

---

## STRATEGI CSR DALAM INDUSTRI TAHU TEMPE KOTA KUPANG: ANTARA KEBERLANJUTAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Oleh

Ardi Sulistyo Pramono<sup>1</sup>, Rizki Febriani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang

Email: <sup>1</sup>[ardi.tiaraidanesh2021@gmail.com](mailto:ardi.tiaraidanesh2021@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 10-05-2025

Revised: 05-06-2025

Accepted: 13-06-2025

### Keywords:

CSR Strategy, Sustainability,  
Community Welfare

**Abstract:** *This research highlights an important focus on the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in the tofu and tempe industry in Kupang City. The aim of this study is to understand how this industry applies CSR strategies while considering two crucial aspects: environmental sustainability and community welfare. Using a qualitative approach, this study explores how business actors manage their production impacts on the environment while striving to provide social benefits to workers and surrounding communities. This was conducted through interviews and direct observations at tofu and tempeh factory locations. The methods used included preparing a series of questions and conducting on-site visits to observe the conditions. The results indicate that most tofu and tempeh businesses in Kupang City are still in the early stages of implementing CSR strategies. Additionally, this study identifies several challenges faced, such as budget limitations, lack of stringent regulations, and low awareness of the importance of worker welfare in this industry*

---

## PENDAHULUAN

Dunia usaha merupakan salah satu aktor penting dalam mendorong peningkatan taraf hidup masyarakat. Perusahaan hanya dapat tumbuh secara berkelanjutan jika berada dalam lingkungan sosial yang berdaya dan stabil (Wijayanti et al., 2023). Oleh karena itu, pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan menjadi sarana partisipasi dunia usaha dalam mendorong kesejahteraan, peningkatan pendidikan, keterampilan, serta pelestarian lingkungan. CSR tidak hanya dilihat sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai strategi bisnis jangka panjang yang mendukung pembangunan berkelanjutan (Ashurov et al., 2024). Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, CSR dipahami sebagai kontribusi perusahaan dalam menjawab kebutuhan generasi kini tanpa mengorbankan hak generasi masa depan (Carrera, 2022). Dengan pendekatan ini, CSR menjadi upaya strategis dalam menciptakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan, sembari tetap memperhatikan kebutuhan para pemangku kepentingan (Freeman & Ramakrishna Velamuri, 2006).

Industri tahu tempe sebagai bagian dari sektor usaha kecil menengah di Kota Kupang

memiliki kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan penguatan ekonomi lokal. Namun, penerapan CSR di sektor ini masih terbatas, dan lebih banyak berfokus pada pengelolaan limbah daripada aspek sosial terhadap pekerja atau komunitas sekitar. Padahal, CSR sejatinya adalah bagian dari etika bisnis modern yang menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik modal, tetapi juga kepada masyarakat dan lingkungan (Awa et al., 2024). Dalam konteks keberlanjutan, pengelolaan limbah menjadi isu sentral yang berkaitan erat dengan pendekatan Triple Bottom Line (TBL) yang mengintegrasikan dimensi profit, people, dan planet (Gupita, 2025). Penerapan prinsip TBL memungkinkan industri kecil seperti tahu tempe untuk tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga memberikan manfaat sosial dan meminimalkan dampak lingkungan negatif. Mengingat manfaat CSR dan keberlanjutan tidak selalu terlihat dalam jangka pendek, maka peran pendampingan dan komunikasi menjadi sangat penting dalam memastikan keberhasilan pelaksanaan program (Romadhona et al., 2022).

Ketertarikan terhadap topik ini didasari oleh masih minimnya penelitian terkait strategi CSR dalam industri tahu tempe, khususnya di Kota Kupang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi CSR yang diterapkan di sektor tersebut dan melihat kontribusinya terhadap keberlanjutan usaha serta kesejahteraan masyarakat. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini meliputi: (1) Bagaimana implementasi strategi CSR dalam industri tahu tempe di Kota Kupang? (2) Apa saja tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan CSR? (3) Sejauh mana CSR berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis? (4) Bagaimana dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar? dan (5) Apakah terdapat hubungan antara keberlanjutan usaha dan pelaksanaan program CSR di industri tahu tempe?

## LANDASAN TEORI

Dalam beberapa dekade terakhir, Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi isu utama di kalangan publik dan pelaku bisnis. CSR kini dipandang sebagai indikator tingkat kematangan dan kinerja perusahaan dalam merespons tuntutan para pemangku kepentingan (Awa et al., 2024). Konsep ini berkembang menjadi strategi korporasi untuk mengintegrasikan kepentingan sosial, lingkungan, dan ekonomi dalam seluruh aktivitas bisnis (Ahmed, Rahim, Zohra, 2022). Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan jangka panjang yang lebih dari sekadar mengejar keuntungan finansial semata saat ini, semakin banyak pelaku usaha menyadari bahwa CSR bukan sekadar tren, melainkan kebutuhan strategis untuk menciptakan nilai dan manfaat berkelanjutan. CSR tidak lagi dipandang sebagai biaya tambahan, tetapi sebagai investasi jangka panjang untuk pertumbuhan, keberlanjutan, dan reputasi Perusahaan (Romadhona et al., 2022). Dalam kerangka pembangunan berkelanjutan, CSR memegang peranan penting. Pertama, CSR mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat melalui program pemberdayaan sosial dan alokasi dana sosial (Carrera, 2022). Kedua, CSR merepresentasikan tanggung jawab perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan selama proses produksi atau eksploitasi sumber daya alam. Hal ini menunjukkan bahwa CSR merupakan komitmen nyata perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan yang menyeimbangkan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Awa et al., 2024). Masyarakat kini semakin kritis

