



Sistem Informasi Corporate Social Responsibility: Pendekatan Desain Thinking pada Perancangan Desain Antarmuka

Intan Dzikria¹, Mirza Azzahra Kisworo²

¹Program Studi Sistem dan Teknologi Informasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

²Program Studi Teknik Informatika, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Corresponding author email: intandzikria@untag-sby.ac.id

Abstract: Companies are currently faced with demands to carry out social and environmental responsibilities more actively in order to create sustainable value. Corporate Social Responsibility (CSR) is an integral part of good corporate governance practices, as mandated in Law Number 40 of 2007. However, CSR implementation is often still a formality, without integration into business processes and minimal stakeholder participation. This study aims to design the interface and user experience of a company's CSR information system using a design thinking approach. This method emphasizes an in-depth understanding of user needs through five iterative stages. With this approach, it is hoped that the CSR information system developed can increase stakeholder involvement, encourage transparency, and strengthen social and environmental impacts in a sustainable manner.

Keywords: design thinking, corporate social responsibility, user interface, user experience

Abstrak: Perusahaan saat ini dihadapkan pada tuntutan untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan secara lebih aktif guna menciptakan nilai berkelanjutan. Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi bagian integral dari praktik tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*), sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. Namun, implementasi CSR sering kali masih bersifat formalitas, tanpa integrasi dalam proses bisnis dan minim partisipasi pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang antarmuka dan pengalaman pengguna sistem informasi CSR perusahaan menggunakan pendekatan design thinking. Metode ini menekankan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna melalui lima tahap iteratif. Untuk mendukung proses perancangan sistem ini dilakukan pengumpulan data melalui tahap wawancara dan observasi terhadap pengguna untuk mengidentifikasi kebutuhan, kendala dan preferensi yang dimiliki. Data tersebut menjadi dasar untuk melakukan pengembangan prototipe dan dilakukan pengujian melalui metode *heuristic evaluation* oleh ahli desain antarmuka. Dengan pendekatan ini, diharapkan sistem informasi CSR yang dikembangkan dapat meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan, mendorong transparansi, serta memperkuat dampak sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

Kata kunci: design thinking, corporate social responsibility, antarmuka pengguna, pengalaman pengguna

I. PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan sebuah entitas ekonomi yang menjalankan bisnis untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan dengan berbagai peran aktif dalam masyarakat [1]. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat dan pemangku kepentingan terhadap isu - isu sosial dan lingkungan, perusahaan juga diuntut untuk mengambil peran yang lebih aktif dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap aspek sosial dan lingkungan cenderung lebih mendapat kepercayaan publik dan loyalitas dari konsumen atau pelanggan yang pada akhirnya berkontribusi pada stabilitas dan pertumbuhan jangka panjang perusahaan [1], serta menciptakan nilai ekonomi tanpa mengesampingkan aspek sosial dan lingkungan [2].

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wujud tanggung jawab moral dan sosial dari suatu perusahaan terhadap berbagai pihak yang terpengaruh oleh kegiatan operasionalnya. [3] menyatakan bahwa CSR terbukti memberikan manfaat jangka panjang bagi keberlanjutan perusahaan. CSR menjadi bagian yang terpisahkan dalam tata kelola perusahaan yang baik atau *good corporate governance* [3]. Di sisi lain, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perusahaan perseroan terbatas mengemukakan bahwa perusahaan wajib menggunakan program CSR yang melibatkan kontribusi sosial dan lingkungan sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sosial [4]. Program CSR yang efektif dapat meningkatkan reputasi suatu perusahaan namun implementasi yang tidak berkelanjutan atau hanya sebagai formalitas dapat menurunkan nilai perusahaan di mata



masyarakat sosial [5]. Oleh karena itu perusahaan harus dapat memastikan bahwa program CSR yang mereka lakukan tidak hanya sekedar memenuhi kewajiban kebijakan yang berlaku tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Kurangnya komitmen perusahaan yang memandang CSR hanya sebagai upaya meningkatkan citra perusahaan atau sekedar memenuhi kewajiban hukum, tanpa adanya integrasi yang mendalam dalam operasional bisnis, menjadi salah satu masalah tata kelola CSR perusahaan. Di sisi lain, terdapat masalah minimnya transparansi dan pelaporan mengenai hal CSR, serta partisipasi stakeholder dalam proses perencanaan dan implementasi CSR.

