antara lain: 1) *stakeholder* utama dan kunci merupakan perwakilan masyarakat desa dan pimpinan kelompok masyarakat di 11 (sebelas) desa di sekitar wilayah operasional perusahaan yang terlibat langsung pada CSR infrastruktur swakelola dengan kemitraan CSV maupun ttunjuk langsung dengan vendor antara lain: Desa Karangtengah, Kepakisan, Jojogan, Diengkulon, Bakal, Pranten, Pekasiran, Sikunang, Dieng, Sembungan, dan

Parikesit, 2) *stakeholder* pendukung merupakan perwakilan intitusi pemerintah pada tingkat kecamatan, kabupaten, provinsi, pusat, lembaga pendukung CSR, institusi pendidikan, hingga perusahaan sejenis di sekitarnya yang tidak terlibat dan tidak memiliki kepentingan langsung, namun mengetahui pelaksanaannya berdasarkan laporan yang disampaikan PT Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng sebelumnya, serta memiliki kepedulian terhadap peranan pelaksanaan kebijakan program CSR perusahaan yang berdampak pada dukungan peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat desa, berfokus pada penelitian dan pengembangan sosial kemasyarakatan, mendukung terciptanya pengentasan kemiskinan ekstrem dan menyukseskan tujuan pembangunan berkelanjutan, berkompetensi dalam menjalankan praktik pengadaan barang dan jasa pada bidang energi baru dan terbarukan di sektor pemerintah dan swasta.

2.5. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan beberapa perspektif pemangku kepentingan (*stakeholder*) pada tingkatan masyarakat desa, instansi Pemerintahan desa, kecamatan, kabupaten, provinsi, pusat, lembaga pendukung CSR, institusi pendidikan, hingga perusahaan sejenis di sekitarnya yang dihimpun peneliti di lapangan baik berbentuk sudut pandang, asumsi, gagasan, saran dan kritik terkait pelaksanaan CSR infrastruktur swakelola dengan kemitraan CSV yang dilakukan PT Geo Dipa Energi Unit PLTP Dieng selanjutnya dirumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 4 – Kerangka Pemikiran