dengan mempertanyakan tanggung jawab moral perusahaan dalam mengalokasikan sebagian keuntungannya untuk kepentingan sosial. Harapan publik kini tidak hanya pada produk dan jasa, tetapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Konsep CSR secara luas dikenalkan oleh John Elkington melalui pendekatan triple bottom line yang meliputi tiga pilar: profit, people, dan planet (Gupita, 2025). Pemerintah Inggris mendefinisikan CSR sebagai tindakan sukarela yang melampaui kepatuhan hukum minimum (Wijayanti et al., 2023).

Di Indonesia, CSR mulai dikenal sejak 1990-an, terutama di sektor ekstraktif seperti minyak dan tambang. Awalnya, CSR lebih banyak diarahkan pada isu keselamatan kerja dan lingkungan, namun sejak awal 2000-an bergeser ke arah pengembangan masyarakat (Prasetio et al., 2021). Implementasi awal cenderung bersifat ad-hoc dan simbolik, lebih sebagai alat pencitraan dibandingkan pemberdayaan masyarakat. Namun kini, CSR telah menjadi bagian integral dari tata kelola perusahaan yang baik atau Good Corporate Governance (GCG) melalui pendekatan seperti charity, philanthropy, public relations, hingga community development (Mai et al., 2021). Menurut (Wijayanti et al., 2023) CSR adalah upaya pelaku bisnis untuk menyeimbangkan kepentingan bisnis dengan kebutuhan masyarakat demi keberlanjutan bersama. (Awa et al., 2024) menekankan pentingnya etika dalam interaksi antara perusahaan dan para stakeholder. CSR sebagai komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertindak etis serta berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, sembari meningkatkan kualitas hidup karyawan dan masyarakat. CSR melibatkan tanggung jawab perusahaan atas dampak aktivitasnya, termasuk yang dilakukan oleh pihak ketiga yang terkait, serta pentingnya membangun hubungan baik dengan masyarakat lokal (Ashurov et al., 2024). Di sisi lain, menggarisbawahi bahwa motivasi CSR bisa berasal dari tekanan eksternal (legalitas atau pencitraan) maupun dorongan intrinsik. CSR memberikan berbagai manfaat seperti peningkatan reputasi, pengurangan risiko usaha, efisiensi operasional, serta lisensi sosial untuk beroperasi. Masyarakat juga merasakan manfaat CSR melalui peningkatan kualitas hidup, akses pendidikan, kesehatan, dan peningkatan ekonomi rumah tangga (Carrera, 2022). Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 1 Butir 3 dan diperkuat oleh PP No. 47 Tahun 2012, tanggung jawab sosial perusahaan mencakup komitmen etis untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan masyarakat sekitar. CSR, dengan dukungan prinsip GCG seperti transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi, menuntut perencanaan dan pelaksanaan yang efektif serta efisien (Wijayanti et al., 2023).

Secara teori, CSR dipahami melalui empat pendekatan: (a) Instrumental theory, yang melihat CSR sebagai sarana untuk mencapai tujuan ekonomi; (b) Integrative theory, yang menekankan integrasi perusahaan dengan kepentingan masyarakat; (c) Political theory, yang menempatkan perusahaan sebagai aktor sosial dan warga korporat; dan (d) Ethical theory, yang memprioritaskan etika serta moralitas dalam hubungan dengan stakeholder (Freeman & Ramakrishna Velamuri, 2006). Di antara pendekatan tersebut, stakeholder theory dianggap paling relevan untuk konteks industri lokal seperti tahu tempe di Kota Kupang, karena lebih menekankan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Awa et al., 2024). Dengan demikian, CSR bukan hanya strategi perusahaan dalam membangun citra atau meraih keuntungan, tetapi merupakan bentuk kontribusi moral dan strategis dalam menciptakan keadilan sosial dan pembangunan berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) oleh dua pelaku industri tahu tempe di Kota Kupang, yaitu Pabrik Tahu Tempe Bintang Oesapa yang berlokasi di Jl. Timor Raya Km. 07, Kelurahan Oesapa Barat, Kecamatan Kelapa Lima, serta Pabrik Tahu Pink Jaya di Jl. W. J. Lalamentik No. 119, Kelurahan Oebufu, Kecamatan Oebobo. Keduanya merupakan industri lokal yang telah lama beroperasi dan memiliki kontribusi sosial di lingkungan sekitar.

Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana kedua industri tersebut mengimplementasikan strategi CSR dengan mempertimbangkan dua aspek utama: keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Untuk itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pemahaman mendalam terhadap perilaku, pengalaman, serta pandangan subjek penelitian (Zaini et al., 2023). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam (in-depth interview) dengan pemilik dan pengelola pabrik, yakni Bapak Amin (Pabrik Pink Jaya) dan Ibu Sunarti (Pabrik Bintang Oesapa). Peneliti juga mewawancarai salah satu pekerja dari masing-masing pabrik. Sebelum wawancara, peneliti menyiapkan pedoman pertanyaan terbuka yang mengacu pada indikator CSR, meliputi aspek lingkungan, sosial, ekonomi, dan relasi stakeholder (Awa et al., 2024).

