

**KONTRIBUSI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PT NESTLE SRENGSEM BANDAR LAMPUNG PADA
PENDIDIKAN DI SDN I SRENGSEM BANDAR LAMPUNG**

TESIS

**Diajukan Kepada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden
Intan Lampung Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Magister Dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam**



Oleh :

RANI SURYANDARI

1886131028

PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

UIN RADEN INTAN LAMPUNG

1441H/2020M

**KONTRIBUSI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PT NESTLE SRENGSEM BANDAR LAMPUNG PADA
PENDIDIKAN DI SDN I SRENGSEM BANDAR LAMPUNG**

TESIS

**Diajukan Kepada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden
Intan Lampung Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Magister Dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam**

PEMBIMBING I : Dr. Jamal Fakhir, M.Ag

PEMBIMBING II : Dr. H. Akmansyah, M.A

Oleh :

RANI SURYANDARI

1886131028

PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

UIN RADEN INTAN LAMPUNG

1441H/2020M

PERNYATAAN ORISINALITAS/KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rani Suryandari

NPM : 1886131028

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul “Kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Nestle Srengsem Bandar Lampung Pada Pendidikan di SDN I Srengsem Bandar Lampung” adalah benar karya asli saya, kecuali yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buatt dengan sesungguhnya.

Bandar Lampung, 30 Agustus 2020

Yang menyatakan,

Rani Suryandari

188613102

MOTTO

Àöäøó Çááøóáó íóÃúãÑõβõú Ãóü ÊõÄíøãæÇ

ÇáúÃóãóÇäóÇÊö Åöáóí' ÃóüáäöóÇ æóÅöĐóÇ

ÍóβóúÊõú Èóíúäó ÇääóÇÓö Ãóü ÊóÍúβõãæÇ

ÈöÇáúÚóÍúäö Åöäøó Çááøóáó äöÚöãøóÇ íóÚöÙõβõú

Èöäö Åöäøó Çááøóáó βóÇäó ÓóãíÚðÇ ÈóÕöíÑðÇ

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi

Maha Melihat.(Qs.An-nisa:58)

PERSEMBAHAN

Atas rahmat Allah SWT, saya persembahkan karya berupa Tesis ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tersayang, Bapak M Yusuf, SE. dan Ibu Rusdayati yang tidak pernah mengenal lelah bekerja dari pagi hingga malam demi masa depan siswanya, selalu memberikan nasehat, dukungan dan semangat sampai terselesaikannya menempuh pendidikan Master ini, serta doa yang tak pernah putus yang selalu dilangitkan.
2. Suamiku tercinta, Ruri Ainur Rafiq, ST. yang telah mendukung dan membantu segalanya dalam penyelesaian Tesis ini.
3. Teman-temanku seperjuangan di kelas b dan angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung khususnya jurusan Manajemen Pendidikan Islam yang senantiasa bersama-sama memberikan dorongan dan semangat untuk selalu belajar dan berbagi ilmu serta informasi.
4. Tempat penelitianku di SDN I Srengsem Bandar Lampung.
5. Almamater kampus UIN Raden Intan Lampung

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang senantiasa selalu penulis ucapkan sebagai ungkapan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Pendidikan di SDN I Srengsem Bandar Lampung”. Tesis ini sebagai persyaratan dalam mendapatkan gelar Magister Pendidikan (M.Pd). Sebuah karya yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi diri penulis khususnya dan umumnya bagi seluruh pembaca karya ini. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya dari dunia sampai akhirat nanti.

Penulis sadar bahwa sejak awal mulai masuk pada Pascasarjana hingga dalam proses penyelesaian tesis banyak pihak yang telah memberikan bimbingan serta bantuan baik materil dan moral kepada penulis. Maka dengan segala kerendahan hati yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Idham Kholid, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu Dr. Yetri, M.Pd selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung.
4. Bapak Dr. Andi Taher, MA selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung.
5. Bapak Dr. Jamal Fakhri, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I dalam penulisan tesis, beliau telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan

pikirannya dalam membantu, membimbing, mendukung dan memberikan arahan kepada penulis sehingga terselesaikannya tesis ini dengan baik.

6. Bapak Dr. H. Akmansyah, M.Ag selaku Dosen Pembimbing II dalam penulisan tesis, beliau telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikirannya dalam membantu, membimbing, mendukung dan memberikan arahan kepada penulis sehingga terselesaikannya tesis ini dengan baik.
7. Bapak Ibu Dewan penguji yang telah memberikan arahan, saran dan bimbingan dalam memperbaiki tesis ini.
8. Seluruh Bapak Ibu dosen pascasarjana UIN Raden Intan Lampung, khususnya dosen yang telah mengampu mata kuliah selama 4 (empat) semester, mudah-mudahan ilmu yang diajarkan kepada kami menjadi amal jariyah dan dapat diterima oleh Allah SWT.
9. Seluruh staf karyawan Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung yang telah membantu semua kebutuhan yang diperlukan selama proses penyelesaian tesis ini.
10. Bapak Hariyadi, S.Pd.,M.Pd selaku kepala sekolah SDN I Srengsem Bandar Lampung yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian ini.
11. Bapak Ibu guru selaku informan/subyek yang telah memberikan informasi (data) yang berhubungan dengan penelitian ini, sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik
12. Kedua orang tua dan s u a m i tercinta, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian, motivasi, nasehat, membesarkan hati, mengajarkan kesabaran dan dukungan baik secara moril maupun materil dalam menempuh studi di perguruan tinggi dengan gelar Majester

13. Sahabat serta teman-teman seangkatan Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung yang saling mendukung, membantu dan memberi semangat demi terselesaikannya tesis ini.

Tidak lupa juga penulis berdoa kepada Allah SWT mudah- mudahan mereka yang turut membantu studi penulis dan kelancaran penelitian tesis ini, baik yang disebut maupun yang tidak disebut namanya dalam kata pengantar ini, semoga Allah membalasnya dan diberikan keberkahan dan kemudahan dalam setiap urusan dalam hidupnya. Penulis juga menyadari bahwa penulisan tesis ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, 30 Agustus 2020

Rani Suryandari
Penulis

**KONTRIBUSI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PT NESTLE SRENGSEM BANDAR LAMPUNG PADA PENDIDIKAN DI SDN I
SRENGSEM BANDAR LAMPUNG**

Rani Suryandari
1886131028

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan memperoleh informasi secara mendalam tentang kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di SDN I Srengsem Bandar Lampung dengan melihat dari: (1) pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ; (2) tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (3) manfaat dan dampak *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Tempat yang menjadi objek penelitian adalah SDN I Srengsem Bandar Lampung. Waktu penelitian dimulai dari bulan Februari – April 2020. Subyek penelitian ini adalah warga sekolah. Informan dalam penelitian ini adalah pihak PT Nestle Srengsem, kepala sekolah, guru, peserta didik, dan masyarakat. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan metode. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dilakukan secara interaktif yang meliputi: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian tentang kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada pendidikan di sekolah di SDN I Srengsem Bandar Lampung adalah sebagai berikut: (1) pelaksanaan kontribusi PT Nestle Srengsem meliputi tiga kategori yakni;pemasaran kemasyarakatan korporet,kegiatan filantropi perusahaan,dan praktek bisnis yang memiliki tanggung jawab social,kontribusi; (2) dari berbagai jenis kontribusi perusahaan maka PT Nestle memberikan kontribusinya ke pihak sekolahan pada bidang pendidikan; (3) manfaat dan dampak yang dirasakan oleh SDN I Srengsem Bandar Lampung fokus gizi,fokus lingkungan dan fokus keafiatan fisik.

Kata kunci : Pelaksanaa, Jenis, Manfaat dan dampak

**CONTRIBUTION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PT NESTLE SRENGSEM BANDAR LAMPUNG IN EDUCATION AT SDN I**

SRENGSEM BANDAR LAMPUNG

Rani Suryandari

1886131028

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing and obtaining in-depth information about the contribution of Corporate Social Responsibility (CSR) at SDN I Srengsem Bandar Lampung by looking at: (1) the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR); (2) the purpose of Corporate Social Responsibility (CSR) (3) the benefits and impacts of Corporate Social Responsibility (CSR).

This research is a qualitative descriptive study. The place that becomes the object of research is SDN I Srengsem Bandar Lampung. The research time was started from February - April 2020. The subjects of this study were school members. The informants in this study were members of PT Nestle Srengsem, the principal, teachers, students, and the community. Methods of data collection using interviews, observation, and documentation. The data validity test used triangulation of sources and methods. The data analysis technique used is carried out interactively which includes: data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of research on the contribution of Corporate Social Responsibility (CSR) to education in schools at SDN I Srengsem Bandar Lampung are as follows: (1) PT Nestle Srengsem's contribution includes three categories, namely; corporate community marketing, corporate philatropic activities, and business practices that have social responsibility, contribution; (2) from various types of company contributions, PT Nestle contributes to the schools in the education sector; (3) the benefits and impacts felt by SDN I Srengsem Bandar Lampung focus on nutrition, focus on the environment and focus on physical activities.