Penelitian ini bertujuan menggunakan pendekatan *design thinking* di dalam proses desain sistem CSR agar seluruh pemangku kepentingan dapat terlibat dalam pelaksanaan CSR perusahaan. *Design thinking* merupakan sebuah metode desain yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna dan melalui lima tahapan utama [6]. Dalam topik ini pendekatan berbasis data menjadi hal penting guna memastikan bahwa desain sistem yang dirancang benar-benar relevan dan sesuai dengan kondisi. Pengumpulan data melalui wawancara memungkinkan untuk mengidentifikasi kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi oleh pengguna.

Data tersebut juga memiliki peran penting dalam evaluasi prototipe melalui metode seperti *heuristic evaluation*, sehingga sistem yang telah dirancang dapat lebih efektif, mudah digunakan, dan mampu meningkatkan keaktifan pemangku kepentingan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi acuan perusahaan dalam mengembangkan sistem informasi CSRnya sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan atau pengguna.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep yang mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab tidak hanya terhadap pemegang saham, tetapi juga terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan di mana mereka beroperasi. CSR mencakup berbagai kegiatan yang melibatkan kontribusi sosial dan lingkungan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yang berkelanjutan. Konsep ini berkembang dari pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai entitas ekonomi yang berfokus pada keuntungan, tetapi juga sebagai institusi sosial yang harus memikul tanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan [7].

Di Indonesia, CSR dikendalikan oleh berbagai regulasi pemerintah, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 47 Tahun 2012, yang mewajibkan perusahaan memiliki kewajiban serta tanggungjawab dalam kehidupan sosial dan lingkungan [2]. Freeman mengungkapkan, seperti dikutip di dalam [2], bahwa pemangku kepentingan merupakan kelompok atau individu yang dapat berdampak atau terkena dampak oleh pencapaian tujuan perusahaan. Agar perusahaan dapat menjadi sukses, maka keinginan pemangku kepentingan perlu dilakukan namun tetap dalam batas tanggungjawab sosial dan lingkungan. [8] mendefinisikan CSR sebagai konsep yang berorientasi pada pemangku kepentingan yang meluas di luar ambang batas perusahaan dan didorong oleh pemahaman etis tentang tanggungjawab organisasi terhadap dampak aktivitas bisnisnya, sehingga mencari timbal balik dalam bentuk penerimaan masyarakat terhadap legitimasi organisasi.

Secara keseluruhan, CSR saat ini bukan hanya dianggap sebagai kewajiban moral atau sosial, tetapi sebagai komponen integral dari keberlanjutan dan daya saing perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan dan menyesuaikan kebijakan CSR mereka seiring dengan perubahan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang ada. Tantangan yang dihadapi perusahaan adalah komunikasi dan kolaborasi antar berbagai pihak yang terlibat di dalam CSR. Sehingga, sistem informasi CSR dapat menjadi salah satu solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.



2.2. *Design Thinking*

Design thinking adalah proses berulang bagi seorang desainer sistem untuk memahami pengguna, mempertanyakan asumsi yang ada, dan mendefinisikan kembali masalah untuk menemukan strategi serta solusi alternatif yang mungkin tidak langsung terlihat pada pemahaman awal. *Design thinking* digunakan untuk menemukan solusi yang paling tepat dalam menghadapi masalah yang kompleks. Pendekatan yang diterapkan adalah pemikiran komprehensif untuk mencapai solusi yang tepat [9].

Tahapan pertama dalam proses perancangan yang berfokus pada manusia adalah *empathize*, yang bertujuan untuk memahami pengguna dalam konteks produk yang sedang dirancang melalui observasi dan wawancara, serta menggabungkan keduanya dengan skenario yang telah disiapkan [10]. *Define* adalah tahap kedua dalam pendekatan *design thinking*, dimana bertujuan untuk merumuskan pernyataan masalah yang diturunkan dari proses empati [10]. Tahap ketiga adalah *ideate*, yang berfungsi sebagai jembatan antara rumusan masalah dan solusi. Pada tahap ini, perhatian difokuskan pada pengembangan ide berdasarkan pernyataan kebutuhan atau masalah pengguna yang akan menjadi dasar untuk pembuatan prototipe [10]. Tahap keempat *prototype*, melibatkan pembuatan desain awal produk yang bertujuan untuk mendeteksi kesalahan lebih awal dan mengeksplorasi kemungkinan baru [10]. Prototipe yang dihasilkan kemudian diuji oleh pengguna untuk mendapatkan umpan balik yang berguna dalam menyempurnakan desain pada tahap akhir yaitu *test* [10].