Menurut (Zaini et al., 2023), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, menggunakan deskripsi mendalam dan naratif sebagai bentuk representasi realitas yang diamati. Dengan metode ini, data yang dikumpulkan bersifat kontekstual dan memungkinkan peneliti menangkap makna, motivasi, dan nilai-nilai di balik praktik CSR yang dijalankan oleh pelaku usaha tahu tempe di Kota Kupang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa implementasi CSR oleh Pabrik Tahu Tempe Bintang Oesapa dan Pink Jaya Oebufu di Kota Kupang mengandung elemen strategis yang selaras dengan prinsip triple bottom line, yaitu keberlanjutan lingkungan (planet), tanggung jawab sosial (people), dan kelangsungan usaha (profit) (Gupita, 2025).

### **1. Keberlanjutan Lingkungan**

Industri tahu Pink Jaya Oebufu telah menunjukkan inisiatif ramah lingkungan melalui proyek pengelolaan limbah cair menjadi biogas. Program ini tidak hanya mengurangi pencemaran tetapi juga mendukung efisiensi energi alternatif yang ramah lingkungan. Meskipun demikian, program ini masih menghadapi tantangan dalam hal pendanaan dan dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah. Strategi ini menunjukkan bahwa pelaku industri lokal mulai menyadari pentingnya tanggung jawab ekologis sebagai bagian dari operasional usaha (Carrera, 2022).

### **2. Pemberdayaan Sosial dan Komunitas**

Pabrik Tahu Tempe Bintang Oesapa telah secara konsisten menjalankan program sosial melalui kegiatan “Jumat Berkah” sejak beberapa tahun yang lalu, berupa sedekah logistik berupa satu hingga dua papan tahu kepada sekitar 100 santri di Pondok Pesantren Hidayatullah Batakte. Praktik serupa juga dilakukan oleh Pabrik Tahu Pink Jaya kepada anak-

anak di Panti Asuhan Putra Putri Aisyiyah dan Ponpes Wahdah. Inisiatif ini memperlihatkan bahwa industri tahu tempe tidak hanya memprioritaskan keuntungan ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui filantropi yang berkelanjutan (Wijayanti et al., 2023)

### **3. Kesejahteraan Karyawan**

Aspek kesejahteraan tenaga kerja juga menjadi bagian dari strategi CSR yang diterapkan. Karyawan menerima gaji yang layak, lingkungan kerja yang aman, serta dukungan dalam bentuk fasilitas kesehatan dan pelatihan keterampilan. Hal ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap penciptaan iklim kerja yang mendukung produktivitas dan loyalitas, sebagaimana ditekankan oleh (Ashurov et al., 2024)

### **4. Keterlibatan Stakeholder**

Kedua pabrik juga menunjukkan kesadaran akan pentingnya kolaborasi dengan stakeholder seperti pemerintah, masyarakat, dan organisasi sosial untuk mengembangkan program CSR yang efektif dan berkelanjutan. Pendekatan ini sejalan dengan stakeholder theory yang menekankan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan semua pihak yang terdampak oleh aktivitas mereka (Awa et al., 2024)

Berikut hasil wawancara dan observasi yang didapatkan:

#### **1. Sejak kapan Bapak/Ibu menjalankan usaha pabrik tahu ini, dan apa motivasi utamanya?**

Usaha ini sudah kami jalankan sejak tahun 1990-an. Awalnya karena kebutuhan ekonomi keluarga dan keinginan untuk mandiri, tidak hanya mengandalkan pekerjaan orang lain. Kami juga ingin membuka lapangan kerja bagi orang-orang sekitar yang butuh pekerjaan.

#### **2. Apa saja bentuk kontribusi sosial yang sudah dilakukan oleh pabrik kepada masyarakat sekitar?**

Kami rutin berbagi setiap hari Jumat. Sejak lama, kami kirim tahu ke pondok pesantren dan panti asuhan, seperti ke anak-anak di Ponpes Hidayatullah Batakte dan panti asuhan Aisyiyah. Biasanya 1 sampai 2 papan tahu tiap Jumat, dan ini sudah kami lakukan sejak lama. Kami juga bantu warga sekitar kalau ada kegiatan sosial atau keperluan mendadak.

#### **3. Bagaimana pabrik mengelola limbah hasil produksi, dan apakah ada upaya untuk mengurangi dampak terhadap lingkungan?**

Kami sudah mencoba mengelola limbah, terutama air buangan dari proses pembuatan tahu. Di pabrik Pink Jaya, kami pernah jalankan proyek biogas dari limbah cair, supaya tidak mencemari lingkungan dan bisa jadi energi. Tapi sekarang terkendala dana dan belum ada bantuan rutin dari pemerintah.

#### **4. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu tentang pentingnya CSR dalam usaha kecil menengah seperti ini?**

Menurut kami, usaha kecil juga punya tanggung jawab sosial. Jangan cuma cari untung. Kita harus peduli dengan lingkungan dan orang-orang sekitar. Kalau kita bantu orang, nanti Tuhan bantu balik usaha kita. CSR itu penting, walau kecil tapi kalau konsisten bisa berdampak besar.

#### **5. Apakah ada tantangan dalam menjalankan kegiatan sosial atau lingkungan, khususnya terkait dukungan dari pemerintah?**

Iya, tantangannya terutama soal biaya. Kami kadang sudah niat jalankan program, seperti biogas atau pelatihan, tapi tidak semua bisa karena terbatas dana. Kami juga butuh

dukungan dari pemerintah, misalnya dalam bentuk alat, pelatihan, atau bantuan rutin. Selama ini kadang-kadang ada bantuan, tapi belum berkelanjutan.