Key words: Implementation, types, benefits and impacts

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS/KEASLIAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus dan Sub Fokus.....	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kontribusi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	16
B. Konsep Dasar <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	21
C. Penelitian yang Relevan.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	49
B. Penentuan Subjek dan Objek Penelitian	51
C. Tempat dan Waktu Penelitian	52
D. Data dan Sumber Data Penelitian.....	52
E. Metode Pengumpulan Data.....	53
1. Metode Observasi	53
2. Metode Wawancara/Interview	53
3. Metode Dokumentasi	54
F. Metode Analisis Data.....	55
G. Metode Pemeriksaan Keabsahan Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
1. SDN I Srengsem Bandar Lampung	57
a. Sejarah Singkat SDN I Srengsem Bandar Lampung.....	57
b. Visi, Misi, dan Tujuan SDN I Srengsem Bandar Lampung.....	57
c. Struktur Organisasi SDN I Srengsem Bandar Lampung	59
d. Sarana dan Prasarana SDN I Srengsem Bandar Lampung	61
2. PT Nestle Srengsem Bandar Lampung.....	63
a. Sejarah PT Nestle Srengsem Bandar Lampung	63
b. Struktur Management Team PT Nestle Srengsem Bandar Lampung Srengsem Bandar Lampung.....	66
c. Tujuan PT Nestle Srengsem Bandar Lampung Srengsem Bandar Lampung	67

B. Temuan Penelitian

1. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Pendidikan di SDN I Srengsem Bandar Lampung 69
2. Jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Pendidikan di SDN I Srengsem Bandar Lampung 75
3. Manfaat dan Dampak *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Pendidikan di SDN I Srengsem Bandar Lampung 78

C. Pembahasan Temuan Penelitian

1. Analisis Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Pendidikan di SDN I Srengsem Bandar Lampung 85
2. Analisis Jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Pendidikan di SDN I Srengsem Bandar Lampung 89
3. Analisis Dampak *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Pendidikan di SDN I Srengsem Bandar Lampung 92

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan 97
- B. Saran 100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Guru SDN I Srengsem Bandar Lampung.....	59
Tabel 2. Data sarana dan prasarana SDN I Srengsem Bandar Lampung.....	62
Tabel 3. Data Team Management PT Nestle Srengsem Bandar Lampung Srengsem Bandar Lampung Tahun 2020	67

DAFTAR GAMBAR

Alat makan siswa yang diberikan PT Nestle Srengsem Bandar Lampung pada
sekolahan

Sarana dan Prasarana diruang guru ,kepala sekolah dan ruang kelas

Poster hidup sehat dari PT Nestle Srengsem Bandar Lampung Srengsem Bandar
Lampung

Taman sayuran dan buah yang diberikan dari PT Nestle Srengsem Bandar
Lampung Srengsem Bandar Lampung

**DAFTAR
LAMPIRAN**

Lampiran 1.Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2.Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 3.Hasil Wawancara.....

Lampiran 4.Hasil Observasi.....

Lampiran 5.Hasil Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan nasional dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi telah membawa perubahan terhadap kehidupan masyarakat hal ini melalui adanya sector pembangunan yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dengan adanya pembangunan sektor industri telah memberikan bagian pada proses Pembangunan industri yang memberikan pengaruh secara langsung dan tidak langsung dengan turut membangun taraf hidup ekonomi yang lebih baik serta dapat menciptakan lapangan kerja baru yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Industrialisasi tersebut telah merubah pola ekonomi masyarakat Indonesia menuju masyarakat industri, dengan demikian adanya hal yang dapat terlihat bahwa dengan banyaknya pabrik-pabrik industri baik dalam bidang pertambangan, manufaktur serta otomotif.

Menurut UU No. 20 Tahun 2003 pasal 35 tentang Standar Nasional Pendidikan, disebutkan bahwa standar nasional pendidikan digunakan sebagai acuan pengembangan kurikulum, tenaga kependidikan, sarana dan prasarana, pengelolaan dan pembiayaan. Melalui perencanaan strategik di bidang pendidikan, lembaga pendidikan mampu menyiapkan output. Biaya pendidikan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam pelaksanaan pendidikan. Untuk mencapai mutu sekolah yang baik, biaya pendidikan harus dikelola dengan optimal. Oleh karena itu, tahapan pada manajemen pembiayaan pendidikan

perlu diperhatikan. Pada dasarnya tujuan manajemen pembiayaan pendidikan adalah mencapai mutu sekolah yang diharapkan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia manajemen artinya penggunaan sumber daya secara efektif dan efisien. Manajemen pembiayaan adalah sumber daya yang diterima yang akan dipergunakan untuk penyelenggaraan pendidikan. Manajemen pembiayaan dimaksudkan sebagai suatu manajemen terhadap fungsi-fungsi pembiayaan.

Menurut Jones manajemen pembiayaan meliputi:

1. Perencanaan financial, yaitu kegiatan mengkoordinir semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai sasaran yang diinginkan secara sistematis tanpa efek samping yang merugikan.
2. Pelaksanaan (implementation involves accounting), yaitu kegiatan berdasarkan rencana yang telah dibuat.
3. Evaluasi, yaitu proses penilaian terhadap pencapaian tujuan.

Pada setiap proses tahapan manajemen pembiayaan perhatian utamanya adalah pencapaian visi dan misi sekolah. Tahapan manajemen pembiayaan pendidikan melalui tahapan perencanaan pembiayaan pendidikan, tahapan pelaksanaan pembiayaan, dan pengawasan pembiayaan pendidikan. Fasilitas pembelajaran merupakan faktor lain yang mempengaruhi mutu sekolah. Dalam pencapaian mutu sekolah, fasilitas pembelajaran merupakan sarana dan prasarana yang digunakan oleh tenaga pendidik dalam proses belajar mengajar sehingga dapat mencapai tujuan pendidikan. Pemanfaatan fasilitas pembelajaran perlu dikelola dengan baik agar terhindar dari pemborosan dan tidak tepatnya

pemanfaatan fasilitas. Oleh karena itu, diperlukan manajemen pemanfaatan fasilitas pembelajaran yang sesuai dengan prinsipnya agar peningkatan mutu sekolah dapat tercapai.

Permasalahan yang terjadi dalam lembaga pendidikan terkait dengan manajemen pembiayaan pendidikan antara lain adalah sumber dana yang terbatas, pembiayaan program yang tersendat, tidak mendukung visi, misi dan kebijakan sebagaimana tertulis dalam rencana strategis lembaga pendidikan. Di satu sisi lembaga pendidikan perlu dikelola dengan baik (*good governance*), sehingga menjadi lembaga pendidikan yang bersih dari berbagai penyimpangan yang dapat merugikan pendidikan. Jika memandang dari sisi manajemen pemanfaatan fasilitas pembelajaran, beberapa kendala mengenai perencanaan fasilitas. diantaranya adalah sulitnya menyesuaikan kebutuhan peserta didik jika harus mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain itu, banyaknya kebutuhan fasilitas yang dapat mendukung pencapaian tujuan pendidikan harus disertai dengan perincian biaya yang membengkak. Selain itu juga pembiayaan menjadi faktor penghambat lainnya dalam pengadaan fasilitas pembelajaran. Pengawasan fasilitas seharusnya dilakukan oleh pemerintah maupun pimpinan sekolah, seperti kepala sekolah dan wakil kepala sekolah bidang sarana prasarana. Akibat dari kurangnya manajemen pemanfaatan fasilitas pembelajaran yang dilakukan sekolah, peserta didik menjadi kurang merasakan manfaat dari fasilitas tersebut. Hal tersebut dapat menyebabkan penurunan dalam mutu sekolah.¹

¹Ulpha Lisni Azhari and Dedy Achmad Kurniady, '*Manajemen Pembiayaan Pendidikan, Fasilitas Pembelajaran, Dan Mutu Sekolah*', *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 23.2 (2016).h.28

Pada saat ini pembiayaan sekolah tidak hanya dimanajemenkan oleh sekolah melainkan dari beberapa perusahaan atau industry sudah peduli terhadap mutu sekolah atau pada bidang Pendidikan di setiap daerah, selain adanya undang-undang dari pemerintah, kesadaran dari perusahaan pun turut bertanggung jawab dan andil didalamnya.

Proses industri juga memberikan dampak pada lingkungan dan komunitas yang merasakan operasionalisasi perusahaan secara langsung hal tersebut tidak hanya memiliki dampak secara ekonomi dan pembangunan, masyarakat sekitar turut merasakan dampak dari setiap pembangunan industri yang peduli dengan lingkungan sekitar. Khususnya ditengah situasi masyarakat Indonesia yang pada sebgaiannya masih jauh dari sejahtera, sebagai sebuah perusahaan tidak boleh hanya memikirkan keuntungan finansial semata bagi mereka. Perusahaan dituntut untuk memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap kesejahteraan publik. Dikenal dengan tanggung jawab sosial sektor dunia usaha yang dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini merupakan wujud kesadaran perusahaan sebagai upaya meningkatkan hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan perusahaan tersebut.²

Sebagai perusahaan yang melaksanakan fungsinya sebagai tanggung jawab, perusahaan tidak dapat lepas dari kebergantungan pada pihak lain (*stakeholder*) yang dapat secara langsung atau tidak langsung akan terkena dampak dari aktivitas perusahaan, ataupun pihak lain yang justru memiliki kepentingan ataupun pengaruh terhadap perusahaan. Kerja sama untuk mencapai tujuan dari

² Radyati MRN, *CSR untuk Pemberdayaan Ekonomi Lokal*, (Jakarta :Indonesia Business Links,2008), h.65.

masing-masing *stakeholder* menjadi suatu hal yang penting dari suatu sistem kemasyarakatan, di samping memenuhi kepentingan para pemegang saham. Kehadiran perusahaan dapat berakibat baik atau berakibat buruk terhadap masyarakat sekitar. Karena kehadiran perusahaan sebagai bagian dari masyarakat seharusnya memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan harus dapat memberikan tanggung jawab atau kontribusinya dalam kehidupan komunitas lokal sebagai rekanan dalam kehidupan bermasyarakat, karena dengan adanya perusahaan dapat memberikan akibat baik dan buruk pada masyarakat sekitarnya.

Menurut H.R Bowen dalam Ismail Solihin, mengatakan dengan ini para pemilik usaha dan bisnis mempunyai kewajiban untuk mengusahakan suatu kebijakan serta melaksanakan keputusan berbagai tindakan yang sesuai tujuan dan norma-norma kemasyarakatan. Pendapat Bowen tersebut telah memberikan kewujudan dasar bagi pengembangan konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Elkinton mengemukakan definisi dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) baik sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada pembangunan kualitas perusahaan (*profit*), masyarakat (*people*), serta lingkungan hidup (*planet*). Adapun *The World Business Council for Sustainable Development* memberikan pengertian terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komitmen berkelanjutan dari para pembisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan tanggung jawab dengan kontribusinya bagi pembangunan ekonomi, sementara pada saat yang sama memajukan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat secara meluas.

