

ABSTRAKSI

Parameter dalam relasi sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan hal signifikan, khususnya antar-perusahaan yang bekerja sama dalam pelaksanaan CSR karena menjadi kunci penting pelaksanaan CSR. PT Olahkarsa Inovasi Indonesia adalah salah satu *start-up* konsultan jasa CSR yang banyak membangun hubungan dan relasi dengan berbagai pihak guna mengembangkan bisnis dan mencapai tujuan. Namun realita di lapangan pembahasan peran relasi sosial antar-perusahaan dalam CSR masih minim. Fokus utama penelitian ini adalah mengetahui faktor relasi sosial dalam keberhasilan CSR melalui studi kasus pada PT Olahkarsa Inovasi Indonesia yang berfokus pada tiga tipe relasi sosial *bonding*, *bridging*, dan *linking* yang merupakan bentuk dari modal sosial.

Relasi sosial *bonding* adalah koneksi di dalam grup, terkarakterisasi dari kesamaan (demografi, sikap, latar belakang), dan memiliki hubungan tertutup. Relasi sosial *bridging* adalah koneksi yang menghubungkan orang melewati pembelahan yang dibedakan berdasarkan ras, kelas, dan agama, selain itu tipe ini juga berasosiasi melalui “jembatan” antara komunitas, grup, atau organisasi. Relasi sosial *linking* adalah jaringan hubungan saling percaya pada orang yang berinteraksi dengan gradian otoritas yang dilembagakan atau formal dan hubungannya bersifat vertikal dengan fitur perbedaan atau kekuasaan sosial.

Hasil penelitian menunjukkan relasi sosial *bonding* tercermin melalui forum *inno morning session* yang berfungsi sebagai forum berbagi dukungan berupa diskusi antar-sesama rekan kerja dalam memberikan alternatif penyelesaian, ilmu baru, berbagi keluh kesah mengenai pekerjaan, memberi penguatan, dan bentuk baru dukungan moral. Relasi sosial *bridging* memberikan sumber daya dan modal sosial baru bagi perusahaan yang berguna dalam pengembangan substansi dan keahlian baru untuk menyesuaikan diri sesuai tren. Pada relasi sosial *linking*, kepercayaan menjadi penting dalam kerja sama implementasi program CSR dengan Pemdes Desa Semen, meskipun belum ada MoU, tetapi implementasi berjalan baik. Relasi sosial *bonding*, *bridging*, dan *linking* tidak lepas dari pemanfaatan teknologi-informasi, melalui postingan dan aktif di akun sosial media, menjangkau jejaring yang lebih luas melalui forum daring, menyediakan aplikasi, ataupun penyelesaian permasalahan klien bagi kerja sama yang berkelanjutan untuk keberhasilan proyek maupun program CSR.

Berdasarkan kenyataan di lapangan konsep relasi sosial dapat mendukung pelaksanaan operasional perusahaan dan pelaksanaan berbagai jenis kegiatan program CSR. Hal ini terlihat bahwa relasi sosial memberikan sumbangsih terhadap keberhasilan dari pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh PT Olahkarsa Inovasi Indonesia sebagai perusahaan konsultan jasa CSR.

Kata Kunci: Relasi Sosial, Keberhasilan CSR, Perusahaan Konsultan Jasa CSR

ABSTRACT

Parameters in Corporate Social Responsibility (CSR) social relations are significant, especially between companies that collaborate in CSR implementation because they are an important key to CSR implementation. PT Olahkarsa Inovasi Indonesia is one of the start-up CSR service consultants that builds many relationships and relations with various parties in order to develop business and achieve goals. However, in reality, the discussion of the role of inter-company social relations in CSR is still minimal. The main focus of this research is to find out the factors of social relations in the success of CSR through a case study at PT Olahkarsa Inovasi Indonesia which focuses on three types of bonding, bridging, and linking social relations which are forms of social capital.

Bonding social relations are connections within groups, characterised by similarities (demographics, attitudes, backgrounds), and have closed relationships. Bridging social relations are connections that link people across divisions distinguished by race, class, and religion, and these types also associate through "bridges" between communities, groups, or organisations. Linking social relations is a network of trusting relationships in people who interact with institutionalised or formal grants of authority and the relationship is vertical with features of social division or power.

The results showed that bonding social relations are reflected through the inno morning session forum which functions as a forum for sharing support in the form of discussions between colleagues in providing alternative solutions, new knowledge, sharing complaints about work, providing reinforcement, and new forms of moral support. Bridging social relations provide new resources and social capital for companies that are useful in developing new substance and expertise to adjust to trends. In linking social relations, trust is important in the cooperation of CSR programme implementation with the village government of Semen Village, although there is no MoU, but the implementation is going well. Bonding, bridging, and linking social relations cannot be separated from the use of information technology, through posting and being active on social media accounts, reaching a wider network through online forums, providing applications, or solving client problems for ongoing cooperation for the success of CSR projects and programmes.

Based on the reality in the field, the concept of social relations can support the implementation of company operations and the implementation of various types of CSR programme activities. It can be seen that social relations contribute to the success of the CSR implementation carried out by PT Olahkarsa Inovasi Indonesia as a CSR service consulting company.

Key Words: Social Relations, The Success of CSR, CSR Services Consulting Company