



Sistem Pendukung Keputusan untuk Menentukan Penerima Bantuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di CV Jogja Horti Lestari Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Muhammad Hanif Anshari*, Sri Handayani

Universitas Teknologi Yogyakarta

Abstrak: Penentuan prioritas program Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tantangan strategis bagi perusahaan hortikultura dalam menyelaraskan keterbatasan sumber daya dengan kebutuhan masyarakat yang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan Sistem Pendukung Keputusan (SPK) berbasis metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam menentukan prioritas program CSR di CV Jogja Horti Lestari. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan Decision Support System, di mana data diperoleh melalui wawancara terstruktur dengan pihak manajemen perusahaan. Kriteria penilaian mencakup dampak sosial (people), dampak lingkungan (planet), dampak ekonomi (profit), dan kontribusi terhadap branding perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kriteria kontribusi terhadap branding memiliki bobot kepentingan tertinggi sebesar 0,5281. Berdasarkan sintesis akhir AHP, alternatif pemberdayaan petani dan UMKM menempati peringkat pertama dengan nilai prioritas 0,4739, diikuti oleh edukasi pertanian berkelanjutan (0,3113), penghijauan lingkungan (0,1491), dan bantuan sosial serta donasi hasil panen (0,0657). Nilai Consistency Ratio (CR) sebesar 0,0465 menunjukkan bahwa hasil pengambilan keputusan bersifat konsisten dan valid. Implementasi SPK ini memberikan landasan objektif bagi perusahaan untuk mengalokasikan bantuan secara strategis, sehingga program CSR tidak hanya berdampak sosial namun juga memperkuat citra merek secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Sistem Pendukung Keputusan (SPK), Corporate Social Responsibility (CSR), Analytical Hierarchy Process (AHP)

DOI:

<https://doi.org/10.53697/jim.v5i4.3955>

*Correspondence: Muhammad Hanif Anshari

Email:

hanif.6240111019@student.uty.ac.id

Received: 27-12-2025

Accepted: 27-01-2026

Published: 27-02-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: Determining the priority of Corporate Social Responsibility (CSR) programs is a strategic challenge for horticultural companies in aligning limited resources with diverse community needs. This study aims to implement a Decision Support System (DSS) based on the Analytical Hierarchy Process (AHP) method to determine priorities for CSR programs at CV Jogja Horti Lestari. The research method used is descriptive quantitative with a Decision Support System approach, where data were obtained through structured interviews with company management. Evaluation criteria include social impact (people), environmental impact (planet), economic impact (profit), and contribution to company branding. The results showed that the criteria for contribution to branding had the highest weight of 0.5281. Based on the final AHP synthesis, the farmer and MSME empowerment alternative ranked first with a priority value of 0.4739, followed by sustainable agriculture education (0.3113), environmental greening (0.1491), and social assistance and harvest donations (0.0657). A Consistency Ratio (CR) value of 0.0465 indicates that the decision-making results are consistent and valid. The implementation of this DSS provides an objective basis for the company to allocate assistance strategically, ensuring that CSR programs not only have a social impact but also strengthen the brand image sustainably.

Keywords: Decision Support System (DSS), Corporate Social Responsibility (CSR), Analytical Hierarchy Process (AHP)

Pendahuluan

Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada dasarnya lahir dari kesadaran perusahaan akan pentingnya kontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat sebagai bagian dari tanggung jawab sosial yang lebih luas (Astuti, 2023). Dalam era globalisasi saat ini, CSR tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi pemerintah, tetapi telah bertransformasi menjadi elemen inti dalam strategi identitas perusahaan (Sabolak & Zebua, 2024). Perusahaan yang mampu menunjukkan tanggung jawab sosial yang nyata cenderung mendapatkan loyalitas konsumen yang lebih tinggi, karena konsumen modern mulai mempertimbangkan aspek etika dan kontribusi sosial dari merek yang mereka konsumsi (Sabolak & Zebua, 2024). Secara praktis, CSR mencerminkan komitmen berkelanjutan yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip etis dan hukum yang berlaku (Cahya, 2022).

Manfaat dari implementasi CSR dapat dianalisis dari berbagai perspektif pemangku kepentingan. Bagi karyawan internal, program CSR memberikan peluang untuk pencapaian prestasi di luar deskripsi kerja teknis dan memungkinkan pengembangan keahlian baru melalui keterlibatan langsung dalam proyek komunitas (Octaviani et al., 2022). Dari sisi eksternal atau penerima program, CSR berperan dalam meningkatkan keterampilan teknis serta kreativitas manajerial masyarakat sasaran (Uyun et al., 2024). Sementara itu, bagi organisasi itu sendiri, CSR berkontribusi signifikan pada penguatan kerja tim internal dan pembentukan reputasi positif di mata publik, yang merupakan aset tidak berwujud namun sangat berharga dalam persaingan bisnis (Uyun et al., 2024).