Berdasarkan definisi tersebut sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab untuk berperan dalam pembangunan berkelanjutan melalui usaha yang dijalankan secara etis dengan tetap memperhatikan kepentingan setiap *stakeholder* yang terkait.

Di Indonesia pemahaman mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah masuk pada tahapan pertumbuhan, baik secara konseptual maupun praktiknya. Hal ini menunjukkan bahwa makin lama masyarakat Indonesia semakin cerdas untuk menerima dan memaknai *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai salah satu pendukung kelangsungan hidupnya. Pola seperti ini semestinya mendapatkan respon positif dari pemerintah untuk melakukan evaluasi terhadap kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam pembangunan di Indonesia, termasuk peningkatan kualitas hidup manusia Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa pemahaman masyarakat Indonesia tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) cenderung pada bentuk tanggung jawab filantropinya. Hal ini memang menjadi pemikiran utama, sebab yang terlihat jelas perusahaan-perusahaan berlomba untuk menyampaikan bentuk tanggung jawab filantropi dengan basis kebutuhan riil masyarakat. Meskipun tidak jarang perusahaan juga membuka kesempatan dialog dengan masyarakat, untuk menaksir lebih lanjut kebutuhan riil yang benar-benar diperlukan.³

Undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 74 ayat (1) menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib melaksanakan

³ Herlina Astri, 'Pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bagi Peningkatan Kualitas Hidup Manusia Indonesia', *Jurnal Aspirasi*, 3.2 (2012), 151-66 (h. 157).

tanggung jawab sosial dan lingkungan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini mengindikasikan bahwa semua perusahaan pada hakikatnya diwajibkan untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Setiap perusahaan yang memiliki kewajiban untuk menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat berkaitan dengan pendidikan.⁴

Tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dilakukan oleh beberapa perusahaan didunia dan menjadi suatu hal yang penting. *Corporate Social Responsibility* (CSR). membawa keunggulan persaingan untuk bisnis dalam bentuk yang lebih tinggi motivasi karyawan sebagaimana dinyatakan misalnya oleh Milton de Sousa Filho, *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat membawa kemajuan pada dunia bisnis serta meningkatkan citra dan keunggulan setiap perusahaan dan meningkatkan empati pelanggan, *Corporate Social Responsibility* (CSR). di Indonesia akan membawa yang lebih baik pada jalur bisnis untuk membiayai serta dapat berkontribusi dengan baik, dan pastinya memiliki dampak positif pada seluruh kinerja bisnis.⁵

Meskipun belum adanya peraturan undang-undang (UUD) di bawahnya sebagai petunjuk pelaksanaan (Juklak) dan petunjuk teknis (Juknis), secara hukum perusahaan-perusahaan di Indonesia telah terikat dengan UU tersebut. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan dari suatu kewajiban yang yang diharuskan adanya dilaksanakan oleh perusahaan. Melalui Undang-Undang ini, industri atau korporasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan

⁴Rury Atmi Mentari, 'IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY', 1–24 (h. 3).

⁵Kucerova, Renata Formankova, Sylvie, Prisazna, Monika, Jurnal penelitian Fakultas Ekonomi, *Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science*, Volume 9, Nomor 4, 2016.

suatu beban yang memberatkan. Karena perlu diingat bahwa pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap manusia turut berperan dalam mewujudkan kemajuan dan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat.

Orientasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). sebagaimana dikemukakan oleh Singhapakdi, Lee, Sirgy, dan Senasu merupakan kesadaran dan sikap individu terhadap kepedulian lingkungan dan sosial, yang sangat penting untuk berpartisipasi dalam kegiatan kesejahteraan masyarakat. Orientasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). yang sebagian besar berkaitan dengan sikap pribadi dan karakteristik moral individu memberikan landasan bagi pelibatan perlindungan lingkungan alam dan kesejahteraan masyarakat Sikap pribadi manajer terhadap lingkungan hidup memainkan peran penting untuk keterlibatannya dalam aktivitas terkait CSR di organisasi Tingkat orientasi CSR yang lebih tinggi memfasilitasi dan menginspirasi para manajer untuk berpartisipasi dalam aktivitas-aktivitas yang penting untuk mengurangi masalah lingkungan dan sosial.⁶

Kajian ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam arti sempit dimulai dengan melihat perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap karyawan. Dilanjutkan dengan perkembangan ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *stakeholder* dan masyarakat umum. Kajian ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada masyarakat umum adalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada pembangunan

⁶ Muhammad Yasir and others, 'Participation of Hotel Managers in CSR Activities in Developing Countries : A Defining Role of CSR Orientation , CSR Competencies , and CSR Commitment', April, 2020, 1–12 (h. 3) <<https://doi.org/10.1002/csr.2045>>.

masyarakat lokal dan atau masyarakat umum. Masyarakat lokal yang dimaksud adalah masyarakat yang ada di sekitar korporasi beroperasi, sedangkan masyarakat umum yang dimaksud adalah sekelompok masyarakat yang tidak mempunyai hubungan secara kontraktual dengan korporasi, masyarakat umum bukan konsumen, karyawan atau pihak ketiga lainnya.

Tanggung jawab perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang pendidikan sebetulnya belum ada regulasi secara khusus yang menuntut perusahaan untuk memberikan dukungan di sektor ini. Apabila terdapat dukungan dari pemerintah untuk mengayomi potensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) guna meningkatkan pendidikan, tidak lebih dari himbauan. Penentuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap dukungan pembangunan serta bentuk-bentuk pelaksanaan yang sudah ada dan terpilih, diserahkan secara penuh sesuai kebijakan perusahaan, selama dalam upaya mendukung program pemerintah. Perusahaan yang dibebaskan akan hal tersebut memunculkan beragam bentuk-bentuk kegiatan di bidang pendidikan, meliputi pemberian beapeserta didik, pembangunan prasarana dan sarana pendidikan, pelaksanaan pelatihan, bantuan buku-buku pelajaran maupun peralatan praktikum atau kegiatan lain yang mendukung pendidikan.⁷

Ada banyak perusahaan yang telah menyatakan memiliki komitmen untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan memilih pendidikan sebagai salah satu fokus perhatiannya. Misalnya, PT. Nestle karena kepeduliannya pada pembangunan dunia pendidikan di tanah SD Srengsem,

⁷ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Social Perusahaan di Indonesia*, (Yogyakarta : Pelajar Pustaka, 2010), h. 40.

Bandar Lampung sekiranya masuk akal bagi banyak perusahaan untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang ini, mengingat bahwa pendidikan merupakan permasalahan publik yang tampaknya belum juga bisa dipecahkan dengan memuaskan oleh pemerintah. Dengan demikian, sektor pendidikan memang masih dan mungkin akan selalu membutuhkan partisipasi pihak lain, seperti perusahaan.

PT. Nestle merupakan perusahaan didirikan tahun 1971 di Indonesia. Perusahaan bergerak dalam bidang atau memproduksi dan memasarkan minuman serta makanan. Dalam hal ini PT. Nestle memberikan kontribusinya pada SDN I Srengsem Bandar Lampung dengan bentuk kegiatan operasional perusahaan memberikan dampak terhadap kondisi lingkungan yang terdapat pada sekolah disekitar. Upaya timbal balik telah dilakukan perusahaan kepada sekolah yang terdapat disekitar PT. Nestle. Bentuk atau program yang telah dilakukan yaitu dengan membangun sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh sekolah serta memperbaiki fasilitas umum yang terdapat disekolah. Bentuk sarana dan prasana yang telah dibangun oleh perusahaan yaitu berupa perbaikan ruang di SD Srengsem Bandar Lampung lalu memberikan perlengkapan alat tulis dan alat olahraga. Perbaikan fasilitas-fasilitas tersebut bertujuan untuk memberikan rasa nyaman bagi peserta didik dan guru yang terdapat disekitar perusahaan sehingga keberadaannya dirasakan bermanfaat oleh disekitar perusahaan. Dalam hal ini dapat dibuat latar belakang dengan peneliti bermaksud untuk meneliti lebih dalam dengan mendeskripsikan kondisi terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial atau

Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Nestle terhadap bidang Pendidikan di SDN I Srengsem Bandar Lampung.

B. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini yaitu kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berangkat dari fokus penelitian diatas, peneliti akan memberikan beberapa sub fokus penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
2. Jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR)
3. Manfaat dan dampak *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dengan adanya fokus dan sub fokus pada penelitian ini maka adapun rumusan masalah sebagai berikut:

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Nestle di SDN I Srengsem Bandar Lampung ?
2. Apa jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Nestle yang dilakukan di SDN I Srengsem Bandar Lampung ?
3. Apa manfaat dan dampak *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Nestle di SDN I Srengsem Bandar Lampung ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Nestle di sekolah SDN I Srengsem.
2. Untuk jenis dari pelaksanaan tersebut.
3. Untuk manfaat dan dampaknya bagi sekolah SDN I Srengsem Bandar Lampung.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi sekolah agar dapat diketahui bahwa kontribusi sebuah perusahaan dalam Pendidikan sangatlah membantu.

b. Manfaat Praktis

- 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber masukan bagi perusahaan, pemerintah maupun sekolah dalam pengambilan peran penting dalam kontribusi pada pendidikan.
- 2) Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan oleh pihak sekolah dan perusahaan sebagai sumber masukan dalam meningkatkan kontribusi di sekolah.
- 3) Sebagai bahan mengevaluasi untuk memperbaiki dari kontribusi yang sekiranya masih terdapat kekeliruan dan kekurangan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Pendidikan

Studi yang menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkontribusi kepada pengembangan masyarakat itu sudah cukup banyak di Indonesia. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sepertinya semakin mendapat tempat dalam diskusi akademik apalagi pemangku kebijakan di Indonesia. Hal ini terjadi karena meningkatnya kesadaran dari pemerintah akan pentingnya sebuah perusahaan memikul tanggungjawab sosial-ekonomi-ekologi di (minimal) lingkungan sekitarnya. Kasus Lumpur Lapindo di Sidoarjo yang mengorbankan ribuan orang yang tidak ada hubungannya dengan perusahaan, merupakan salah satu contoh betapa pentingnya kehadiran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam sistem bisnis di Indonesia.