Dalam dunia bisnis, *design thinking* telah banyak diterapkan sebagai respons terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen [11]. Di dunia pendidikan, metode ini membantu siswa dalam mengembangkan keterampilan pemecahan masalah dan pemikiran kreatif yang mendalam [12]. Studi kasus penerapan *design thinking* tidak hanya pada dunia pendidikan [11], namun juga pada bidang pengembangan sistem manajemen risiko [6], pemilihan umum [13], persewaan [14], penjualan [15], dan pelayanan umum [16].

III. METODOLOGI

Penelitian sistem informasi CSR ini menggunakan lima tahapan utama dalam *design thinking* dengan tujuan untuk memahami kebutuhan pengguna dan memberikan solusi yang tepat. Lima tahapan *design thinking* yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. *Empathy*
Penelitian ini melakukan proses empati melalui studi literatur dan wawancara. Penelitian ini melaksanakan studi literatur untuk mendapatkan landasan yang kuat terkait topik yang dibahas dalam penelitian ini, khususnya dalam perancangan antarmuka pengguna menggunakan metode *design thinking*. Studi literatur juga mencakup pembahasan mengenai Sistem Informasi CSR kebutuhan perusahaan dalam pengelolaan program tanggung jawab sosial. Untuk memahami kebutuhan spesifik dalam pengelolaan program CSR, penelitian ini melakukan proses wawancara dengan pihak-pihak terkait atau pemangku kepentingan perusahaan. Hasil tahap empati merupakan pemahaman mendalam mengenai pengguna sistem CSR, dalam hal ini adalah berbagai pemangku kepentingan yang terlibat di perusahaan.
2. *Define*
Proses *define* adalah langkah yang melibatkan proses pengolahan data yang telah dikumpulkan pada tahap empati. Melalui proses *define*, peneliti merumuskan sebuah pernyataan masalah yang akan menjadi fokus penelitian, pernyataan masalah ini akan menjadi landasan untuk menemukan solusi [10]. Perumusan masalah ini dilakukan dengan mendefinisikan kebutuhan fungsional sistem CSR.
3. *Ideate*
Permodelan UML, seperti *userflow*, *usecase*, *activity*, dan *sequence* diagram, digunakan penelitian ini untuk melaksanakan proses *ideate* [6] yang didasarkan pada hasil tahap *define*.
4. *Prototype*



Penelitian ini kemudian melakukan proses desain *prototype* yang melibatkan pemangku kepentingan melalui dua kali iterasi. *High fidelity prototype* menjadi hasil pada tahap ini.

5. Test

Tahap akhir pada metode *design thinking* adalah pengujian, dimana penelitian ini melakukan pengujian terhadap *prototype* yang telah dibuat menggunakan metode *heuristic evaluation*. Pengujian ini bertujuan untuk menilai kualitas desain berdasarkan dengan usability yang dimiliki serta mengidentifikasi bagian yang perlu diperbaiki. Dari data tersebut dilakukan analisis untuk menentukan tingkat prioritas fitur berdasarkan persepsi pemangku kepentingan.

IV. HASIL PENELITIAN

4.1. Empathize

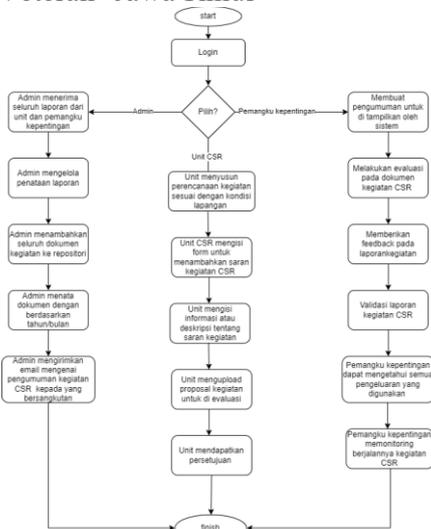
Tahap empati merupakan tahap pertama di dalam penelitian yang melibatkan studi literatur dan wawancara. Studi literatur menghasilkan berbagai artefak pendukung CSR dan wawancara dilakukan kepada dua orang perwakilan perusahaan yang terlibat langsung di dalam proses CSR perusahaan. Hasil wawancara dan artefak digunakan penelitian ini untuk memahami kebutuhan pengguna ketika menggunakan sistem informasi CSR.