**6. Bagaimana perhatian Bapak/Ibu terhadap kesejahteraan pekerja? Apakah diberikan pelatihan atau dukungan kesehatan?**

Kami selalu berusaha kasih gaji yang layak sesuai kemampuan usaha. Kalau ada pekerja sakit, kami bantu bawa ke puskesmas dan bantu biayanya. Kami juga kasih arahan kerja yang aman, supaya mereka tidak cedera. Kalau ada pelatihan dari luar, kami usahakan ikutkan juga. Kami anggap pekerja itu bagian dari keluarga.

---

**Pertanyaan tentang Latar Belakang dan Motivasi**

Bagaimana sejarah berdirinya pabrik tahu/tempe Bapak/Ibu di Kota Kupang ini? Apa motivasi utama Bapak/Ibu dalam menjalankan bisnis ini?

Jawaban: "Pabrik ini sudah ada sejak turun-temurun, dari kakek saya. Awalnya cuma skala kecil, terus saya kembangkan. Motivasi utama ya untuk menyambung hidup keluarga, tapi juga melihat potensi pasar tahu tempe di Kupang yang lumayan besar. Saya juga ingin memberikan pekerjaan untuk warga sekitar."

Berapa Lama Pabrik Ini Berdiri?

Jawaban: "Kurang lebih sekitar 10 tahun yang lalu. Awalnya, saya belum punya tempat pabrik sendiri, jadi membuat tahu di rumah. Setelah berjalan waktu, saya akhirnya punya pabrik sendiri. Kalau dihitung-hitung, sudah sekitar 10 tahun lebih pabrik ini berjalan, kalau tidak salah".

Permasalahan yang Dihadapi Selama Pabrik Beroperasi?

Jawaban: "Salah satu masalah yang sering muncul adalah masalah peralatan. Peralatan di pabrik ini masih sedikit dan sederhana karena pabriknya juga tidak besar. Masalah lain adalah bahan baku, seperti kacang kedelai, yang kadang harganya naik. Kalau harga kedelai naik, penjualan tahu bisa jadi kurang laku, sehingga pengeluaran dan pemasukan jadi tidak seimbang."

Harga Jual yang Ditetapkan?

Jawaban: "Harga jual tahu bervariasi tergantung ukuran dan besar kecilnya. Biasanya, yang besar harganya lebih mahal. Harga di pasar bisa sekitar Rp 5.000 sampai Rp 10.000 per potong, tergantung ukuran dan kualitasnya".

Sejauh mana Bapak/Ibu mengenal konsep Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan? Apakah konsep ini relevan bagi bisnis skala UMKM seperti pabrik tahu tempe?

Jawaban: "Kalau istilah CSR secara resminya mungkin saya kurang familiar. Tapi kalau bicara soal tanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat, saya paham betul. Menurut saya, mau besar atau kecil usahanya, kita tetap punya tanggung jawab itu. Apalagi kan kita pakai bahan baku dari alam dan mempekerjakan orang dari lingkungan sini."

**Pertanyaan tentang Implementasi CSR dan Kesejahteraan Masyarakat**

Bentuk kegiatan apa saja yang selama ini sudah Bapak/Ibu lakukan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan atau masyarakat sekitar pabrik?

Jawaban: "Beberapa hal yang sudah kami lakukan itu misalnya, air limbah sisa

produksi kami usahakan tidak langsung dibuang ke sungai, tapi ditampung dulu atau diolah sederhana. Terus, kami juga sering terima ibu-ibu sekitar untuk bantu-bantu produksi kalau lagi banyak pesanan, jadi mereka dapat penghasilan tambahan. Kadang juga kami bantu sedikit kalau ada kegiatan sosial di RT/RW, seperti sumbangan untuk peringatan hari besar atau perbaikan fasilitas umum."

Bagaimana Bapak/Ibu melihat dampak dari kegiatan-kegiatan tersebut terhadap kesejahteraan karyawan dan masyarakat di sekitar pabrik?

Jawaban: "Dampaknya lumayan terasa. Karyawan jadi punya pendapatan tetap, mereka juga merasa betah kerja di sini karena lingkungannya kekeluargaan. Untuk masyarakat sekitar, mereka jadi terbantu, terutama ibu-ibu yang ingin mencari penghasilan tambahan. Lingkungan juga jadi lebih bersih karena limbahnya tidak dibuang sembarangan."

Apakah ada program khusus yang Bapak/Ibu jalankan untuk meningkatkan kualitas hidup atau keterampilan masyarakat sekitar, khususnya yang berkaitan dengan produksi tahu tempe?

Jawaban: "Program khusus belum ada yang terstruktur seperti pelatihan besar. Tapi, kami sering berbagi ilmu ke tetangga atau kerabat yang mau belajar bikin tahu tempe. Beberapa dari mereka malah jadi reseller produk kami. Jadi secara tidak langsung, ada transfer pengetahuan dan peningkatan ekonomi mereka."

#### **Pertanyaan tentang Keberlanjutan dan Tantangan**

Menurut Bapak/Ibu, seberapa penting pengelolaan limbah produksi tahu tempe yang ramah lingkungan? Apa tantangan terbesar dalam mengelola limbah ini?