Studi ini, meski diletakkan dalam kerangka *Corporate Social Responsibility* (CSR), melihat pengembangan masyarakat dalam aspek yang lebih sosiologis, yakni terjadi pengembangan masyarakat secara alamiah dan dikaitkan dengan peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam proses perubahannya. Maka dari itu, berbeda dengan kebanyakan studi yang melihat aspek perusahaan yang mengeluarkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai subyek, studi ini juga memosisikannya sebagai obyek. Sebab, sejak awal studi ini melihat dan mendalami apa yang terjadi, berlaku, dan berlangsung di masyarakat.

Oleh karena itu, ketika harian Seputar Indonesia atau yang lazim disingkat Sindo meluncurkan malam apresiasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Award 2013 di Ballroom Hotel Ritz Charlton, Lingkar Mega Kuningan, Jakarta, Juni (24/6/2013), dari 27 perusahaan yang dirilis ternyata tidak tercantum nama perusahaan asing yang menjadi obyek tidak langsung kajian ini. Padahal perusahaan yang berdiri sejak tahun 1935 diatas lahan seluas 172.000 m2 yang hijau dan asri di kota Bogor, seharusnya bisa mendapatkan prestasi tersebut jika dilihat dari kebertahanannya dalam lingkungan dan sistem politik industrial yang ada di Indonesia.

Sebagai perusahaan dengan usia tertua untuk produksi dan manufaktur ban di Indonesia, perusahaan ini telah mendapatkan beragam apresiasi, antara lain: (1) Sertifikasi ISO 9002 tahun 1994, sertifikasi ISO 14001, dan pada tahun 2006 meraih ISO/TS 16949:2002; Penghargaan tertinggi Kalpaltaru untuk kategori pembina lingkungan; (3) meraih status Superbrand pada tahun 2003, yang merupakan satu- satunya perusahaan ban yang meraih penghargaan ini; (4) Dua penghargaan dari Toyota, yaitu Quality Target And Delivery dan Zero Defect achievement pada tahun 2004.

Sementara dalam laporan resmi yang dikeluarkannya, perusahaan ini sama dengan perusahaan lainnya diharuskan mengeluarkan kewajiban berderma kepada lingkungan sebagai bagian dari kedermawanan perusahaan terhadap masyarakat. Kegiatan ini lazim disebut dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau *corporate social responsibility*. Ketika pemangku kepentingan menerjemahkannya dalam Bahasa Indonesia, *Corporate Social Responsibility* (CSR)kemudian dialibahasakan menjadi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Tanggung Jawab Sosial Lingkungan. Namun demikian, karena *Corporate Social*

Responsibility (CSR) lebih dulu dikenal publik dan pemangku kepentingan, meski pengindonesiaan sudah terjadi, tetapi istilah CSR tetap saja lebih dikenal.⁸

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Bidang pendidikan

Bidang pendidikan merupakan salah satu pilihan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang harus mendapatkan perhatian perusahaan. Elkington merangkum definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam suatu konsep 4P, yaitu suatu bentuk kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional.

Konsep *people* merujuk pada konsep *social development* dan *human rights* yang menyangkut kesejahteraan ekonomi dan kesejahteraan sosial masyarakat. Beberapa bentuk pelaksanaan konsep ini diantaranya : pelatihan keterampilan kerja, pemberian jaminan sosial, penguatan aksesibilitas masyarakat terhadap pelayanan pendidikan, penguatan kapasitas lembaga- lembaga sosial, kesehatan dan kearifan lokal.

Pembangunan bidang pendidikan mempertimbangkan kesepakatan-kesepakatan internasional seperti Pendidikan Untuk Semua (*Education For All*), Konvensi Hak peserta didik (*Convention on the right of child*) dan *Millenium Development Goals* (MDGs) serta *World Summit on Sustainable Development* yang secara jelas menekankan pentingnya pendidikan sebagai salah satu cara

⁸ Tantan Hermansah dan Muhtadi, *Corporate Social Responsibility*, Pengembangan Masyarakat, UU, Perseroan Terbatas, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Indonesia, Volume. 23, Nomor 1, h. 31.

untuk penanggulangan kemiskinan, peningkatan keadilan dan kesetaraan gender, pemahaman nilai-nilai budaya dan multikulturalisme, serta peningkatan keadilan sosial.

Pendidikan mempunyai peranan dalam meningkatkan kualitas manusia sebagai sumber daya pembangunan. Menurut *The World Bank Institute*, salah satu komponen utama *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah pengembangan kepemimpinan dan pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu kunci pembangunan berkelanjutan dan pertumbuhan yang berpihak kepada kelompok miskin, maka dunia bisnis sudah semestinya memberikan kontribusi dalam menyediakan akses pendidikan berkualitas.

Bahkan, perusahaan pun dapat memberikan dampak yang kritis terhadap proses pemberdayaan melalui peningkatan standar pengembangan kepemimpinan dan pendidikan dalam perusahaan. Oleh karena itu, kemajuan dunia pendidikan memang tidak dapat berjalan sendiri, sehingga diperlukan adanya suatu kerja sama dan sinergi antara perusahaan, masyarakat dan pemerintah, yang dikemas melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa pendidikan merupakan bidang yang sangat perlu mendapat perhatian dari dunia usaha sebagai salah satu tanggung jawabnya untuk peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat dan bangsa pada umumnya. Karena pada dasarnya setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapatkan pendidikan dan mendapatkan manfaat dari ilmu pengetahuan dan

teknologi, seni dan budaya demi meningkatkan kualitas hidupnya demi kesejahteraan umat manusia.

2.Pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Bidang Pendidikan

Peningkatan akses masyarakat terhadap pendidikan yang lebih berkualitas merupakan mandat yang harus dilakukan bangsa Indonesia sesuai dengan tujuan negara Indonesia yang tertuang dalam Pembukaan UUD 1945 yaitu untuk melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dan ikut melaks peserta didikan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Lebih lanjut dalam Batang Tubuh UUD 1945 diamanatkan pentingnya pendidikan bagi seluruh warga negara seperti yang tertuang dalam Pasal 28B Ayat (1) yaitu bahwa setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapatkan pendidikan dan mendapatkan manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya demi meningkatkan kualitas hidupnya demi kesejahteraan umat manusia, dan Pasal 31 Ayat (1) yang mengamanatkan bahwa setiap warga negara berhak mendapat pendidikan.

Keterlibatan perusahaan dalam bidang pendidikan sangat diperlukan dalam rangka membantu perbaikan kualitas pendidikan di Indonesia. Karena, apabila beban tersebut hanya dibebankan pada orang tua atau pemerintah, maka akan butuh waktu yang lama untuk mengatasi berbagai masalah pendidikan. Peran serta masyarakat atau pihak lain dalam peningkatan mutu pendidikan bahkan

telah disinggung dalam UU RI No. 21 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada Pasal 54. Peran serta tersebut meliputi peran serta organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu layanan pendidikan.⁹

Corporate Social Responsibility (CSR) pada dunia pendidikan merupakan gerakan bersama secara nasional yang perlu dilakukan sebagai solusi alternatif di tengah perkembangan pendidikan di Indonesia. Berbagai implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* melalui kegiatan pemberian beasiswa, pembangunan infrastruktur lembaga pendidikan, pelaksanaan pelatihan, maupun pemberian kesempatan magang oleh berbagai perusahaan menjadikan peran pendidikan akan semakin besar dalam pengembangan masyarakat. Kepekaan perusahaan terhadap dunia pendidikan merupakan investasi dan dapat memberikan manfaat secara berkesinambungan.

Adapun telah dijabarkan sebelumnya di bab satu bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada hal ini termasuk pada manajemen pembiayaan di sekolah adapun Komponen pembiayaan sekolah merupakan komponen produksi yang menentukan terlaksananya kegiatan belajar-mengajar bersama komponen-komponen lain. Dengan kata lain, setiap kegiatan yang dilakukan sekolah memerlukan biaya.

Dalam tataran pengelolaan Vincen P Costa memperlihatkan cara mengatur lalu lintas uang yang diterima dan dibelanjakan mulai dari kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan sampai dengan penyampaian umpan

⁹ <http://www.amerta.id/2014/02/17/442/csr-di-bidang-pendidikan.php> diakses pada tanggal 10 Desember 2019 pukul 14.00 WIB.

balik. Kegiatan perencanaan menentukan untuk apa, dimana, kapan dan beberapa lama akan dilaksanakan, dan bagaimana cara melaksanakannya. Kegiatan pengorganisasian menentukan bagaimana aturan dan tata kerjanya. Kegiatan pelaksanaan menentukan siapa yang terlibat, apa yang dikerjakan, dan masing-masing bertanggung jawab dalam hal apa. Kegiatan pengawasan dan pemeriksaan mengatur kriterianya, bagaimana cara melakukannya, dan akan dilakukan oleh siapa. Kegiatan umpan balik merumuskan kesimpulan dan saran-saran untuk kesinambungan terselenggarakannya Manajemen Operasional Sekolah.

Muchdarsyah Sinungan menekankan pada penyusunan rencana (planning) di dalam setiap penggunaan anggaran. Langkah pertama dalam penentuan rencana pengeluaran pembiayaan adalah menganalisa berbagai aspek yang berhubungan erat dengan pola perencanaan anggaran, yang didasarkan pertimbangan kondisi pembiayaan, line of business, keadaan para nasabah/konsumen, organisasi pengelola, dan skill para pejabat pengelola.

Proses pengelolaan pembiayaan di sekolah meliputi:

1. Perencanaan anggaran.
2. Strategi mencari sumber dana sekolah.
3. Penggunaan pembiayaan sekolah.
4. Pengawasan dan evaluasi anggaran.
5. Pertanggungjawaban.