Perkembangan paradigma bisnis menunjukkan bahwa masyarakat kini menuntut perusahaan untuk tidak sekadar mengejar keuntungan finansial, melainkan juga berperan aktif dalam mengatasi isu-isu sosial dan lingkungan. Pandangan ini sejalan dengan konsep *Triple Bottom Line* yang dipopulerkan oleh Elkington (1997), yang menekankan keseimbangan antara pilar profit, people, dan planet sebagai basis tanggung jawab korporasi modern. Dalam ekosistem bisnis yang kapitalistik dan kompetitif, citra positif yang dibangun melalui CSR menjadi faktor penentu agar bisnis dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. CSR juga berfungsi sebagai instrumen branding yang membedakan satu entitas bisnis dengan pesaingnya melalui narasi kontribusi sosial yang autentik.

Meskipun urgensi CSR telah diakui secara luas, tantangan utama dalam implementasinya terletak pada bagaimana pihak manajemen menentukan prioritas program yang paling tepat (Andika & Maulita, 2025). Keterbatasan anggaran dan sumber daya seringkali berbenturan dengan beragamnya kebutuhan masyarakat, sehingga memaksa manajer untuk membuat pilihan yang sulit. Pengambilan keputusan yang bersifat subjektif dan hanya mengandalkan intuisi berpotensi menimbulkan ketidakefisienan alokasi dana serta melemahkan akuntabilitas perusahaan di mata publik (Yunita et al., 2020). Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendekatan sistematis yang didukung oleh teknologi informasi untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil didasarkan pada analisis data yang objektif (Yunita et al., 2020).

Sistem Pendukung Keputusan (SPK) atau *Decision Support System* (DSS) hadir sebagai solusi untuk mengatasi kompleksitas pengambilan keputusan manajerial tersebut

(Zhou et al., 2023). DSS memanfaatkan kombinasi data, model analitis, dan prosedur komputasi untuk menghasilkan alternatif keputusan yang lebih efektif dan dapat dipertanggungjawabkan (Alasiri & Salameh, 2020). Dirancang khusus untuk mendukung penyelesaian masalah semi-terstruktur, DSS mengintegrasikan basis data dengan model matematis dan statistik guna mengurangi ketergantungan pada intuisi semata (Zhao, 2022). Melalui pemanfaatan DSS, proses evaluasi terhadap berbagai alternatif keputusan dapat dilakukan secara simultan, sehingga meningkatkan kualitas, konsistensi, dan transparansi dari kebijakan yang dihasilkan (Suryamen & Putra, 2022).

Dalam konteks pengelolaan bantuan CSR, DSS berperan vital dalam membantu manajemen mengidentifikasi prioritas program yang paling relevan dengan tujuan strategis perusahaan, kebutuhan nyata masyarakat, serta prinsip keberlanjutan lingkungan (Al Shobaki & Naser, 2016). DSS memungkinkan integrasi berbagai kriteria penilaian yang seringkali memiliki bobot kepentingan yang berbeda, seperti dampak sosial, kelestarian lingkungan, efisiensi ekonomi, dan kontribusi terhadap branding perusahaan, ke dalam satu kerangka kerja pengambilan keputusan yang komprehensif (Zong et al., 2021). Hal ini memastikan bahwa keputusan CSR yang dihasilkan tidak bersifat reaktif atau bersifat sementara, melainkan bersifat strategis dan berbasis data.

Salah satu metode yang paling efektif dan banyak digunakan dalam pengembangan DSS adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) (Nugroho et al., 2025). Metode ini memungkinkan analisis multi-kriteria yang memungkinkan manajer untuk menentukan prioritas secara objektif dan transparan melalui struktur hierarki yang sistematis (Marsiani, 2023). Keunggulan utama AHP adalah kemampuannya untuk menguraikan permasalahan kompleks menjadi elemen-elemen yang lebih sederhana dan mengukur tingkat kepentingan relatif antar kriteria serta alternatif melalui mekanisme perbandingan berpasangan (Surya et al., 2019). Selain itu, AHP dilengkapi dengan alat untuk menguji konsistensi penilaian, sehingga hasil akhir keputusan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan dapat diandalkan secara ilmiah (Paramita et al., 2017).

