

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan implementasi dari tanggung jawab sebuah perusahaan ditujukan sebagai bentuk kepedulian perusahaan pada bidang sosial, lingkungan, dan ekonomi yang diharapkan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan tersebut. PT Adaro Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di sektor pertambangan memiliki kewajiban untuk menjalankan CSR yang diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Di lain sisi, adanya tuntutan dari masyarakat untuk PT Adaro Indonesia melaksanakan CSR. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi kebijakan CSR PT Adaro Indonesia melalui Program Adaro Kuatkan UMKM 2021. Penelitian ini menggunakan Konsep Corporate Social Responsibility dan Teori Legitimasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara semistruktur dan dokumentasi. Dalam penelitian ini diketahui bahwa PT Adaro Indonesia telah melaksanakan program CSR Adaro Kuatkan UMKM 2021 dengan 3 tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dampak. Program CSR tersebut merupakan pembuktian kepada masyarakat bahwa aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan juga mementingkan masyarakat beserta nilai yang ada di dalamnya guna mencapai harapan dari masyarakat, salah satunya yaitu memberikan kontribusi kepada UMKM binaan guna dapat bertahan di masa pandemi COVID-19 dan meningkatnya motivasi UMKM binaan untuk dapat mengembangkan usahanya. Adaro Kuatkan UMKM 2021 dapat dikatakan berhasil berdasarkan indikator keberhasilan sebuah program yaitu indikator ekonomi dengan adanya peningkatan kesejahteraan serta pendapatan UMKM binaan dan juga indikator sosial yaitu adanya keselarasan hubungan baik antara PT Adaro Indonesia sebagai pelaksana program dengan UMKM binaan sebagai penerima program.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), PT Adaro Indonesia, Adaro Kuatkan UMKM 2021.