Menurut Lipham ,ada empat fase penyusunan anggaran antara lain:

1. Merencanakan anggaran.
2. Mempersiapkan anggaran.

3. Mengelola pelaksanaan anggaran.

4. Menilai pelaksanaan anggaran.

Anggaran mempunyai fungsi:

1. Sebagai alat penaksir.

2. Sebagai alat otorisasi.

3. Sebagai alat efisiensi.

Pemasukan dan pengeluaran pembiayaan sekolah diatur dalam Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Sekolah (RAPBS). Ada beberapa hal yang berhubungan dengan penyusunan RAPBS, antara lain:

1. Penerimaan.

2. Penggunaan.

3. Pertanggungjawaban.

B. Konsep Dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) tidak terlepas dari konteks waktu pada saat konsep tersebut berkembang dan berbagai faktor yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Konsep awal tanggung jawab sosial perusahaan dari suatu perusahaan secara eksplisit baru dikemukakan oleh dalam Ismail Solihin melalui karyanya yang diberi judul "*Social Responsibilities of the Bussinessmen*". Pendapat inilah yang telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*).¹⁰

¹⁰ Gunawan widjaja dan Yerima Ardi Pratama, *Resiko Hukum dan Bisnis Perusahaan tanpa CSR*, (Jakarta:Forum Sahabat, 2008), h.46-47.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu cara meningkatkan *competitive advantage*. menemukan bahwa dukungan besar untuk perusahaan yang memberikan efek positif terletak pada hubungan dengan karyawan, klien, agen pemerintah dan masyarakat. Porter dan Kramer (2006) menunjukkan hubungan yang kuat antara kesejahteraan perusahaan dan masyarakat, dimana aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terintegrasi dengan baik dengan kegiatan bisnis inti, akan dapat membawa peluang, inovasi dan keunggulan kompetitif bersama dengan manfaat bagi masyarakat.¹¹

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang baru. Undang-undang ini disahkan dalam sidang paripurna DPR. Dengan adanya Undang-undang ini, industri atau korporasi-korporasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi

¹¹ Deasy Sagitaningrum, *Corporate Social Responsibility : Keterkaitan Letak Geografis Terhadap Design Program dan Pelaporan Perusahaan*, Universitas Surabaya Indonesia, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 13, Nomor 3, 2015, h.45.

keuangan, sosial, dan aspek lingkungan biasa disebut (*Triple bottom line*) sinergi tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan.¹² Periode awal tahun 1970-an mencatat babak penting perkembangan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). dengan terbentuknya *Committe for Economic Development* (CED) yang terdiri dari para pimpinan perusahaan di Amerika dan para peneliti yang diakui di bidangnya. Selanjutnya CED (dalam Ismail Solih) membagi tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam tiga lingkaran tanggung jawab, yakni *inner*, *intermediate* dan *outer circle of responsibilities*.¹³

Inner circle of responsibilities mencakup tanggung jawab perusahaan untuk melaks peserta didikan fungsi ekonomi yang berkaitan dengan produksi barang dan pelaksanaan pekerjaan secara efisien serta pertumbuhan ekomoni. *Intermediate circle of responsibilities* menunjukkan tanggung jawab untuk melaks peserta didikan fungsi ekonomi sementara pada saat yang sama memiliki kepekaan kesadaran terhadap perubahan nilai-nilai dan prioritas- prioritas sosial, seperti meningkatkan perhatian terhadap konservasi lingkungan hidup, hubungan dengan karyawan, meningkatkan ekspektasi konsumen untuk memperoleh informasi produk yang jelas, serta perlakuan yang adil terhadap karyawan di tempat kerja. *Outer circle of responsibilities* mencakup kewajiban perusahaan untuk lebih aktif dalam meningkatkan kualitas lingkungan sosial.¹⁴

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen berkelanjutan oleh bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi

¹² Chairil N. Siregar : Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi Masyarakat Indonesia, *Jurnal Sositknologi*, Volume 6, Nomor 2, March 2007, h.1-2.

¹³ M Amri, Sarosa W, *CSR untuk Penguatan Lokal Kohesi Sosial*,(Jakarta: Indonesia Business Links,2008), h.41.

¹⁴ *Ibid*, h 51.

dengan meningkatkan kualitas kehidupan tenaga kerja dan masyarakat sekitar. Menurut Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan, di era globalisasi, pendidikan memainkan peran penting dalam membangun masyarakat dan bangsa. Pendidikan memiliki peran penting dalam pembangunan bangsa dan membentuk sayap luar biasa dari jalan keluar manusia. Dalam ekonomi global dan privatisasi, pendidikan telah diubah menjadi tingkat pembangunan berkelanjutan pedesaan atau akar dalam semua jenis kehidupan manusia. Mengadopsi pendekatan seperti bisnis yang menekankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) strategis adalah penting untuk bertahan hidup di arena yang semakin kompetitif ini. Tulisan ini membahas praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik dan beberapa saran yang dapat meningkatkan manajemen

Corporate Social Responsibility (CSR) dan mengundang sektor pendidikan.¹⁵

Di penghujung tahun 1980-an, *The World Commission on Environment and Development* Ismail Sholihin, memperkenalkan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*), yang didefinisikan sebagai berikut: “pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka”. Konsep ini mengandung dua ide utama, yaitu sebagai berikut :

- 1) Untuk melindungi lingkungan, dibutuhkan pembangunan ekonomi. Masyarakat yang kekurangan pangan, perumahan dakebutuhan dasar untuk hidup cenderung menyalahgunakan sumber daya alam.

¹⁵ Nehru, *International Journal of College and University (IJCU) (International Research Journal of Engineering, IT & Scientific Research*, Volume 2, Nomor 3, March 2016, h. 112 – 125.

- 2) Pembangunan ekonomi harus memperhatikan keberlanjutan, yakni dengan cara melindungi sumber daya yang dimiliki bumi bagi generasi mendatang. Konsep *sustainability development* memberi dampak besar perkembangan konsep CSR selanjutnya.

The Organization for Economic Cooperation and Development merumuskan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai berikut : *Kontribusi bisnis bagi pembangunan berkelanjutan serta adanya perilaku korporasi yang tidak semata-mata menjamin adanya pengembalian kepada pemegang saham, upah bagi para karyawan, dan pembuatan produk serta jasa bagi para pelanggan, melainkan perusahaan bisnis juga harus memberi perhatian terhadap berbagai hal yang dianggap penting serta nilai-nilai masyarakat.*

Indonesia Business Links juga merumuskan konsepsi tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*, yang pada hakekatnya menekankan perlunya perusahaan menyelaraskan pencapaian ekonomi dengan tujuan sosial dan lingkungan dalam visi serta praktik bisnisnya. *Indonesia Business Links* merumuskan 5 pilar *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu:

- a. Pengembangan SDM dan pemberdayaan masyarakat setempat
- b. Memperkuat ekonomi komunitas di lingkungannya
- c. Menjaga keharmonisan dengan masyarakat di sekitarnya
- d. Mendorong *good governance*
- e. Menjaga kelestarian lingkungan.

Berdasarkan beberapa konsep dasar dan penekanan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di atas, komitmen terhadap kepentingan perusahaan, kepentingan *stakeholder*, dan masyarakat luas serta lingkungan hidup, perilaku etis, dan pembangunan keberlanjutan merupakan beberapa kata kunci yang dapat disimpulkan dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). Secara konsep, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebagai suatu aktivitas perusahaan untuk ikut mengatasi permasalahan sosial dengan peningkatan ekonomi, perbaikan kualitas kehidupan seluruh *stakeholder* perusahaan dan masyarakat secara luas serta mengurangi berbagai dampak operasionalnya terhadap masyarakat dan lingkungan, yang dalam jangka panjang mempunyai keuntungan bagi perusahaan dan pembangunan masyarakat.

Oleh karena itu *Corporate Social Responsibility* (CSR) diartikan sebagai komitmen perusahaan dalam menjalankan proses bisnisnya yang direalisasikan dalam perilaku bisnis secara etis untuk menyelaraskan tujuan perusahaan dengan kepentingan sosial yaitu masyarakat dan lingkungan sekitar, guna mendukung kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Bersumberkan pada annual report Bank Nagari

tahun 2016, total dana yang digunakan Bank Nagari untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebesar Rp 10,03 Miliar. Hal ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta apresiasi dan kontribusi dalam berbagai kegiatan sosial, diantaranya: Pemberian bantuan pendidikan, Pemberian bantuan pembangunan sarana dan prasarana, Pengembangan program seni budaya, Perbaikan sarana

umum, Bantuan kepada yayasan sosial dan lainnya, Kontribusi terhadap pengembangan pariwisata, Partisipasi dibidang kesehatan, dan Mendukung kegiatan generasi muda, pemberdayaan perempuan dan olahraga. Dari delapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). yang dilakukan oleh Bank Nagari pada tahun 2016 dana CSR terbesar dipergunakan untuk pendidikan melalui Beapeserta didik sebesar Rp 2,57 miliar atau setara dengan 25% dari total keseluruhan dana CSR yang dikeluarkan Bank Nagari pada tahun 2016.¹⁶

a. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Seorang ahli atau pakar yang mengakui suatu konsep mengenai CSR adalah Philip Kottler (2005) di dalam bukunya yang berjudul 'Doing The Best for Your Company' menyebutkan beberapa bentuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR). yang dapat dipilih dan digunakan oleh organisasi atau perusahaan dalam rangka peningkatan SDM, yaitu:

a) Cause Promotions.

Dalam cause promotions, kegiatan dilakukan dalam bentuk peningkatan awareness dan concern masyarakat terhadap suatu issue tertentu, dimana issue ini tidak harus berhubungan atau berkaitan dengan lini bisnis perusahaan. Pada aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari

¹⁶ RANDI GUSTIAN, 'Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Di Bank Nagari Skripsi', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2013), 1689–99 (h. 2) <<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>>.

masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu. Fokus utama dari kategori aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini adalah komunikasi persuasif, dengan tujuan menciptakan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah social Menurut Kotler dan Lee beberapa tujuan komunikasi persuasif yang ingin dicapai oleh perusahaan melalui pelaksanaan *cause promotion* antara lain sebagai berikut:

- a. Menciptakan kesadaran dan perhatian dari masyarakat terhadap suatu masalah dengan menyajikan angka-angka statistik serta fakta-fakta yang menggugah.
- b. Membujuk masyarakat untuk memperoleh informasi lebih banyak mengenai suatu isu sosial dengan mengunjungi website tertentu.
- c. Membujuk orang untuk menyumbangkan waktunya untuk membantu mereka yang membutuhkan.
- d. Membujuk orang untuk menyumbangkan uangnya untuk kemanfaatan masyarakat melalui pelaksanaan program sosial perusahaan.
- e. Membujuk orang untuk menyumbangkan sesuatu yang mereka miliki selain uang.