Penelitian ini berfokus pada penerapan DSS berbasis AHP untuk membantu CV Jogja Horti Lestari dalam menentukan prioritas bantuan CSR mereka. Fokus utama perusahaan ini adalah bagaimana program CSR tidak hanya memberikan dampak sosial yang luas tetapi juga memperkuat posisi merek mereka di sektor hortikultura. Melalui pendekatan ini, diharapkan perusahaan dapat memperoleh rekomendasi yang akurat, meningkatkan akuntabilitas dalam pengelolaan dana CSR, serta menjalankan etika bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang dan penguatan branding yang strategis.

Metodologi

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan pendekatan *Decision Support System* (DSS) untuk mengevaluasi dan menentukan prioritas program CSR. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi dan pelaksanaan CSR pada CV Jogja Horti Lestari tanpa adanya manipulasi terhadap variabel yang diteliti. Sementara itu, pendekatan kuantitatif diterapkan untuk mengolah data numerik yang berkaitan dengan kriteria penilaian dampak sosial,

lingkungan, ekonomi, dan kontribusi terhadap branding. Data kuantitatif ini diperoleh dari transformasi hasil wawancara manajerial ke dalam skala penilaian numerik yang kemudian diproses menggunakan algoritma *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Objek penelitian adalah CV Jogja Horti Lestari, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang hortikultura yang berupaya mensinkronkan program tanggung jawab sosialnya dengan strategi pemasaran perusahaan. Alur penelitian dimulai dengan identifikasi masalah terkait penentuan penerima bantuan, diikuti oleh pengumpulan data primer melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pihak manajemen. Tahap selanjutnya adalah pembangunan struktur hierarki keputusan, pelaksanaan perbandingan berpasangan antar kriteria dan alternatif, serta pengujian konsistensi hasil penilaian.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pemangku kepentingan internal di CV Jogja Horti Lestari yang memiliki otoritas dan keterlibatan langsung dalam perancangan serta eksekusi program CSR. Mengingat kebutuhan akan data yang memiliki kedalaman strategis, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* (Marsiani, 2023). Responden dipilih berdasarkan pertimbangan keahlian, pengalaman manajerial, dan peran strategis mereka dalam proses pengambilan keputusan di perusahaan. Sampel inti terdiri dari pemilik perusahaan dan manajer operasional yang bertanggung jawab atas alokasi sumber daya perusahaan.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui dua sumber utama. Pertama, data primer yang diperoleh langsung dari observasi lapangan dan wawancara terstruktur dengan manajemen guna mendapatkan penilaian terhadap tingkat kepentingan relatif antara kriteria dan performa alternatif program. Kedua, data sekunder yang dikumpulkan melalui studi literatur dari jurnal ilmiah, laporan tahunan perusahaan, dan dokumen kebijakan CSR yang relevan guna memberikan konteks teoritis dan empiris pada analisis. Seluruh data yang terkumpul kemudian ditransformasikan ke dalam matriks perbandingan berpasangan sebagai input utama dalam pemodelan DSS.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah panduan wawancara terstruktur yang didasarkan pada skala Saaty (1-9) untuk membandingkan kepentingan antar elemen hierarki. Analisis data menggunakan perangkat lunak pendukung keputusan untuk menghitung bobot prioritas dan nilai *Consistency Ratio* (CR). Nilai CR yang diharapkan adalah kurang dari 0,1 untuk menjamin bahwa penilaian yang diberikan oleh responden konsisten dan tidak bersifat acak. Tahapan analisis mencakup perhitungan nilai eigen, normalisasi matriks, dan sintesis akhir untuk menghasilkan urutan peringkat alternatif program CSR.

Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa penggunaan metode AHP mampu memberikan kejelasan dalam struktur pengambilan keputusan di CV Jogja Horti Lestari. Melalui dekomposisi masalah, kriteria dan alternatif program dapat dievaluasi secara terukur.

Struktur Hierarki Keputusan

Sistem pendukung keputusan ini disusun ke dalam struktur hierarki tiga level. Level pertama adalah tujuan utama, yaitu penentuan prioritas program CSR yang paling efektif mendukung strategi branding perusahaan. Level kedua terdiri dari empat kriteria penilaian, dan level ketiga terdiri dari empat alternatif program CSR.

1. Kriteria (Level 2):

1. C1: Dampak Sosial (People) – Menilai sejauh mana program memberikan manfaat langsung bagi kesejahteraan masyarakat sekitar.
2. C2: Dampak Lingkungan (Planet) – Menilai kontribusi program terhadap pelestarian alam dan ekosistem.
3. C3: Dampak Ekonomi (Profit) – Menilai potensi program dalam meningkatkan pendapatan atau kemandirian ekonomi masyarakat.
4. C4: Kontribusi terhadap Branding – Menilai pengaruh program terhadap peningkatan citra dan reputasi perusahaan di mata publik.

2. Alternatif (Level 3):

1. A1: Bantuan sosial dan donasi hasil panen – Bersifat filantropi jangka pendek melalui pemberian produk atau dana tunai.
2. A2: Program penghijauan lingkungan – Fokus pada perbaikan ekologi melalui penanaman pohon dan konservasi lahan.
3. A3: Pemberdayaan petani dan UMKM lokal – Upaya peningkatan kapasitas ekonomi melalui kemitraan bisnis dan bantuan modal.
4. A4: Edukasi dan pendampingan pertanian berkelanjutan – Transfer pengetahuan teknis untuk budidaya yang ramah lingkungan dan efisien.

Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria

Langkah awal dalam pengolahan data AHP adalah menentukan bobot kepentingan relatif antar kriteria melalui perbandingan berpasangan yang dilakukan oleh pihak manajemen.

criteria preferences	Dampak Sosial (People)	Dampak Lingkungan (Planet)	Dampak Ekonomi (Profit)	Kontribusi terhadap Branding
Dampak Sosial (People)	1	1	5	1/3
Dampak Lingkungan (Planet)	1	1	5	1/3
Dampak Ekonomi (Profit)	1/5	1/5	1	1/7
Kontribusi terhadap Branding	3	3	7	1

CI: 0,0246 CR: 0,0276 λ : 4,0738

Gambar 1. Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria

Berdasarkan gambar tersebut, hasil perhitungan AHP menunjukkan bobot kepentingan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Bobot Kriteria CSR CV Jogja Horti Lestari

Kriteria	Bobot
Kontribusi terhadap Branding	0,5281
Dampak Sosial (People)	0,2100
Dampak Lingkungan (Planet)	0,2100
Dampak Ekonomi (Profit)	0,0519

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa kriteria kontribusi terhadap branding memiliki bobot yang paling dominan, yakni sebesar 0,5281 atau lebih dari 50% dari total bobot. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen CV Jogja Horti Lestari memandang CSR sebagai instrumen strategis yang vital untuk membangun identitas merek yang kuat di pasar hortikultura yang kompetitif. Dampak sosial dan dampak lingkungan menempati posisi kedua dengan bobot yang sama besar (0,2100), mencerminkan perhatian perusahaan terhadap keseimbangan ekosistem dan masyarakat sekitar. Sementara itu, dampak ekonomi langsung bagi penerima memiliki bobot terendah (0,0519) dalam kriteria pemilihan, meskipun tetap dipertimbangkan dalam evaluasi akhir. Nilai *Consistency Ratio* (CR) yang diperoleh adalah 0,0276, yang berarti penilaian manajemen sangat konsisten karena nilainya jauh di bawah 0,1.

Bobot Alternatif terhadap Setiap Kriteria

Setiap alternatif program CSR kemudian dinilai kinerjanya terhadap masing-masing kriteria di atas. Hasil evaluasi menunjukkan variasi keunggulan antar program tergantung pada dimensi yang dinilai.

- Dampak Sosial (C1):** Alternatif pemberdayaan petani dan UMKM (A3) memiliki skor tertinggi. Program ini dinilai memberikan dampak sosial yang lebih mendalam karena menciptakan kemitraan yang berkelanjutan dibandingkan sekadar pemberian donasi.

Dampak Sosial (People)	Bantuan sosial & donasi hasil panen	Penghijauan lingkungan	Pemberdayaan petani & UMKM	Edukasi pertanian berkelanjutan
Bantuan sosial & donasi hasil panen	1	3	1/5	1/3
Penghijauan lingkungan	1/3	1	1/7	1/5
Pemberdayaan petani & UMKM	5	7	1	3
Edukasi pertanian berkelanjutan	3	5	1/3	1

CI: 0,0391 CR: 0,0439 λ: 4,1172

Gambar 2. Bobot Alternatif terhadap Dampak Sosial

- Dampak Lingkungan (C2):** Alternatif edukasi pertanian berkelanjutan (A4) dan penghijauan (A2) menunjukkan bobot relatif tinggi. Hal ini dikarenakan fokus utama kedua program tersebut adalah pada keberlanjutan sumber daya alam dan minimalisasi limbah pertanian.

Dampak Lingkungan (Planet)	Bantuan sosial & donasi hasil panen	Penghijauan lingkungan	Pemberdayaan petani & UMKM	Edukasi pertanian berkelanjutan
Bantuan sosial & donasi hasil panen	1	1/7	1/5	1/7
Penghijauan lingkungan	7	1	5	1/3
Pemberdayaan petani & UMKM	5	1/5	1	1/3
Edukasi pertanian berkelanjutan	7	3	3	1

CI: 0,1299 CR: 0,1459 λ : 4,3896

Gambar 3. Bobot Alternatif terhadap Dampak Lingkungan

3. **Dampak Ekonomi (C3):** Pemberdayaan petani dan UMKM (A3) memperoleh bobot dominan. Manajemen menilai program ini paling efektif dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat melalui peningkatan produktivitas dan akses pasar.

Dampak Ekonomi (Profit)	Bantuan sosial & donasi hasil panen	Penghijauan lingkungan	Pemberdayaan petani & UMKM	Edukasi pertanian berkelanjutan
Bantuan sosial & donasi hasil panen	1	1/3	1/7	1/5
Penghijauan lingkungan	3	1	1/5	1/3
Pemberdayaan petani & UMKM	7	5	1	3
Edukasi pertanian berkelanjutan	5	3	1/3	1

CI: 0,0391 CR: 0,0439 λ : 4,1172

Gambar 4. Bobot Alternatif terhadap Dampak Ekonomi

4. **Kontribusi terhadap Branding (C4):** Pemberdayaan petani dan UMKM (A3) kembali memperoleh bobot tertinggi. Keberhasilan program kemitraan dengan petani lokal memberikan narasi yang kuat bagi branding perusahaan.

Kontribusi terhadap Branding	Bantuan sosial & donasi hasil panen	Penghijauan lingkungan	Pemberdayaan petani & UMKM	Edukasi pertanian berkelanjutan
Bantuan sosial & donasi hasil panen	1	1/3	1/7	1/5
Penghijauan lingkungan	3	1	1/5	1/3
Pemberdayaan petani & UMKM	7	5	1	3
Edukasi pertanian berkelanjutan	5	3	1/3	1

CI: 0,0391 CR: 0,0439 λ : 4,1172

Gambar 5. Bobot Alternatif terhadap Branding

Nilai Prioritas Global dan Perangkingan

Tahap akhir adalah sintesis dari seluruh bobot kriteria dan alternatif untuk menghasilkan urutan prioritas global.

medurezultati_kriterijRanking (87)	Result
Dampak Sosial (People)	0,21
Dampak Lingkungan (Planet)	0,21
Dampak Ekonomi (Profit)	0,0519
Kontribusi terhadap Branding	0,5281

Gambar 6. Nilai Prioritas Global dan Perangkingan

Berdasarkan gambar tersebut, hasil perhitungan AHP menunjukkan nilai prioritas global program CSR sebagai berikut:

Tabel 2. Nilai Prioritas Global Program CSR

Alternatif	Nilai Akhir
A1	0,21
A2	0,21
A3	0,05
A4	0,52

Alternatives rankings with structure	Dampak Sosial (People)	Dampak Lingkungan (Planet)	Dampak Ekonomi (Profit)	Kontribusi terhadap Branding	Result
Bantuan sosial & donasi hasil panen	0,0247	0,0089	0,0029	0,0292	0,0657
Penghijauan lingkungan	0,0116	0,0693	0,0061	0,0621	0,1491
Pemberdayaan petani & UMKM	0,1187	0,0275	0,0293	0,2984	0,4739
Edukasi pertanian berkelanjutan	0,0551	0,1042	0,0136	0,1385	0,3113

Gambar 7. Alternative Rangking With Structure

Hasil sintesis akhir berdasarkan Alternatives rankings with structure menghasilkan nilai prioritas sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Perangkingan Program CSR

Alternatif	Nilai Akhir
Pemberdayaan petani & UMKM	0,4739
Edukasi pertanian berkelanjutan	0,3113
Penghijauan lingkungan	0,1491
Bantuan sosial & donasi hasil panen	0,0657

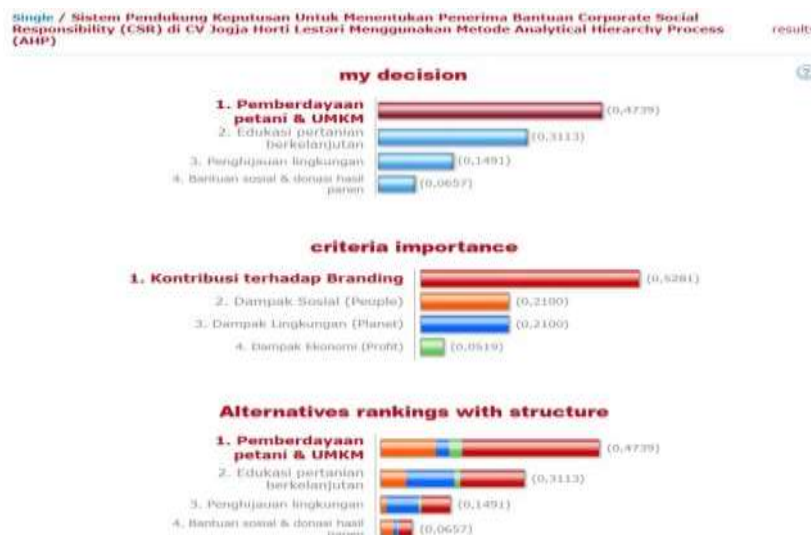
Hasil sintesis akhir menunjukkan bahwa program pemberdayaan petani dan UMKM merupakan prioritas utama bagi CV Jogja Horti Lestari dengan nilai prioritas 0,4739. Nilai ini terpaut cukup jauh dari alternatif edukasi pertanian berkelanjutan yang berada di peringkat kedua dengan nilai 0,3113. Program penghijauan lingkungan berada di peringkat ketiga (0,1491), sementara bantuan sosial yang bersifat filantropi murni berada di peringkat terakhir (0,0657). Nilai *Consistency Ratio* keseluruhan proses adalah 0,0465, yang menegaskan bahwa hasil keputusan ini valid dan dapat diandalkan untuk implementasi kebijakan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kriteria kontribusi terhadap branding perusahaan memiliki bobot tertinggi (0,5281), yang mengindikasikan bahwa CV Jogja Horti Lestari memprioritaskan program CSR yang mampu meningkatkan citra dan identitas perusahaan di mata masyarakat. Hal ini sejalan dengan konsep CSR modern yang tidak hanya berorientasi pada kepedulian sosial, tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi dan branding perusahaan.

Alternatif pemberdayaan petani dan UMKM menempati peringkat pertama dengan nilai prioritas sebesar 0,4739. Tingginya nilai ini dipengaruhi oleh kontribusinya yang signifikan terhadap aspek branding, dampak sosial, dan dampak ekonomi secara bersamaan. Program ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan sebagai entitas yang berkomitmen terhadap pembangunan ekonomi lokal.

Alternatif edukasi pertanian berkelanjutan berada pada peringkat kedua (0,3113), menunjukkan bahwa transfer pengetahuan dan pendampingan memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan sektor pertanian sekaligus membangun citra positif perusahaan dalam jangka panjang. Sementara itu, penghijauan lingkungan dan bantuan sosial memperoleh nilai yang lebih rendah karena kontribusinya terhadap branding dan dampak ekonomi relatif terbatas, meskipun tetap memiliki manfaat ekologis dan sosial.



Gambar 8. Hasil Analisis AHP Penentuan Bantuan CSR

Hasil analisis menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) menunjukkan bahwa program pemberdayaan petani dan UMKM menjadi prioritas utama dalam strategi Corporate Social Responsibility (CSR) CV Jogja Horti Lestari dengan nilai prioritas sebesar 0,4739. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa kriteria kontribusi terhadap branding perusahaan menjadi pertimbangan paling krusial dalam pengambilan keputusan CSR di CV Jogja Horti Lestari (Rouhani et al., 2016). Hal ini mengindikasikan pergeseran orientasi perusahaan dari sekadar kepedulian sosial yang bersifat reaktif menuju strategi branding yang proaktif. Dengan memprioritaskan program yang mampu meningkatkan citra perusahaan, CV Jogja Horti Lestari berupaya membangun diferensiasi merek di mata konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Branding melalui CSR dianggap efektif karena membangun hubungan emosional yang lebih dalam dengan masyarakat dibandingkan iklan konvensional.

Program pemberdayaan petani dan UMKM menempati peringkat pertama karena kemampuannya dalam menyentuh berbagai aspek penilaian secara simultan (Brin & Nehme, 2021). Dari sisi branding, keberhasilan petani mitra menjadi testimoni hidup atas kualitas dukungan perusahaan. Dari sisi sosial dan ekonomi, program ini menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan taraf hidup masyarakat lokal secara mandiri. Program ini tidak hanya memberikan bantuan sesaat tetapi membangun kapasitas (*capacity building*) yang bertahan lama. Hal ini sejalan dengan teori pembangunan berkelanjutan yang menekankan pada kemandirian subjek penerima manfaat (Gupta et al., 2024).

Alternatif edukasi pertanian berkelanjutan yang berada di peringkat kedua mencerminkan visi jangka panjang perusahaan terhadap kelestarian industri hortikultura. Edukasi teknis kepada masyarakat mengenai budidaya yang ramah lingkungan tidak hanya mendukung pilar "planet" dalam konsep *Triple Bottom Line*, tetapi juga memastikan bahwa ekosistem pertanian di sekitar perusahaan tetap produktif untuk masa depan. Meskipun kontribusi brandingnya mungkin tidak secepat program pemberdayaan UMKM, dampak edukasi ini sangat penting untuk membangun reputasi perusahaan sebagai pemimpin pemikiran (*thought leader*) dalam praktik pertanian modern.

Di sisi lain, posisi bantuan sosial di peringkat terbawah menunjukkan bahwa pendekatan filantropi murni mulai ditinggalkan oleh manajemen perusahaan yang lebih mengedepankan efektivitas dan dampak jangka panjang (Intan et al., 2023). Walaupun bantuan sosial tetap memiliki manfaat sosial yang cepat, kontribusinya terhadap pemberdayaan yang berkelanjutan dan penguatan branding dinilai relatif kecil dan bersifat insidental. Perusahaan kini lebih memilih investasi sosial yang memiliki keterkaitan erat dengan kompetensi inti bisnis mereka, yakni pertanian dan pengembangan ekonomi lokal. Penerapan metode AHP dalam Sistem Pendukung Keputusan ini terbukti mampu memberikan landasan objektif bagi pihak manajemen (Salim et al., 2022).

Melalui pengujian konsistensi, subjektivitas dalam pengambilan keputusan dapat diminimalisir, sehingga alokasi dana CSR dapat dilakukan secara lebih akuntabel. Pendekatan ini juga mempermudah proses komunikasi internal manajemen dalam menyepakati prioritas program karena setiap peringkat didukung oleh data dan perhitungan matematis yang transparan. Secara keseluruhan, integrasi antara DSS berbasis

AHP dengan strategi CSR memberikan model pengambilan keputusan yang strategis, sistematis, dan selaras dengan visi keberlanjutan perusahaan (Hanin & Cahyono, 2023).

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP), dapat disimpulkan bahwa penerapan Sistem Pendukung Keputusan (SPK) sangat efektif dalam membantu CV Jogja Horti Lestari menentukan prioritas program CSR mereka, di mana kriteria kontribusi terhadap branding perusahaan diidentifikasi sebagai aspek yang paling berpengaruh dengan bobot kepentingan sebesar 0,5281. Temuan ini memberikan implikasi penting bahwa bagi perusahaan di sektor hortikultura, program CSR tidak lagi hanya berfungsi sebagai bantuan sosial reaktif, melainkan instrumen strategis untuk membangun identitas merek yang kuat dan berkelanjutan. Alternatif pemberdayaan petani dan UMKM yang menempati peringkat pertama (0,4739) direkomendasikan secara praktis untuk dijadikan fokus utama kebijakan tahunan perusahaan guna memaksimalkan shared value antara perusahaan dan komunitas mitra. Sebagai rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengintegrasikan kriteria penilaian risiko ekologi yang lebih mendalam serta mempertimbangkan penggunaan metode komparasi multi-kriteria lainnya seperti TOPSIS atau VIKOR guna memperkaya validitas hasil pemeringkatan dalam konteks industri yang lebih dinamis.

Referensi

- Al Shobaki, M. J., & Naser, S. S. A. (2016). Decision support systems and its role in developing the universities strategic management: Islamic university in Gaza as a case study. *International Journal of Advanced Research and Development*, 1(10), 33-47.
- Alasiri, M. M., & Salameh, A. A. (2020). The Impact of Business Intelligence (BI) and Decision Support System (DSS): Exploratory Study. *International Journal of Management*, 11(5), 1001-1016. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.5.2020.092>
- Andika, R., & Maulita, Y. (2025). A Decision Support System for Determining Corporate Social Responsibility (CSR) Fund Recipients Using The Dead Method (Case study: PT. Ukindo Blankahan Estate). *Journal of Engineering, Technology and Computing*, 4(2), 58-70. <https://doi.org/10.63893/jetcom.v4i2.312>
- Astuti, M. (2023). Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Pembangunan Kesejahteraan Desa (Studi Desa Bakungan Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kartanegara Perspektif Masalah Mursalah). *Qalamuna: Jurnal Hukum Islam dan Perundang-undangan*, 7(1). <https://doi.org/10.21093/qj.v7i2.7143>