4.2. Define

Pemahaman yang didapatkan pada tahap empati, digunakan oleh penelitian ini untuk mendefinisikan kebutuhan fungsional sistem CSR. Penelitian ini menghasilkan 17 kebutuhan fungsional sistem, yang terdiri dari proses *role-based access control*, pengelolaan akun pengguna, pengelolaan program kerja baru, perencanaan anggaran dan estimasi biaya, pengelolaan data pemangku kepentingan, pengelolaan pelaksanaan kegiatan CSR, pendaftaran peserta CSR, pelaporan kegiatan, monitoring dan evaluasi program CSR, pelacakan penggunaan dana, pengelolaan relawan, dan integrasi dengan sistem keuangan perusahaan.

4.3. Ideate

Penelitian ini membuat beberapa diagram permodelan yaitu *userflow diagram*, *usecase diagram*, *activity diagram*, dan *sequence diagram*. Gambar 1a menunjukkan salah satu alur yang terjadi di dalam sistem dari proses pengelolaan hingga proses pelaporan kegiatan CSR. Sedangkan Gambar 1b menampilkan *usecase diagram* yang menjelaskan proses pengajuan kegiatan CSR. Berdasarkan *usecase diagram* yang dibuat, penelitian ini menghasilkan *activity diagram* seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.



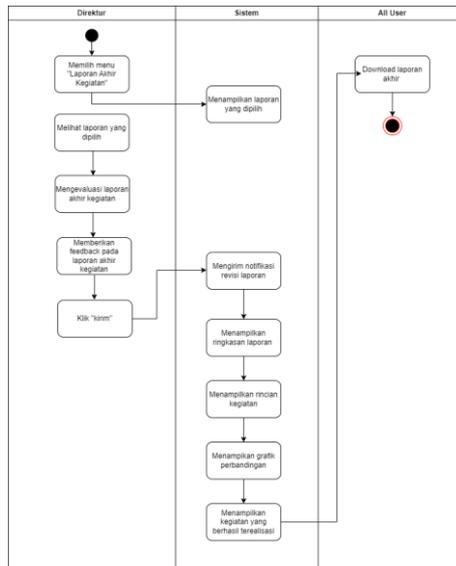
Gambar 1a.



Gambar 1b.

Gambar 1 Diagram Sistem : (1a) userflow (1b) usecase diagram

Gambar 2 menggambarkan diagram yang menunjukkan proses pada pelaporan dimana pemangku kepentingan dapat melakukan evaluasi laporan, mereka dapat memberikan *feedback* dan mengirimkan revisi melalui sistem. Sistem kemudian menginformasikan revisi, menampilkan ringkasan dan rincian laporan, serta grafik perbandingan. Pengguna dapat mengunduh laporan akhir setelah semua langkah tersebut selesai.