Benefit yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaks peserta didikan kegiatan *cause promotions* menurut Kotler dan Lee adalah sebagai berikut:

- a. Memperkuat positioning merk perusahaan.
- b. Menciptakan jalan bagi ekspresi loyalitas konsumen terhadap suatu masalah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan penyelenggara promosi.

- c. Memberikan peluang kepada para karyawan perusahaan untuk terlibat dalam suatu kegiatan sosial yang menjadi kepedulian mereka.
 - d. Menciptakan kerjasama antara perusahaan dengan pihak-pihak lain (misalnya media), sehingga memperbesar dampak pelaksanaan promosi.
 - e. Meningkatkan citra perusahaan (*corporate image*), dimana citra perusahaan yang baik akan dapat memberikan berbagai pengaruh positif lainnya, misalnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan yang dapat memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kinerja finansial perusahaan.
- b. Pemasaran terkait kegiatan sosial (*Cause Related Marketing*)

Ketika sebuah perusahaan menyatakan bahwa sebagian dari keuntungan atau penjualan produknya akan disumbangkan untuk kegiatan social tertentu, maka perusahaan tersebut sedang melakukan apa yang disebut sebagai *cause related marketing* (CRM). Pada aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk.

Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu serta untuk aktivitas derma tertentu. Untuk konteks Indonesia, pelaksanaan *cause related marketing* terutama ditujukan untuk kegiatan beapeserta didik, penyediaan air bersih, pemberian layanan kesehatan, pengembangan usaha kecil dan menengah.

Dalam *cause related marketing*, perusahaan akan mengajak masyarakat untuk membeli atau menggunakan produknya, baik itu barang atau jasa, dimana sebagian dari keuntungan yang didapat perusahaan akan didonasikan untuk membantu mengatasi atau mencegah masalah tertentu.

Beberapa aktivitas *cause related marketing* yang biasanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Menyumbangkan sejumlah uang tertentu untuk setiap produk yang terjual.
- b. Menyumbangkan sejumlah uang tertentu untuk setiap aplikasi terhadap produk jasa tertentu.
- c. Menyumbangkan persentase tertentu dari setiap produk yang terjual atau transaksi untuk kegiatan amal (*charity*).
- d. Menyumbangkan persentase tertentu dari laba bersih perusahaan untuk kegiatan social atau tujuan amal.

Benefit yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaks peserta didikan kegiatan *cause related marketing* menurut Kotler dan Lee (2005) adalah sebagai berikut:

- a. Menarik pelanggan baru.
- b. Menjangkau relung pasar (*market niche*) / menjangkau konsumen dari segmen dengan karakteristik demografi, geografi atau pasar sasaran tertentu.
- c. Meningkatkan penjualan produk perusahaan.

- d. Membangun identitas merk yang positif di mata pelanggan. Identitas merk yang positif dapat terjadi akibat merk perusahaan disandingkan dengan program *Corporate Social Responsibility*(CSR) yang disponsori oleh merk perusahaan.

Contoh penerapan CRM di Indonesia lumayan banyak diantaranya Sabun Lifebuoy pernah meluncurkan kampanye "Berbagi Sehat" yang mendonasikan sebagian hasil penjualan untuk membangun fasilitas MCK di seluruh Indonesia. Aqua membuat program "1 untuk 10", yang berjanji akan menyediakan air bersih untuk desa-desa yang mengalami masalah ketersediaan air bersih di Nusa Tenggara. Setiap satu liter Aqua produk tertentu yang terjual, Aqua berjanji akan menyediakan sepuluh liter air bersih untuk masyarakat target. Dalam waktu sekitar tiga bulan saja, jumlah air bersih yang akan disediakan Aqua mencapai lebih dari satu milyar liter. Es krim Viennetta dari Wall's meluncurkan "Berbagi 1000 Kebaikan" yang menyumbangkan Rp. 1000 setiap penjualan es krimnya untuk peserta didik- peserta didik korban gempa Sumatera dan dukungan pendidikan untuk peserta didik- peserta didik berprestasi dari kalangan yang tidak mampu.

Agar CRM berhasil, Kotler dan Lee menyarankan agar perusahaan memilih isu social yang memang menjadi perhatian perusahaan maupun konsumen yang menjadi target produknya; memilih mitra yang memang telah memiliki jaringan luas dan terkenal berkinerja baik; memilih produk yang asosiasinya dengan isu yang akan ditangani sudah atau berpotensi menjadi kuat; melakukan riset dengan hati-hati terhadap konsumen yang menjadi target, untuk

kemudian menyusun strategi pemasaran yang sesuai; memastikan bahwa aktivitas ini "terlihat" melalui pencantuman yang jelas di produk, iklan yang memadai, dsb.; memastikan bahwa tawaran CRMnya sederhana dan mudah dimengerti, untuk mencegah kecurigaan calon konsumen; dan yang terakhir adalah bersedia untuk mengakui kesalahan bila memang terjadi dan melakukan perbaikan atas kesalahan itu.

c. Pemasaran kemasyarakatan korporat (*Corporate Societal Marketing*)

Pada aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini perusahaan mengembangkan dan melaks peserta didikan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Corporate social marketing ini dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk mengubah perilaku masyarakat (behavioral changes) dalam suatu issue tertentu. Fokus dari kategori aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini adalah untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan:

- a. Isu-isu kesehatan (health issues), kampanye *corporate societal marketing* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat yang memiliki dampak bagi kesehatan mereka. Misalnya : mengurangi kebiasaan merokok, HIV atau AIDS, kanker, eating disorders, dan lain-lain.
- b. Isu-isu perlindungan terhadap kecelakaan atau kerugian (injury prevention issues), isu-isu tersebut mencakup keselamatan lalu lintas,

pencegahan dari kejahatan, pencegahan dari pembajakan. Misalnya : keselamatan berkendara, pengurangan peredaran senjata api, dan lain-lain.

- c. Isu-isu lingkungan (environmental issues), kampanye *corporate societal marketing* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat agar meninggalkan berbagai perilaku yang merusak lingkungan. Misalnya : konservasi air, polusi, pengurangan penggunaan pestisida.
- d. Isu-isu keterlibatan masyarakat (community involvement issues), kampanye *corporate societal marketing* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk mengubah perilaku orang agar mereka lebih terlibat dalam kegiatan sosial masyarakat. Misalnya: memberikan suara dalam pemilu, menyumbangkan darah, perlindungan hak-hak binatang, dan lain-lain.

Benefit yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaks peserta didikan kegiatan *corporate societal marketing* adalah sebagai berikut:

- a. Menunjang positioning merk perusahaan.
- b. Menciptakan preferensi merk.
- c. Mendorong peningkatan penjualan.
- d. Menarik mitra yang bisa diandalkan serta memiliki kepedulian besar untuk merubah perilaku masyarakat
- e. Memberikan dampak yang nyata terhadap perubahan sosial.

d. kegiatan filantropi perusahaan (*Corporate Philanthropy*)

Corporate philanthropy mungkin merupakan bentuk Corporate Social Responsibility yang paling tua. Pada aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, bingkisan/paket bantuan atau pelayanan secara cuma-cuma.

Kegiatan filantropi biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan. Berbagai program *corporate philanthropy* yang dilaks peserta didikan perusahaan antara lain:

- a. Program *corporate philanthropy* dalam bentuk sumbangan uang tunai.
- b. Program *corporate philanthropy* dalam bentuk bantuan hibah.
- c. Program *corporate philanthropy* dalam bentuk penyediaan beapeserta didik.
- d. Program *corporate philanthropy* dalam bentuk pemberian produk.
- e. Program *corporate philanthropy* dalam bentuk pemberian layanan cuma-cuma.
- f. Program *corporate philanthropy* dalam bentuk penyediaan keahlian teknis oleh karyawan perusahaan secara cuma-cuma.
- g. Program *corporate philanthropy* dengan mengijinkan penggunaan fasilitas dan saluran distribusi yang dimiliki perusahaan untuk digunakan bagi kegiatan sosial.

- h. Program *corporate philanthropy* yang dilakukan perusahaan dengan cara menawarkan penggunaan peralatan yang dimiliki oleh perusahaan.

Benefit yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaks peserta didikan kegiatan *corporate philanthropy* adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan reputasi perusahaan.
 - b. Memperkuat bisnis perusahaan di masa depan.
 - c. Memberi dampak bagi penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.
- e. Pekerja social kemasyarakatan secara sukarela (*Comunnity Volunteering*)

Pada aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini perusahaan mendukung dan mendorong para karyawan, rekan pedagang eceran atau para pemegang *franchise* agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

Bentuk dukungan perusahaan kepada karyawannya untuk melaks peserta didikan program *community volunteering* antara lain:

- a. Memasyarakatkan etika perusahaan melalui komunikasi korporat yang akan mendorong karyawan untuk menjadi sukarelawan bagi komunitas.
- b. Menyarankan kegiatan social atau aktivitas amal tertentu yang bisa diikuti oleh para karyawan.
- c. Mengorganisir tim sukarelawan untuk suatu kegiatan sosial.
- d. Membantu para karyawan menemukan kegiatan sosial yang akan dilaks peserta didikan melalui *survey* ke wilayah yang diperkirakan membutuhkan

bantuan sukarelawan, mencari informasi melalui *website* atau dalam beberapa kasus dengan menggunakan *software* khusus yang akan melacak aktivitas sosial yang cocok dengan minat karyawan yang akan menjadi tenaga sukarelawan.