- Batubara, M. H., & Aisyah, S. (2022). Supply Chain Management Strategy for MSMEs in Reducing Unemployment in Medan City. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(3), 775-784. <https://doi.org/10.53697/jim.v2i3.775>
- Brin, P., & Nehme, M. (2021). Sustainable Development in Emerging Economy: Using the Analytical Hierarchy Process for Corporate Social Responsibility Decision Making. *Journal of Information Technology Management, (Special Issue)*. <https://doi.org/10.22059/jitm.2021.80744>
- Cahya, R. A. (2022). Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) PT. Semen Baturaja (PERSERO) Tbk Sebagai Upaya Dalam Pembinaan Lingkungan Dan Kemitraan. *Journal of Indonesian Management*, 1(1), 43-56. <https://doi.org/10.62668/jim.v1i01.270>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.
- Gupta, B. B., Panigrahi, P. K., et al. (2024). Analysis of the Role of Global Information Management in Advanced Decision Support Systems (DSS) for Sustainable Development. *Journal of Global Information Management*, 31(2), 1-13. <https://doi.org/10.4018/JGIM.320185>
- Hanin, N., & Cahyono, A. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Cafe Bagi Mahasiswa Kota Pontianak Dengan Metode SAW. *TEKNOSI: Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 9(2), 95-102. <https://doi.org/10.25077/TEKNOSI.v9i2.2023.95-102>
- Intan, B., Irvai, M., & Efranda, N. (2023). Aplikasi Pendukung Keputusan Penerima Beasiswa CSR Menggunakan Metode Weight Product (WP). *Jurnal Ilmiah Betrik Besemah Teknologi Informasi dan Komputer*, 14(01), 156-165. <https://doi.org/10.36050/cqe48e24>
- Marsiani, E. S. (2023). Decision Support System (SPK) to Determine The Increase in Customer Service Representative (CSR) Employee Class Using AHP and TOPSIS Methods at PT. Telkom. *JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing)*, 7(1), 127-138. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v7i1.1100>
- Marsiani, E. S., Natsir, F., Sihombing, R. A., & Izzatillah, M. (2025). Support Vector Machine Based Machine Learning for Sentiment Analysis of User Reviews of the Bibit Application on Google Play Store. *JICO: International Journal of Informatics and Computing*, 1(2). <https://iaico.org/index.php/JICO/article/view/2227/15>

- Nugroho, A. W., Agung, A., & Satia, G. (2025). Business Intelligence Systems and Their Impact on Organizational Decision-Making and Performance Outcomes. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 9(2), 1269-1284. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2646>
- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial "Humanitas" Fisip Unpas*, 4(1), 21-33. <https://doi.org/10.23969/humanitas.v4ii.4882>
- Paramita, A., Mustika, F. A., & Farkhatin, N. (2017). Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan Guru Terbaik Berdasarkan Kinerja dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *TEKNOSI: Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 9-18.
- Rouhani, S., Ashrafi, A., Ravasan, A. Z., & Afshari, S. (2016). The Impact Model of Business Intelligence on Decision Support and Organizational Benefits. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 19-50. <https://doi.org/10.1108/JEIM-12-2014-0126>
- Sabolak, Y., & Zebua, F. (2024). Analisis keberlanjutan dan peran CSR dalam pengembangan ekonomi lokal. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 20-26. <https://doi.org/10.70134/jukoni.v1i1.22>
- Salim, M., Andryana, S., & Rahman, B. (2022). Penentuan Penerimaan Bantuan Dana Corporate Social Responsibility Menggunakan Perbandingan Metode Simple Additive Weighting Dan Fuzzy Logic. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 5(1), 114-122. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/INTECOM/article/view/3599/2243>
- Surya, G., Yota, K., & Aryanto, E. (2019). SPK Penentuan Lokasi ATM Menggunakan Metode AHP dan SAW. *TEKNOSI: Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 5(1), 49-56. <https://doi.org/10.25077/TEKNOSI.v5i1.2019.49-56>
- Suryamen, H., & Putra, R. M. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Open Recruitment UKM Di Universitas Andalas. *TEKNOSI: Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 8(3), 98-106. <https://doi.org/10.25077/TEKNOSI.v8i3.2022.098-106>
- Uyun, L., Noviyanti, S. E., & Primasari, D. (2024). Peran CSR terhadap Keberlangsungan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sosial*, 7(2), 40-52. <https://doi.org/10.56071/jemes.v7i2.925>
- Wahyudi, R. T. (2025). Decision Support System for Recipients of Corporate Social Responsibility (CSR) Fund Assistance Using the Simple Additive Weighting Method (Case Study: PT Dexa Medica). *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi (JIKSI)*, 5(2), 207-215 <https://doi.org/10.61346/jiksi.v5i2.207>

- Yunita, N., Prayudha, J., et al. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Penerima Bantuan Corporative Social Responsibility (CSR) di PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Dengan Menggunakan Metode Additive Ratio Assesment (ARAS). *Jurnal Sains dan Komputer*.
- Zhao, Y. (2022). Decision Support System for Economic Management of Large. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/9453580>
- Zhou, J., San, O. T., & Liu, Y. (2023). Design and Implementation of Enterprise Financial Decision Support System Based on Business Intelligence. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), 1-14. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.873>
- Zong, K., Yuan, Y., et al. (2021). Or-Based Intelligent Decision Support System for E-Commerce. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16, 1150-1164. <https://doi.org/10.3390/jtaer16040065>