Jawaban: "Sangat penting sekali, karena kalau tidak diurus dengan baik, baunya bisa ke mana-mana dan merusak lingkungan. Tantangan terbesarnya itu biayanya mahal untuk bikin instalasi pengolahan limbah yang canggih. Kami masih pakai cara tradisional saja, ditampung dan diendapkan."

Bagaimana Bapak/Ibu memastikan bahwa bisnis tahu tempe ini dapat terus beroperasi dalam jangka panjang, tidak hanya dari segi keuntungan tapi juga dampak sosial dan lingkungan?

Jawaban: "Untuk jangka panjang, kami selalu berusaha menjaga kualitas produk agar pelanggan tetap setia. Dari sisi sosial, kami berupaya menjaga hubungan baik dengan karyawan dan masyarakat. Kalau lingkungan, kami berusaha seminimal mungkin dampaknya. Semoga ke depan ada teknologi pengolahan limbah yang lebih murah dan mudah dijangkau bagi kami."

Apakah Bapak/Ibu pernah mendapatkan dukungan atau pendampingan dari pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), atau pihak lain terkait praktik CSR atau pengelolaan limbah?

Jawaban: "Untuk pendampingan khusus tentang CSR atau pengolahan limbah yang canggih, belum pernah. Tapi kami sering ikut pertemuan atau pelatihan dari Dinas Koperasi atau Dinas Perindustrian, di sana kadang ada pembahasan tentang pentingnya usaha yang bersih dan berkelanjutan, meskipun belum spesifik ke pengolahan limbah tahu tempe."

#### **Pertanyaan tentang Harapan dan Masa Depan**

Apa harapan Bapak/Ibu terkait masa depan industri tahu tempe di Kota Kupang, terutama dalam kaitannya dengan keberlanjutan dan kontribusi sosial?

Jawaban: "Harapan saya, industri tahu tempe di Kupang bisa semakin maju,

produknya lebih dikenal, dan tentunya lebih higienis. Saya juga berharap ada dukungan lebih dari pemerintah bagi kami, terutama dalam hal teknologi pengolahan limbah dan pemasaran produk. Dengan begitu, kami bisa terus memberikan manfaat bagi banyak orang, baik karyawan maupun masyarakat sekitar."

Jika ada kesempatan, program CSR seperti apa yang ingin Bapak/Ibu kembangkan lebih lanjut di pabrik ini?

Jawaban: "Kalau ada kesempatan, saya ingin sekali punya sistem pengolahan limbah yang benar-benar modern dan ramah lingkungan, mungkin yang bisa menghasilkan biogas juga. Selain itu, saya juga ingin bisa memberikan pelatihan keterampilan yang lebih terstruktur bagi masyarakat sekitar, supaya mereka bisa mandiri, tidak hanya tergantung pada pabrik kami."

Harapan untuk Masa Depan?

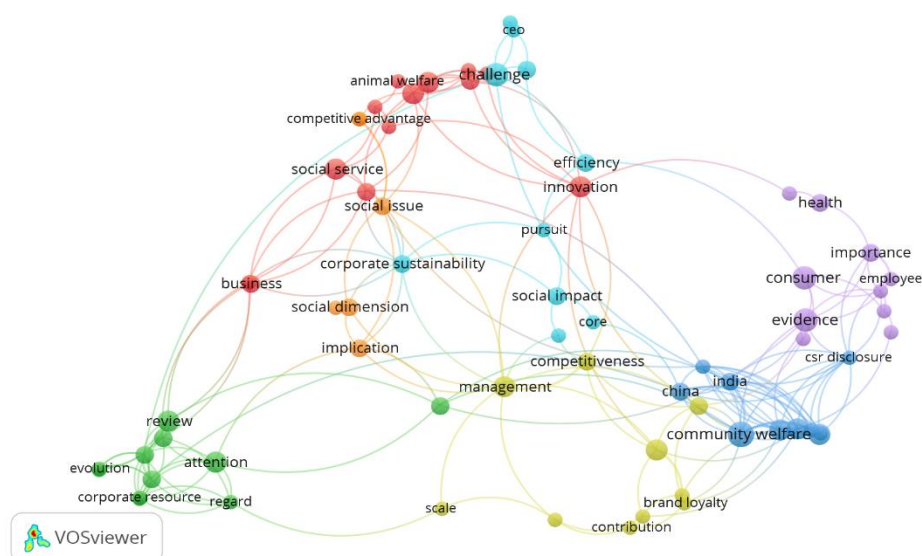
Jawaban: "Saya berharap ke depannya, pemerintah lebih memperhatikan pabrik tahu, jangan terlalu banyak menaikkan harga bahan pangan, karena banyak pengusaha tahu yang akhirnya tutup karena biaya yang semakin mahal. Tempe ini juga merupakan warisan budaya dan bisa membantu meningkatkan kehidupan masyarakat kecil dan menengah"

Selain upaya internal, pelaku usaha dalam industri tahu tempe di Kota Kupang juga berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) melalui kampanye informasi dan kegiatan berbasis komunitas. Namun demikian, berbagai tantangan struktural dan operasional tetap menjadi hambatan utama dalam pelaksanaan CSR secara optimal. Salah satunya adalah keterbatasan dana yang menghambat investasi dalam praktik keberlanjutan, serta rendahnya pemahaman tentang konsep CSR di kalangan pelaku usaha kecil yang dapat menghambat inovasi sosial dan lingkungan (Razak, 2022). Di sisi lain, lemahnya regulasi dan penegakan hukum di Indonesia menyebabkan tidak adanya tekanan yang kuat bagi pelaku usaha untuk menerapkan praktik CSR yang berstandar tinggi. Dalam konteks industri kecil seperti tahu tempe, fokus pada keuntungan jangka pendek sering kali mendominasi pertimbangan, sehingga aspek tanggung jawab sosial menjadi terabaikan (Setiawan, 2021).