- e. Menyediakan waktu cuti dengan tanggungan perusahaan bagi karyawan yang bersedia menjadi tenaga relawan.
- f. Memberikan penghargaan dalam bentuk uang untuk jumlah jam yang digunakan karyawan tersebut sebagai sukarelawan.
- g. Memberikan penghormatan kepada para karyawan yang terlibat dalam kegiatan sukarela, seperti memberikan penghargaan berupa penyematan pin maupun pemberian plakat.
- h. Memperbaiki proses produksi, misalnya : melakukan penyaringan terhadap limbah sebelum dibuang ke alam bebas, untuk menghilangkan zat-zat yang berbahaya bagi lingkungan, menggunakan pembungkus yang dapat didaur ulang (ramah lingkungan).
- i. Menghentikan produk-produk yang dianggap berbahaya tapi tidak illegal.
- j. Hanya menggunakan distributor yang memenuhi persyaratan dalam menjaga lingkungan hidup.
- k. Membuat batasan umur dalam melakukan penjualan, misalnya barang-barang tertentu tidak akan dijual kepada peserta didik yang belum berumur 18 tahun.

Benefit yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaks peserta didikan kegiatan *community volunteering* adalah sebagai berikut:

- a. Membangun hubungan yang tulus antara perusahaan dengan komunitas.
- b. Kegiatan *community volunteering* dapat memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan.
- c. Meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan.
- f. Praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial (*Socially Responsible Business Practice*)

Pada aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan kepeserta didikan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

Komunitas dalam hal ini mencakup karyawan perusahaan, pemasok, distributor, organisasi-organisasi nirlaba yang menjadi mitra perusahaan serta masyarakat secara umum. Kesejahteraan dalam hal ini mencakup di dalamnya aspek-aspek kesehatan, keselamatan, kebutuhan pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional. Beberapa aktivitas yang termasuk ke dalam *socially responsible business practice* antara lain:

- a. Membuat fasilitas yang memenuhi bahkan melebihi tingkat keamanan lingkungan dan keselamatan yang ditetapkan.
- b. Mengembangkan perbaikan proses produksi barang dan jasa seperti berbagai kegiatan untuk mengurangi penggunaan bahan-bahan yang berbahaya, mengurangi penggunaan bahan kimia dalam proses peningkatan pertumbuhan tanaman pangan.

- c. Menghentikan penawaran produk yang ditenggarai membahayakan kesehatan manusia meskipun produk itu legal.
- d. Memilih pemasok berdasarkan kriteria kesediaan mereka menerapkan dan memelihara aktivitas *sustainable development*.
- e. Memilih perusahaan manufaktur dan bahan kemasan yang paling ramah lingkungan dengan berbagai kriteria seperti: perusahaan tersebut memiliki tujuan mengurangi penggunaan sumber daya secara sia-sia, menggunakan sumber daya yang bisa di daur ulang serta mengurangi terjadinya pembuangan racun ke lingkungan.
- f. Melakukan pelaporan secara terbuka mengenai material produk yang digunakan berikut asal-usulnya, potensi bahaya yang ditimbulkan dari penggunaan produk serta berbagai informasi lain yang berguna bagi konsumen.
- g. Mengembangkan berbagai program untuk menunjang terciptanya kesejahteraan masyarakat.

Benefit yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaks peserta didikan kegiatan *socially responsible business practice* adalah sebagai berikut:

- a. Menghemat uang perusahaan, memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan hidup serta meningkatkan kesadaran energi di antara para karyawan perusahaan.
- b. Meningkatkan kesan baik komunitas terhadap perusahaan.
- c. Menciptakan preferensi konsumen terhadap merk produk perusahaan.

- d. Menimbulkan *image* yang positif. Pelaksanaan *socially responsible business practice* misalnya dalam bentuk penyediaan sarana untuk kepentingan umum seperti sarana MCK, pembangkit listrik mikro, penyediaan sarana air bersih dapat menimbulkan *image* yang positif dari pemerintah selaku pembuat peraturan sehingga memberikan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan.
- e. Meningkatkan kepuasan karyawan, dimana muncul rasa bangga menjadi bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial.¹⁷

b. Jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Jenis-jenis program CSR antara lain yaitu program ekonomi, pendidikan, kesehatan, sosial budaya dan lingkungan. Penjabaran masing-masing kegiatan disesuaikan dengan potensi masing-masing Kota/Kabupaten.

a) Bidang Pendidikan

Program bidang pendidikan bertujuan untuk meningkatkan kualitas SDM melalui peningkatan pendidikan, moral dan nilai-nilai keagamaan dengan tetap memperhatikan potensi daerah dan kearifan lokal di masyarakat. Program pendidikan yaitu: peningkatan infrastruktur, program beapeserta didik, pembinaan madrasah, bimbingan belajar, penguatan perguruan tinggi.

b) Bidang Kesehatan

Lima Program bidang kesehatan bertujuan untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Program bidang kesehatan yaitu: Penanggulangan buta

¹⁷ Anggara Prihardana, 'Efektifitas Pelaksanaan Program CSR PT Tirta Bahagia', *Al Tijarah*, 1.2 (2015), 176 (h. 180) <<https://doi.org/10.21111/tijarah.v1i2.954>>.

katarak, Kesehatan Ibu Bayi Baru Lahir dan peserta didik (KIBBLA), bakti sosial kesehatan, pengadaan akses air bersih, bantuan infrastruktur kesehatan.

c) Bidang Ekonomi

Program pengembangan ekonomi bertujuan untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat di sekitar operasional perusahaan dengan mengembangkan potensi-potensi unggulan daerah. Program yang dikembangkan yaitu: pembinaan perkebunan, pembinaan pertanian, pembinaan peternakan, pembinaan perikanan, pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UKMM), gerakan ekonomi masyarakat desa (GEMA DESA), bina desa dan infrastruktur support ekonomi.

d) Bidang Sosial Budaya Program

Bidang sosial budaya bertujuan agar masyarakat memiliki kesempatan untuk mengaktualisasikan dirinya di bidang keagamaan, olah raga, kesenian dan kebudayaan. Program sosial budaya yaitu: pembinaan pemuda dan olah raga, pembinaan keagamaan dan pembinaan seni budaya.

e) Bidang Lingkungan

Program bidang lingkungan bertujuan untuk melakukan identifikasi potensi lingkungan di sekitar masyarakat wilayah operasional yang dapat dijadikan upaya peningkatan kualitas lingkungannya, menumbuhkan kesadaran lingkungan pada masyarakat sejak usia dini melalui Program Pendidikan Lingkungan Hidup, melakukan kegiatan CSR lingkungan yang berprinsip

3R, energi terbarukan dan konservasi energi dan mengembangkan energi terbarukan.¹⁸

c. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Prinsip dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pemberdayaan masyarakat setempat yang kurang mampu agar terbebas dari kemiskinan (Untung, 2008:3). Perusahaan yang melaks peserta didikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai beberapa manfaat. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan antara lain: (a) mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan; (b) mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial; (c) mereduksi risiko bisnis perusahaan; (d) melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha; (e) membuka peluang pasar yang lebih luas; (f) mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah; (g) memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*; (h) memperbaiki hubungan dengan regulator; (i) meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan; (j) peluang mendapatkan penghargaan.¹⁹

Adapun manfaat lainnya Secara garis besar kita dapat mengelompokkan bentuk-bentuk pemanfaatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam tiga besaran, yaitu:

1. Bantuan Fisik Program; Dalam upaya peningkatan sarana dan prasarana umum perusahaan menggunakan dana *Corporate Social Responsibility*

¹⁸ Rifenti Herlinda Wandina, Deasy Arisanty, Ellyn Normelani, Implementasi Program CSR (Corporate Social Responsibility) PT. ADARO INDONESIA Bidang Pendidikan Kecamatan Tanta Kabupaten Tabalog, *Jurnal Pendidikan Geografi*, Volume 3, Nomor 6, Nopember 2016, h.

1-13, <http://ppjp.unlam.ac.id/journal/index.php/jpg>.

¹⁹Ruri Atmi Mentari, Implementasi CSR Pada Pendidikan, Corporate Social Responsibility (CSR), *Education, Human Resources (HR)*, Volume 2, Nomor 1, 2013).

(CSR) untuk pembangunan jembatan dan jalan, perbaikan sekolah, perbaikan rumah ibadah, pembuatan pondok rapat, dan pengadaan air.

2. Bidang Kesehatan; Pemeliharaan kesehatan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi masyarakat. Kesehatan masyarakat akan berimplikasi pada kualitas kerja sehari-hari. Diasumsikan jika tingkat kesehatan warga rendah maka kinerja warga akan menjadi rendah. Salah satu contoh penyaluran dana CSR digunakan untuk pengadaan alat-alat atau perlengkapan di rumah sakit, tujuan yang diharapkan adalah masyarakat tidak perlu lagi mengeluarkan biaya yang banyak untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang baik.
3. Bidang Pendidikan; Program bantuan untuk pendidikan yang telah berjalan adalah beapeserta didik bagi peserta didik berprestasi yang kurang mampu dan program bantuan untuk guru bantu. Program bantuan guru bantu adalah program bantuan dana kepada semua guru bantu yang bekerja di seluruh sekolah. Namun sangat disayangkan program tersebut kurang banyak diikuti para guru bantu karena sistem penerimaan bantuan terasa sulit dilakukan, terutama jika akses guru bantu menuju kantor perusahaan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) cukup jauh.²⁰

Selain manfaat tersebut terdapat manfaat lain diantaranya, pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan

²⁰ Heni Astri, the Influence of Corporate Social Responsibility Toward the Improvement of Quality of Life In Indonesia, *Jurnal Pendidikan Geografi*, Volume 3, Nomor 2, Desember 2012, h. 3, <http://ppjp.unlam.ac.id/journal/index.php/jpg>.

mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan reputasi dan mendukung bisnis perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memberikan dampak ekonomis secara langsung dalam jangka pendek melainkan dalam jangka panjang. Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) terutama dalam perusahaan ekstratif, seperti industri tambang, bersifat *cost center* menjadi beban bagi perusahaan. Namun perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam jangka panjang dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR), karena pada hakekatnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah “investasi” bisnis dan dapat digolongkan ke dalam *investmen center*. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan sedang melakukan investasi sosial (*social investment*) melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga dapat berdampak terhadap kelancaran operasi perusahaan yang bersangkutan.