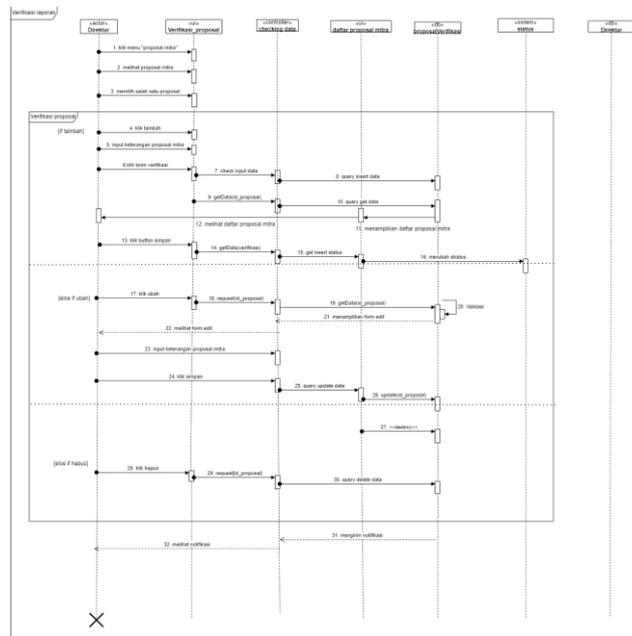


Gambar 2 Activity diagram

Gambar 3 menggambarkan alur proses verifikasi proposal di mana seorang pemangku kepentingan bertanggung jawab dalam verifikasi laporan. Proses dimulai dengan pengisian menu proposal dan pemilihan satu proposal untuk diverifikasi. Setelah itu, pihak yang bertanggung jawab melakukan verifikasi data dan memeriksa input, di mana mereka juga dapat menambahkan keterangan lebih lanjut. Selanjutnya, status proposal diperoleh dan



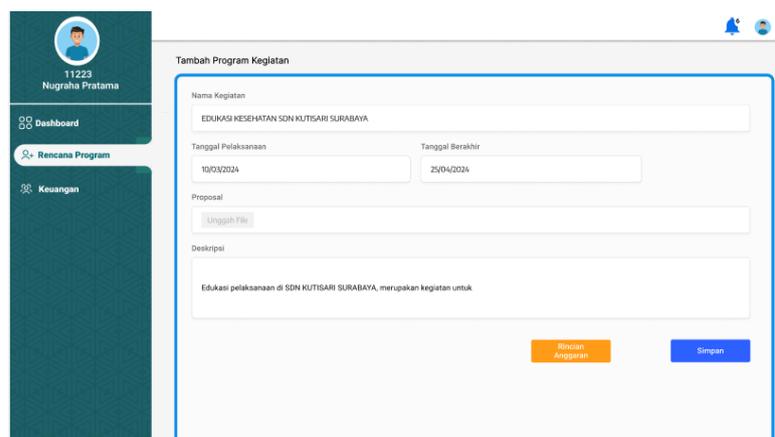
diperbarui sesuai yang telah diinputkan. Proses ini melibatkan beberapa langkah penting seperti mendapatkan status, mengupdate proposal, serta mengirimkan notifikasi yang berkaitan dengan status laporan.



Gambar 3 Sequence diagram

4.4. Prototype

Hasil diagram pada tahap *ideate* menjadi dasar bagi penelitian ini untuk melanjutkan pada tahap *prototype* dengan membuat *high fidelity prototype*. Gambar 4 menunjukkan salah satu hasil *high fidelity prototype* untuk proses pengajuan anggaran oleh aktor pengguna anggaran.



Gambar 4 Antarmuka Penambahan Program Kegiatan CSR

V. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan pendekatan *design thinking* dalam merancang desain antarmuka sistem CSR perusahaan. Penelitian ini melalui empat dari lima tahapan utama di dalam



design thinking yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, dan *prototype*. Penelitian ini menghasilkan proses pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pengguna terkait sistem CSR agar dapat melakukan komunikasi dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Namun, penelitian ini belum menyelesaikan tahap pengujian dikarenakan masih dalam proses penelitian lanjutan. Pengujian melalui metode evaluasi heuristik diharapkan mampu dilaksanakan di masa depan untuk menguji *usability* sistem informasi CSR.

Penelitian ini berkontribusi untuk menjadi salah satu studi kasus penerapan pendekatan *design thinking* pada proses desain sistem informasi, terutama dalam bidang tata kelola perusahaan secara umum dan CSR perusahaan secara khusus. Di sisi lain, penelitian ini berkontribusi untuk industri dalam hal sebagai acuan dalam perancangan sistem CSR perusahaan. Untuk kedepannya hasil yang diperoleh dari pengguna yang mencakup preferensi fitur, pola interaksi, serta tingkat prioritas tiap elemen sistem akan digunakan sebagai dasar dalam proses melakukan pengujian dan pengembangan sistem lebih lanjut. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip *data-driven design* mengutamakan pentingnya keputusan desain berbasis data guna menghasilkan sistem yang lebih efektif untuk pengguna.

REFERENSI

- [1] R. D. Putra and R. Gantino, ‘Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan’, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, vol. 11, no. 1, pp. 81–96, 2021.
- [2] W. Andayani, ‘Disclosure of Corporate Social Responsibility, Company Performance, and Corporate Reputation as the Mediating Role: Indonesian Context’, *JAI*, vol. 22, no. 3, pp. 581–601, Oct. 2021, doi: 10.18196/jai.v22i3.12190.
- [3] I. N. Fadillah, A. C. Ayu, R. Adawiyah, and A. F. Pramono, ‘Literature Review: Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Citra Positif Bank Syariah di Masyarakat’, *IJMA*, vol. 4, no. 1, pp. 115–122, 2023.
- [4] A. A. Maf’ulla and I. I. Rachmawati, ‘Literature Review: Analisis Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan Pertambangan’, *JMIE*, vol. 1, no. 2, pp. 62–75, Jan. 2024, doi: 10.59407/jmie.v1i2.313.
- [5] Y. Religia and T. Mardiana, ‘Penerapan Program CSR Berbasis ISO 26000 dan CSV: Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Industri’, *lp*, vol. 1, no. 4, pp. 381–390, 2023, doi: 10.59422/lp.v1i04.141.
- [6] I. Dzikria and N. A. Maharani, ‘Analisis Kebutuhan Arsitektur dan Desain Antarmuka Sistem Manajemen Risiko Berbasis Penelitian House of Risk pada Institusi Pendidikan’, *Jurnal Teknik Informatika dan Komputer*, vol. 3, no. 1, pp. 31–39, 2024.
- [7] S. S. Hishan and S. Ramakrishnan, ‘Corporate Social Responsibility: A Literature Review’, *Systematic Literature Review and Meta-Analysis Journal*, vol. 1, no. 1, pp. 57–67, 2020.
- [8] F. Maon, A. Lindgreen, and V. Swaen, ‘DESIGNING AND IMPLEMENTING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY’, *Journal of Business Ethics*, vol. 87, no. 1, pp. 71–89, 2009.
- [9] I. P. Sari, A. H. Kartina, A. M. Pratiwi, F. Oktariana, M. F. Nasrulloh, and S. A. Zain, ‘Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru’, *Edsence*, vol. 2, no. 1, pp. 45–55, Jun. 2020, doi: 10.17509/edsence.v2i1.25131.
- [10] A. A. Razi, I. R. Mutiaz, and P. Setiawan, ‘Penerapan Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Terececer’, *demandia*, vol. 3, no. 2, pp. 75–93, Sep. 2018, doi: 10.25124/demandia.v3i02.1549.
- [11] S. L. Beckman and M. Barry, ‘Innovation as a Learning Process: Embedding Design Thinking’, *California Management Review*, vol. 50, no. 1, pp. 25–56, Oct. 2007, doi: 10.2307/41166415.



SENADA
Seminar Nasional Sains Data

Seminar Nasional Sains Data 2025 (SENADA 2025)

E-ISSN 2808-5841

UPN “Veteran” Jawa Timur

P-ISSN 2808-7283

- [12]R. Razzouk and V. Shute, ‘What Is Design Thinking and Why Is It Important?’, *Review of Educational Research*, vol. 82, no. 3, pp. 330–348, Sep. 2012, doi: 10.3102/0034654312457429.
- [13]F. Fariyanto and F. Ulum, ‘Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa dengan Metode UX Design Thinking (Studi Kasus: Kampung Kuripan)’, *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 2, no. 2, pp. 52–60, 2021.
- [14]M. Hamdandi, R. Chandra, F. Bachtiar, N. Lais, D. Apriyanti, and M. R. Pribadi, ‘Perancangan UI/UX Pada Aplikasi Bapakkost Dengan Metode Design Thinking’, presented at the MDP Student Conference 2022, 2022.
- [15]D. A. Ismail, B. Huda, S. S. Hilabi, and B. Priyatna, ‘Penerapan Desain UI/UX pada Sistem Penjualan Berbasis Web dengan Metode Design Thinking’, *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, vol. 4, no. 2, pp. 5737–5748, 2024.
- [16]A. Mursyidah, I. Aknuranda, and H. M. Az-Zahra, ‘Perancangan Antarmuka Pengguna Sistem Informasi Prosedur Pelayanan Umum Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya)’, *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 3, no. 4, pp. 3931–3938, 2019.