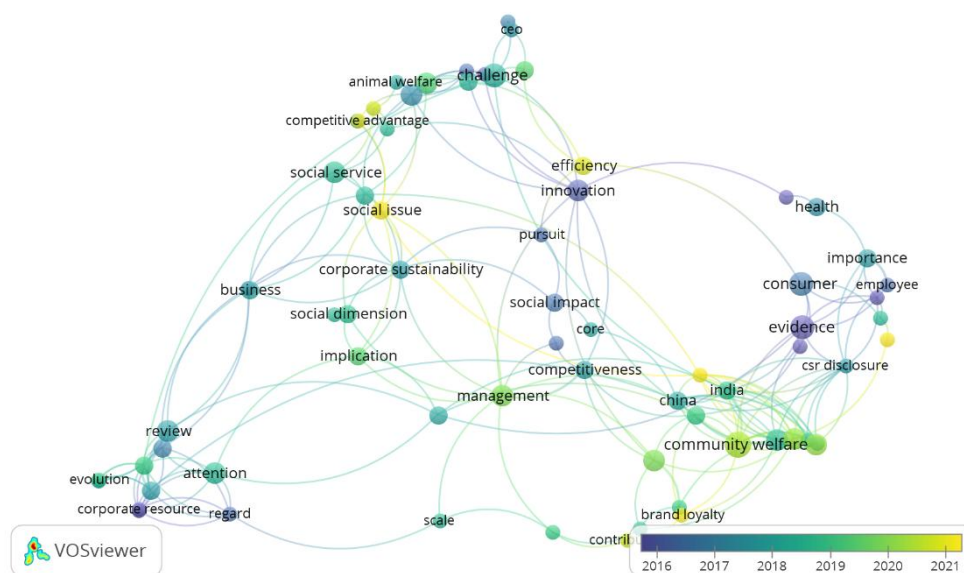
Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia menjadi tantangan tambahan, karena tidak semua pelaku usaha memiliki staf atau tenaga kerja terlatih untuk mendukung implementasi strategi CSR yang berkelanjutan (Romadhona et al., 2022). Dukungan dari pemerintah pun masih sangat minim, baik dari sisi kebijakan, insentif, maupun program pelatihan dan sosialisasi yang dapat memperkuat kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya CSR (Wijayanti et al., 2023). Di tengah berbagai tekanan ini, dampak lingkungan seperti limbah dan emisi masih menjadi masalah serius yang belum terkelola dengan optimal. Tidak hanya itu, pelaku industri juga menghadapi tantangan pasar, di mana konsumen belum sepenuhnya menghargai produk berkelanjutan, sehingga insentif ekonomi dari penerapan CSR masih terbatas (Carrera, 2022).

Hubungan sosial antar-pelaku industri juga mempengaruhi keberhasilan implementasi CSR. Kecenderungan bersikap pasif, mengandalkan bantuan eksternal, serta masih lemahnya kolaborasi dan kepemimpinan, turut menghambat pengembangan inisiatif CSR berbasis komunitas (Gupita, 2025). Hal ini diperburuk oleh keterbatasan infrastruktur seperti akses terhadap fasilitas pengelolaan limbah dan keterbatasan komunikasi lintas budaya yang

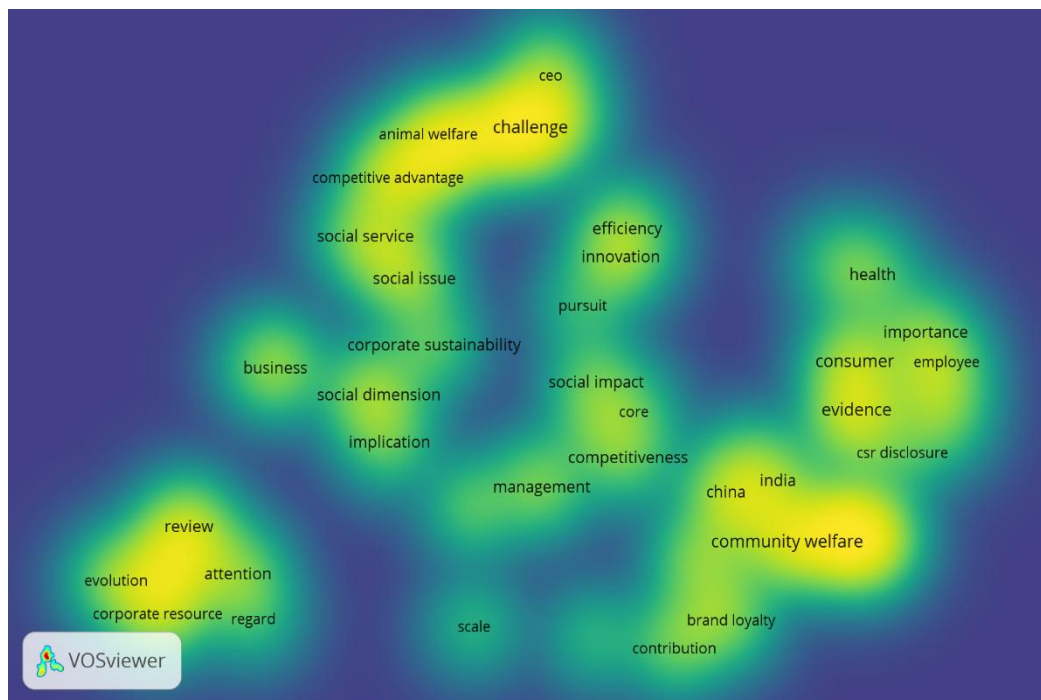
menyulitkan koordinasi antara pelaku industri dan pihak luar. Membangun kepercayaan dan komitmen menjadi kunci untuk menghubungkan strategi CSR dengan upaya pemberdayaan Masyarakat (Mai et al., 2021). Meskipun tantangan cukup besar, potensi CSR dalam industri tahu tempe tetap signifikan. CSR terbukti dapat memperkuat citra perusahaan, meningkatkan loyalitas pelanggan, membuka akses pasar yang lebih luas, serta mendorong efisiensi dan inovasi melalui program keberlanjutan (Masum et al., 2020). Melalui pendekatan CSR yang inklusif, industri ini juga mampu berkontribusi pada pembangunan sosial, peningkatan pendidikan, pengentasan kemiskinan, serta perlindungan lingkungan dalam jangka panjang.