Selain penjelasan di atas, masih terdapat manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut salah seorang aktor *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan pada saat *learning forum* berlangsung, manfaat secara tidak langsung

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah dapat meredam isu-isu yang tidak menguntungkan terkait dengan operasi perusahaan. Ketika terjadi demo misalnya, justru yang meredam adalah masyarakat sendiri yang menjadi *beneficiaries* perusahaan. Dengan demikian, mengintegrasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ke dalam praktik bisnis perusahaan sama halnya dengan menyelamatkan eksistensi bisnis itu sendiri, karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi pagar pengaman sosial dari masyarakat terhadap perusahaan dari berbagai akibat tindakan yang kurang menguntungkan.

Perusahaan yang terlibat dalam beberapa aspek *Corporate Social Responsibility* (CSR), baik di dalam dan di luar perusahaan, akan membuat produk dan jasa lebih menarik bagi konsumen secara keseluruhan, sehingga membuat perusahaan lebih menguntungkan. Memang akan ada peningkatan biaya untuk melaks peserta didikan *Corporate Social Responsibility* (CSR), tetapi manfaatnya cenderung jauh lebih besar daripada biayanya (Hopkins, 2004). Dengan demikian perusahaan dapat mendapat keuntungan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR).

C. Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian yang terkait dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di perusahaan diuraikan secara ringkas dengan harapan dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap penerapan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada *stakeholdernya*.

Muhammad Reza Maulana (2009) dengan judul “Peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Rekayasa Industri (PT. REKIND) dalam Upaya

Pengembangan Masyarakat”. Setiap perusahaan akan melakukan berbagai kegiatan terencana untuk mencapai tujuan khusus maupun tujuan umum yang telah mereka tentukan. Kegiatan-kegiatan yang direncanakan peserta didikan oleh perusahaan umumnya akan melibatkan berbagai macam pihak, baik dari dalam perusahaan itu sendiri, maupun dari pihak luar, seperti pemerintah, pihak asing, masyarakat, dan sebagainya. Kegiatan inilah yang dapat membantu mempercepat pembangunan di Indonesia. Selain itu, jalinan kerjasama dirajut untuk mencapai kepentingan perusahaan, agar perusahaan dapat menjaga eksistensinya dan menjadi *good bussiness*. Keseimbangan dapat dijaga dengan menerapkan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, PT. REKIND sebenarnya sudah menjalankan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sejak didirikan pada tahun 1981, yaitu dengan menjalankan *Community Development*. Sedangkan PT. Rekind mulai mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. sejak tahun 2007. Kebijakan PT. Rekind mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*. turut dipengaruhi oleh Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL), sehingga bidang-bidang *Corporate Social Responsibility (CSR)*. yang diprioritaskan oleh CSR PT. Rekind terdiri dari bidang pendidikan, kesehatan, sarana ibadah, bencana alam, kegiatan sosial, lingkungan hidup, pengembangan usaha kecil dan konversi. PT. Rekind memiliki dua pandangan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*., yaitu sebagai upaya memenuhi kewajiban (*compliance*) dan karena

adanya dorongan tulus dari dalam (*internal driven*). PT Rekind memandang *Corporate Social Responsibility* (CSR). tidak sekedar diimplementasikan karena menghormati peraturan yang ada, tetapi telah menempatkan CSR sebagai bagian dari Tata Nilai Budaya perusahaan dan *business process* perusahaan.

Jati Suliman (2010) dengan judul “Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif Kualitatif tentang Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). PT. Tiga Serangkai dalam Program Spiritual Building Training (SBT) dalam Rangka Pembentukan Citra Positif di Kalangan Khalayak)”. Diperoleh hasil penelitian, bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR). yang dilakukan oleh PT. Tiga Serangkai melalui program *Spiritual Building Training* adalah sebuah program *training* persembahkan PT. Tiga Serangkai bagi pemenuhan kebutuhan spiritual guna membangun dan meningkatkan kualitas keimanan terhadap Allah SWT, sehingga mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Program ini dilaks peserta didikan sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat diutamakan lingkungan pendidikan. Tujuan dilaks peserta didikannya program ini adalah terkait dengan visi perusahaan yaitu turut mencerdaskan bangsa melalui kecerdasan spiritual.

Pada tahap konteks, *Spiritual Building Training* yang merupakan program sosial dari marketing PT. Tiga Serangkai mempunyai konsep yang kreatif karena tidak ada perusahaan lain yang memiliki konsep sejenis. Tujuan program ini sudah sesuai dengan tujuan perusahaan yakni mencerdaskan bangsa. Sasaran program adalah masyarakat luas tetapi dikhususkan instansi pendidikan. Pengkhususan

sasaran program adalah berkaitan dengan sasaran bisnis, dan terbukti program sosial ini bermanfaat bagi marketing perusahaan.

Nurhikmah Muhktar (2012) dengan judul “Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai modal sosial pada PT. Pertamina EP Region KTI Field Bunyu”. Dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR). sebagai modal sosial PT Pertamina EP Region KTI Field Bunyu, telah mampu menarik kepercayaan masyarakat kepada perusahaan. Karena perusahaan telah menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). nya dengan baik, sehingga dapat meredam beberapa masalah-masalah gangguan keamanan, seperti : pencurian peralatan migas, unjuk rasa, sabotase, ancaman, serta dapat mencegah kesenjangan sosial antara perusahaan dan masyarakat sekitar perusahaan.

Dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR). PT Pertamina EP Region KTI Field Bunyu telah melakukan kegiatan-kegiatan *Community Development* yaitu :

1. Bidang ekonomi, membantu pemerintah untuk memberdayakan masyarakat dalam usaha meningkatkan ekonomi.
2. Pendidikan dan kebudayaan, memberikan beapeserta didik, membantu kelengkapan sarana kebudayaan dan prasarana pendidikan, olahraga dan kegiatan budaya.

3. Kesehatan, mendukung upaya peningkatan kesehatan masyarakat. Fasilitas sosial dan fasilitas umum, mendukung pembangunan sarana dan prasarana sosial dan fasilitas umum di daerah operasi.
4. Lingkungan, mendukung program peningkatan kesadaran lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

Basic of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Technique". diterjemahkan oleh Mohammad Sodik et.all. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif: Tata Langkah dan Teknik-teknik Teorisasi Data*. Jogjakarta: Pustaka Belajar. 2003.

Chairil N. Siregar. Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi Masyarakat Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*. Volume 6. Nomor 2. March 2007.

Deasy Sagitaningrum. *Corporate Social Responsibility : Keterkaitan Letak Geografis Terhadap Design Program dan Pelaporan Perusahaan*. Universitas Surabaya Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 13. Nomor 3. 2015.

Djam'an Satori & Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2009.

Gunawan widjaja dan Yeremia Ardi Pratama. *Resiko Hukum dan Bisnis Perusahaan tanpa CSR*. Jakarta: Forum Sahabat. 2008.

Heni Astri, the Influence of Corporate Social Responsibility Toward the Improvement of Quality of Life In Indonesia. *Jurnal Pendidikan Geografi*. Volume 3. Nomor 2. Desember 2012.

Koentaraningrat. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 1997.

- Kucerova, Renata Formankova, Sylvie, Prisazna, Monika. Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi, *Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science*. Volume 9. Nomor 4. 2016.
- Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2001.
- M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media. 2014.
- Mukti Fajar. *Tanggung Jawab Social Perusahaan di Indonesia*. Yogyakarta : Pelajar Pustaka. 2010.
- M Amri, Sarosa W. *CSR untuk Penguatan Lokal Kohesi Sosial*. Jakarta: Indonesia Business Links. 2008.
- Nehru. International Journal of College and University (IJCU) (*International Research Journal of Engineering, IT & Scientific Research*). Volume 2. Nomor 3. March 2016.
- Radyati MRN. *CSR untuk Pemberdayaan Ekonomi Lokal*. Jakarta:Indonesia Business Links. 2008.
- Rifenti Herlinda Wandina, Deasy Arisanty, Ellyn Normelani, Implementasi Program CSR (Corporate Social Responsibility) PT. ADARO INDONESIA Bidang Pendidikan Kecamatan Tanta Kabupaten Tabalog. *Jurnal Pendidikan Geografi*. Volume 3. Nomor 6, November 2016.
- Rulam Ahmadi. *Memahami Metodologi Penelitian Kualitatif*. Malang: UIN Malang Pres. 2005.

Ruri Atmi Mentari. Implementasi CSR Pada Pendidikan, Corporate Social Responsibility (CSR), *Education, Human Resources (HR)*. Volume 2. Nomor 1. 2013.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Bima Karya. 1989.

Tantan Hermansah dan Muhtadi. *Corporate Social Responsibility, Pengembangan Masyarakat, UU, Perseroan Terbatas*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Indonesia. Volume. 23. Nomor 1.

Mentari, Rury Atmi, 'IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY', 1–24

Prihardana, Anggara, 'Efektifitas Pelaksanaan Program CSR PT Tirta Bahagia', *Al Tijarah*, 1.2 (2015), 176 <<https://doi.org/10.21111/tijarah.v1i2.954>>

RANDI GUSTIAN, 'Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Di Bank Nagari Skripsi', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2013), 1689–99 <<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>>

Yasir, Muhammad, Abdul Majid, Raza Ullah, Muhammad Yasir, and Hassan Qudratullah, 'Participation of Hotel Managers in CSR Activities in Developing Countries : A Defining Role of CSR Orientation , CSR Competencies , and CSR Commitment', April, 2020, 1–12 <<https://doi.org/10.1002/csr.2045>>

<http://www.amerta.id/2014/02/17/442/csr-di-bidang-pendidikan.php>

<http://ppjp.unlam.ac.id/journal/index.php/jpg> <http://yusita-annisa.blogspot.com/2010/07/jenis-jenis-program-corporate-social.html?m=1> <http://ppjp.unlam.ac.id/journal/index.php/jpg>.