**Gambar 1: Network Visualization**



**Gambar 2: Overlay Visualization**



**Gambar 3: Density Visualization**

### Analisis dan Penjelasan Gambar VOSviewer

Gambar 1 yang dihasilkan dari pemetaan bibliometrik menggunakan perangkat lunak **VOSviewer** menunjukkan adanya keterkaitan yang kuat antara kata kunci *CSR Strategies*, *Sustainability*, dan *Community Welfare*. Hal ini menggambarkan bahwa ketiga konsep tersebut menjadi fokus utama dalam banyak publikasi ilmiah, dan saling beririsan dalam diskursus akademik dan praktik bisnis, khususnya dalam konteks keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari visualisasi tersebut dapat diamati bahwa **"Sustainability" dan "Community Welfare" memiliki hubungan erat dengan strategi pengungkapan CSR (CSR disclosure)**, yang saat ini banyak diterapkan di perusahaan, termasuk UMKM seperti industri tahu tempe. Kata kunci lain seperti *social issues*, *stakeholder engagement*, *environmental responsibility*, *community development*, dan *employee well-being* juga muncul sebagai simpul yang berdekatan, mengindikasikan bahwa aspek sosial dan lingkungan merupakan bagian integral dalam strategi CSR yang berkelanjutan (Carrera, 2022).

Secara khusus, keterkaitan antara *sustainability* dan *CSR* menunjukkan bahwa penerapan tanggung jawab sosial perusahaan bukan hanya ditujukan untuk kepentingan citra, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang untuk mempertahankan kelangsungan bisnis. Misalnya, pengelolaan limbah melalui biogas dan efisiensi energi tidak hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga menekan biaya operasional dan meningkatkan efisiensi, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha (Ashurov et al., 2024).

Sementara itu, kata kunci *community welfare* yang muncul secara menonjol pada visualisasi mulai ramai dibahas dalam literatur sejak tahun 2020 (Gambar 2), menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya peran perusahaan dalam menciptakan dampak

sosial positif. Dukungan terhadap pendidikan, kesehatan masyarakat, dan pemberdayaan ekonomi lokal adalah beberapa bentuk kontribusi CSR yang dapat memperkuat ikatan antara industri dan komunitasnya (Awa et al., 2024).

Pada **Gambar 3**, struktur peta bibliometrik memperlihatkan distribusi umum topik yang dibahas dalam bidang ini, dengan simpul utama seperti *stakeholder theory*, *environmental impact*, dan *inclusive development* yang menjadi penghubung langsung antara CSR dan kesejahteraan masyarakat. Ini membuka peluang riset lanjutan, khususnya dalam mengembangkan model CSR yang kontekstual sesuai dengan kebutuhan lokal seperti di Kota Kupang.

## KESIMPULAN

Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) yang diterapkan oleh pelaku industri tahu tempe di Kota Kupang memiliki potensi besar untuk memperkuat keberlanjutan usaha sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan dana, rendahnya pemahaman CSR, lemahnya regulasi, serta minimnya dukungan pemerintah masih menghambat efektivitas program, pelaku usaha tetap menunjukkan inisiatif dalam pengelolaan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan kesejahteraan pekerja. CSR terbukti tidak hanya meningkatkan citra dan loyalitas pelanggan, tetapi juga dapat membuka peluang pasar baru dan mendorong efisiensi operasional jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi lintas sektor—antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal—untuk memperkuat implementasi CSR yang inklusif dan berkelanjutan, terutama dalam sektor usaha kecil menengah seperti industri tahu tempe. Meskipun demikian, dampak positif CSR akan terasa apabila strategi dirancang secara partisipatif, dilaksanakan dengan konsisten, dan berorientasi pada kebutuhan lokal. Komitmen nyata dari pelaku usaha sangat diperlukan agar CSR tidak hanya menjadi formalitas, tetapi benar-benar menjadi bagian dari strategi bisnis berkelanjutan.

Berdasarkan hasil visualisasi ini, dapat disimpulkan bahwa strategi CSR yang terintegrasi dengan prinsip *sustainability* dan *community welfare* memiliki posisi strategis dalam literatur global maupun praktik bisnis lokal. Penerapan CSR yang dirancang secara inklusif tidak hanya memperkuat posisi sosial perusahaan tetapi juga berkontribusi nyata pada keberlanjutan lingkungan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Dalam konteks industri tahu tempe di Kota Kupang, hasil ini mempertegas urgensi untuk mengadopsi strategi CSR yang relevan dan berdampak langsung, seperti pelatihan keterampilan, pengelolaan limbah ramah lingkungan, dan penguatan ekonomi komunitas. Hal ini sejalan dengan literatur yang menyebutkan bahwa CSR yang efektif adalah CSR yang dirancang berdasarkan pemetaan kebutuhan lokal dan melibatkan semua pemangku kepentingan dalam prosesnya.

## SARAN

### 1. Perkuat Kolaborasi Multi-Pihak

Pelaku usaha perlu menjalin kemitraan dengan pemerintah, masyarakat, dan akademisi untuk merancang program CSR yang tepat sasaran dan berkelanjutan.

### 2. Fokus pada Isu Lokal yang Relevan

Prioritaskan isu-isu strategis seperti pengelolaan limbah, efisiensi energi, dan

kesejahteraan pekerja sebagai bagian dari agenda CSR.

### 3. **Integrasikan CSR ke dalam Operasional Usaha**

CSR sebaiknya tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi bagian dari model bisnis, seperti melalui penggunaan bahan baku lokal yang berkelanjutan dan proses produksi yang ramah lingkungan.

### 4. **Peningkatan Kapasitas dan Edukasi**

Sediakan pelatihan bagi pelaku usaha dan pekerja untuk meningkatkan pemahaman tentang CSR dan praktik berkelanjutan.

### 5. **Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan**

Lakukan evaluasi rutin terhadap pelaksanaan CSR untuk menilai efektivitas dan dampaknya, serta sebagai dasar untuk perbaikan program ke depan.

### 6. **Pengembangan Model Praktik Terbaik (Best Practices)**

Studi perbandingan dengan daerah lain di Indonesia dapat membantu mengidentifikasi faktor keberhasilan dan menginspirasi inovasi dalam penerapan CSR di sektor industri kecil pabrik Tahu Tempe.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmed, Rahim, Zohra, F. (2022). *Examining the CSR strategy of MNCs in Bangladesh*.
- [2] Ashurov, S., Hassan Musse, O. S., & Abdelhak, T. (2024). Evaluating Corporate Social Responsibility in Achieving Sustainable Development and Social Welfare. *BRICS Journal of Economics*, 5(2), 77–102. <https://doi.org/10.3897/brics-econ.5.e121429>
- [3] Awa, H. O., Etim, W., & Ogbonda, E. (2024). Stakeholders, stakeholder theory and Corporate Social Responsibility (CSR). *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40991-024-00094-y>
- [4] Carrera, L. (2022). Corporate social responsibility. A strategy for social and territorial sustainability. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 7(1), 0–11. <https://doi.org/10.1186/s40991-022-00074-0>
- [5] Freeman, R. E., & Ramakrishna Velamuri, S. (2006). A new approach to CSR: Company stakeholder responsibility. *Corporate Social Responsibility: Reconciling Aspiration with Application*, 9–23. <https://doi.org/10.1057/9780230599574>
- [6] Gupita, F. (2025). *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Keberlanjutan Bisnis di Era Digital : Studi Pada Start-up yang Bertahan Lebih Dari Lima Tahun*. 7, 63–73.
- [7] Mai, N. K., Nguyen, A. K. T., & Nguyen, T. T. (2021). Implementation of Corporate Social Responsibility Strategy to Enhance Firm Reputation and Competitive Advantage. *Journal of Competitiveness*, 13(4), 96–114. <https://doi.org/10.7441/joc.2021.04.06>
- [8] Masum, A., Hanan, H., Awang, H., Aziz, A., & Ahmad, M. H. (2020). Corporate Social Responsibility and its Effect on Community Development: An Overview. *Journal of Business and Management*, 22(1), 35–40. <https://doi.org/10.9790/487X-2201053540>
- [9] Prasetyo, J. E., Sabihaini, Bintarto, B., Susanto, A. A., Rahmanda, G. A., Rusdiyanto, Rochman, A. S. ur, & Kalbuana, N. (2021). Corporate Social Responsibility Community Development And Empowerment Program In Indonesia. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(1), 1–11.
- [10] Razak, R. (2022). *CSR*. 33(1), 1–12.

- [11] Romadhona, M. K., Subagyono, B. S. A., & Agustin, D. (2022). Examining Sustainability Dimension in Corporate Social Responsibility of ExxonMobil Cepu: An Overview of Socio-Cultural and Economic Aspects. *Journal of Social Development Studies*, 3(2), 128–141. <https://doi.org/10.22146/jsds.5038>
- [12] Setiawan, Y. (2021). *Evaluasi Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. RAPP Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan*.
- [13] Wijayanti, N. K., Adiranti, U., Ariyanti, A. S., & Djasuli, M. (2023). Konsep dan Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Bisnis: Studi Literatur. *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 232–238.
- [14] Zaini, P. M., Zaini, P. M., Saputra, N., Penerbit, Y., Zaini, M., Lawang, K. A., & Susilo, A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue May).

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN