

ANALISIS KEBERHASILAN PENERAPAN PROGRAM CSR (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) PADA PT MADUBARU STUDI KASUS TAHUN 2019 SAMPAI 2024

Kartika Julliana Galilei¹, Iman Sumarlan²

Univeritas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia^{1,2}

Email: kartikagalilei23@gamil.com¹, iman.sumarlan@comm.uad.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keberhasilan pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Madubaru, khususnya dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan antara 2019 hingga 2024. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif, dengan data primer dari PT Madubaru dan data sekunder dari literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Madubaru mengalokasikan 1% dari laba bersih untuk CSR, dengan 0,5% untuk masing-masing program. Program Kemitraan berfokus pada pemberian modal usaha kepada UMKM sekitar, sedangkan Program Bina Lingkungan mencakup bantuan untuk pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur. Meskipun menghadapi tantangan seperti keterlambatan pembayaran kredit oleh mitra, PT Madubaru menerapkan strategi fleksibel dan komunikasi intensif untuk menjaga keberlanjutan program. Evaluasi menunjukkan bahwa transparansi, monitoring, dan komitmen sangat penting bagi keberhasilan CSR. Penelitian ini memberikan gambaran komprehensif tentang praktik CSR PT Madubaru yang berdampak positif bagi masyarakat, serta menjadi landasan untuk pengembangan program CSR di masa depan.

Kata Kunci: *corporate social responsibility*, PT Madubaru, keberhasilan program kemitraan, bina lingkungan.

Abstract

This study aims to analyze the success of Corporate Social Responsibility (CSR) programs implemented by PT Madubaru, specifically focusing on the implementation of Partnership and Environmental Development Programs during the period from 2019 to 2024. The research method used is a qualitative descriptive approach utilizing primary data obtained from PT Madubaru and secondary data from relevant literature. The results of the study show that PT Madubaru allocates 1% of its net profit for CSR, with 0.5% dedicated to the Partnership Program and 0.5% to the Environmental Development Program. The Partnership Program focuses on providing business capital to SMEs around the company, while the environmental development program includes social assistance for education, health, and infrastructure. Despite challenges such as delayed loan repayments by partnership members, PT Madubaru implements strategies such as flexible installment payments and intensive communication to ensure program sustainability. Evaluation of program success indicates that transparency in fund management, regular monitoring, and commitment to program sustainability are critical factors in the success of PT Madubaru's CSR. This study provides a comprehensive overview of effective CSR practices at PT Madubaru, which positively impact the surrounding community and provide a foundation for enhancing CSR programs in the future.

Keywords: *corporate social responsibility, PT Madubaru, partnership, environmental development program.*

Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep di mana perusahaan mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam operasi dan interaksinya dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti karyawan, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan (Cahya, 2022; Carroll, 1991; Mustar et al., 2018). Secara historis, CSR dimulai dari tahap yang sederhana, berupa kedermawanan pemilik perusahaan. Saat ini, CSR menjadi bagian penting bagi perusahaan modern, terutama yang dipelopori oleh perusahaan multinasional (MNCs) (Idris, 2005).

Tanggung jawab terhadap kesejahteraan sosial masyarakat di suatu negara bukan hanya milik pemerintah, tetapi juga melibatkan peran pihak lain. Contohnya, perusahaan-perusahaan di bidang industri berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Selain bertanggung jawab atas kesejahteraan masyarakat, keterlibatan perusahaan juga harus mencakup upaya menjaga kelestarian lingkungan hidup dan social (Afriani et al., 2023; Shakila et al., 2024).

Saat ini, kepemilikan saham PT Madubaru terdiri dari 65% untuk Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai Komisaris, dan 35% dimiliki oleh PT Rajawali Nusantara Indonesia, yang merupakan BUMN. PT Rajawali Nusantara Indonesia dipercayakan oleh pemerintah Indonesia untuk mengatur keuangan PT Madubaru setelah perusahaan ini mengalami kesulitan keuangan pada tahun 1984.

Menurut World Business Council for Sustainable Development, CSR adalah komitmen berkelanjutan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi, dengan meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta mencakup komunitas lokal dan masyarakat secara luas (Suharto, 2010).

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa CSR adalah tindakan sukarela dari perusahaan yang melebihi kewajiban hukum terkait peraturan tentang CSR. Namun, CSR bukan hanya sekadar kesukarelaan; ia juga menjadi tuntutan bagi perusahaan untuk tetap bertahan dan berkembang sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang tentang CSR.

Dalam penelitian ini, penulis berfokus untuk menganalisis keberhasilan pelaksanaan program CSR di PT Madubaru selama empat tahun terakhir. PT Madubaru, atau PG-PS Madukismo, adalah satu-satunya pabrik gula dan pabrik alkohol/ethanol yang terletak di Desa Padokan, Kelurahan Tirtonirmolo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Letak PT Madubaru yang berdekatan dengan permukiman masyarakat membuat segala aktivitas perusahaan berdampak pada lingkungan dan sosial di sekitarnya, seperti polusi, diskriminasi, dan limbah produksi. Limbah yang tidak dikelola dengan baik dapat merugikan lingkungan dan kehidupan masyarakat. PT Madubaru menghasilkan limbah padat dan cair. Menurut Amin Fitriyah (2012), "limbah padat berupa sisa perasan tebu dan limbah blothong, sedangkan limbah cair berasal dari proses pencucian dan pemasakan yang menghasilkan efek asam dan alkali. Limbah cair sering dianggap sebagai polutan berbahaya karena bau dan warnanya yang hitam kecoklatan." Dampak limbah PT Madubaru ini menimbulkan keresahan di masyarakat. Jika perusahaan tidak memberikan timbal balik yang baik kepada masyarakat, hal ini dapat mempengaruhi citra dan profitabilitas perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keberhasilan pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Madubaru, khususnya dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan antara 2019 hingga 2024.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengetahui keberhasilan pelaksanaan program corporate social responsibility (CSR) PT Madubaru (Moleong, 2018). Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari PT Madubaru Yogyakarta, sementara data sekunder diambil dari literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan studi pustaka.

Pendekatan kualitatif adalah proses penelitian yang berfokus pada pemahaman fenomena sosial dan masalah manusia (Creswell, 1998). Penelitian kualitatif menekankan pemahaman tentang masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi nyata yang holistik, kompleks, dan rinci (Murdiyanto, 2020). Fokus penelitian ini adalah pada keberhasilan pelaksanaan program CSR PT Madubaru dalam empat tahun terakhir.

Hasil dan Pembahasan

Secara teoritis, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral perusahaan kepada para stakeholder, termasuk masyarakat dan komunitas di sekitar lokasi operasionalnya (Krisdamayanti & Retnani, 2020; Kusnah & Kirana, 2023). Meskipun CSR memberikan manfaat sosial dan ekonomi, beberapa perusahaan menganggap bahwa tanggung jawab sosial bukanlah kewajiban, bahkan melihat CSR sebagai biaya besar yang dapat mengganggu profitabilitas (Retnaningsih, 2015; Ruki & Maulana, 2023). Di sisi lain, ada pelaku bisnis yang memandang CSR sebagai investasi jangka panjang yang dapat meningkatkan citra dan legitimasi perusahaan, sehingga menjadi dasar dalam menyusun strategi bisnis (Nani, 2020).

Pelaksanaan program CSR dapat dikategorikan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan perusahaan. Menurut Kotler dan Lee dalam Kartini (2013), terdapat enam alternatif program CSR yang dapat dipilih berdasarkan tujuan, jenis, dan potensi manfaatnya. Kategori tersebut meliputi: cause promotion, cause related marketing, corporate social marketing, corporate philanthropy, community volunteering, dan socially responsible business practice.

Perusahaan yang terletak di Desa Padokan memiliki program CSR yang diimplementasikan melalui PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). Secara konsep, PKBL mirip dengan CSR yang diterapkan oleh perusahaan swasta lainnya. Berdasarkan Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-09/MBU/07/2015, Program Kemitraan bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha kecil dan menengah agar menjadi lebih tangguh dan mandiri. Melalui PKBL, tujuan utamanya adalah memperkuat potensi ekonomi, sosial, dan lingkungan masyarakat, dengan fokus pada pengembangan ekonomi masyarakat dan pembangunan pemerintah. Sumber dana untuk PKBL dianggarkan sebesar 1-4% dari laba bersih perusahaan. Program CSR PT Madubaru dalam bentuk PKBL mencakup pinjaman modal usaha, bantuan pendidikan, dan bantuan sarana prasarana umum.

Program CSR PT Madubaru

a. Program Kemitraan

Program kemitraan PT Madubaru berupa bantuan pinjaman modal untuk membiayai modal kerja atau usaha, bertujuan untuk meningkatkan produksi dan penjualan, khususnya bagi pelaku usaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Menurut Pasal 1 UU UMKM (Putri, 2021), pengertian masing-masing kategori usaha adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro: Usaha produktif milik individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu.
- 2) Usaha Kecil: Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, tidak merupakan anak perusahaan, dengan batasan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai ketentuan.
- 3) Usaha Menengah: Usaha ekonomi produktif yang juga berdiri sendiri, bukan anak perusahaan, dengan kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang lebih besar dari usaha kecil.
- 4) Usaha Besar: Usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang lebih besar dari usaha menengah.
- 5) Dunia Usaha: Termasuk Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar yang melakukan kegiatan ekonomi dan berdomisili di Indonesia.

Sasaran program kemitraan PT Madubaru adalah pemilik usaha kecil di sekitar perusahaan, terutama yang belum memiliki akses ke perbankan. Bentuk kemitraan yang dijalin oleh PT Madubaru dengan masyarakat atau UMKM mencakup pelaku di sektor perdagangan, industri, peternakan, perikanan, dan pertanian. Usaha kecil yang menjadi calon mitra binaan diidentifikasi melalui survei lapangan terhadap beberapa usaha yang mengajukan pinjaman dan dinilai memenuhi kriteria, serta dapat berasal dari pengajuan mandiri masyarakat atau informasi yang diperoleh oleh PT Madubaru.

Pada tahun 2019 hingga 2024, program PKBL yang dilaksanakan oleh PT Madubaru mengalami berbagai hambatan dalam mencapai keberhasilan program CSR. Berdasarkan wawancara pada tanggal 24 Juni 2024 di Kantor Staff PKBL PT Madubaru, program CSR yang berbentuk PKBL, khususnya pinjaman modal usaha dalam program kemitraan, tidak lepas dari tantangan. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Hanafi (Asisten PKBL PT Madubaru), sejak dimulainya program PKBL khususnya kemitraan pertama kali dijalankan hingga saat ini, yang menjadi hambatan program tersebut adalah tersendatnya kredit yang harus dibayarkan oleh mitra. Hal tersebut menjadikan program kemitraan masih tetap berjalan namun kurang maksimal. PT Madubaru tidak serta merta membiarkan para mitra tidak melanjutkan pembayaran kredit sesuai tempo yang telah ditetapkan. PT Madubaru memiliki strategi guna mempertahankan para mitra untuk tetap memenuhi kewajiban pembayaran kreditnya. Strategi PT Madubaru meliputi negosiasi empat mata kepada para mitra binaan, dan komunikasi mendalam. Bahkan PT Madubaru memberikan keringanan kepada para mitra binaan untuk membayar atau mencicil per setiap hari, atau seminggu sekali, bahkan PT Madubaru memberikan keringanan untuk membayar kredit mereka sesuai kemampuan atau yang dipunya. Hal tersebut dinilai lebih efisien dan berkerja dalam menuntaskan tanggungan beban kredit yang mitra binaan miliki, serta mitra binaan merasa lebih ringan jika menerapkan kebijakan strategi dari PT Madubaru tersebut.

Beberapa mitra binaan PT Madubaru meliputi:

- 1) Kemitraan dengan Pelaku Perdagangan: Program ini memberikan pinjaman modal usaha kepada masyarakat, terutama yang tinggal di sekitar PT Madubaru, meskipun juga mencakup masyarakat dari luar wilayah perusahaan.
- 2) Kemitraan dengan Pelaku Industri: PT Madubaru memberikan modal usaha kepada pelaku industri, yang diwajibkan mengembalikan pokok modal melalui kredit. Kemitraan ini mencakup usaha furniture, kerajinan, mebel, handicraft, serta industri jasa seperti bengkel, persewaan sound, dan konveksi.

- 3) Kemitraan dengan Peternakan dan Perikanan: Perusahaan memberikan bantuan modal untuk membeli ternak yang kemudian dipelihara dan dijual. Peternak diwajibkan membayar pokok modal secara bertahap, bisa juga dilunasi sekaligus sesuai kemampuan.
- 4) Kemitraan dalam Bidang Pertanian: PT Madubaru membentuk kelompok tani yang dibina dan didanai oleh perusahaan, dengan hasil pertanian yang dibeli oleh PT Madubaru. Program ini ditujukan kepada petani, khususnya petani tebu di sekitar area perusahaan, dengan lahan yang dikerjakan adalah milik perusahaan.

Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dilakukan melalui beberapa langkah. Pertama, masyarakat mengajukan proposal kepada perusahaan. Selanjutnya, tim PT Madubaru melakukan survei untuk mengevaluasi kelayakan proposal tersebut. Jika disetujui, tahap berikutnya adalah pemberian modal usaha dan penetapan mitra binaan. Untuk program Bina Lingkungan, PT Madubaru menerima instruksi dari PT RNI. Tim kemudian melakukan survei ke lokasi desa yang akan menerima bantuan, dan hasil survei digunakan sebagai dasar pengajuan anggaran. Anggaran yang disetujui disesuaikan dengan permintaan dari tim atau perusahaan kepada PT RNI sebagai perusahaan induk. Masyarakat yang proposalnya diterima akan diundang untuk proses penerimaan bantuan.

b. Program Bina Lingkungan

Program Bina Lingkungan PT Madubaru adalah bentuk bantuan sosial kepada masyarakat, yang dibagi menjadi beberapa kategori, seperti bencana alam, pendidikan, kesehatan, sarana prasarana umum, sarana ibadah, dan pelestarian alam. PT Madubaru juga menerima usulan dari masyarakat terkait program binaan sesuai dengan kebutuhan mereka. Selama wabah Covid-19, PT Madubaru memberikan bantuan maksimal kepada masyarakat, memanfaatkan momen tersebut untuk fokus pada program Bina Lingkungan yang berorientasi pada bantuan sosial. Anggaran untuk menjalankan program PKBL diambil dari 1% dari laba perusahaan, dibagi menjadi 0,5% untuk kemitraan dan 0,5% untuk program Bina Lingkungan.

Berdasarkan hasil penelitian, hanya sedikit program yang diimplementasikan secara mandiri oleh tim pelaksana PKBL. Program PKBL yang telah dilaksanakan oleh PT Madubaru dalam lima tahun terakhir dan masih berlanjut adalah sebagai berikut:

1) Bantuan kepada Kaum Dhuafa

Bantuan tersebut rutin diberikan setiap tahun, baik sebelum masa giling maupun selama bulan Ramadan. Para penerima bantuan ditentukan berdasarkan rekomendasi dari kepala dusun setempat, umumnya sebanyak 10 warga dari setiap pedusunan, dengan total 12 pedukuhan. Program ini mendapatkan respons positif dari kepala dusun dan masyarakat di sekitar perusahaan. Bantuan dilaksanakan oleh staf PT Madubaru yang langsung mengunjungi rumah warga, dan pada bulan Ramadan, acara buka bersama juga diadakan bersamaan dengan pemberian bantuan. Menurut Bapak Hanafi (Asisten PKBL PT Madubaru), prioritas utama adalah masyarakat yang berada dekat dengan perusahaan. Setelah itu, penyaluran PKBL juga diberikan kepada pihak-pihak lain yang dianggap berhak menerima bantuan, selama masih dalam lingkup Provinsi DIY.

2) Pembangunan Sarana dan Prasarana.

PKBL yang dilaksanakan oleh PT Madubaru memberikan bantuan berupa perlengkapan dan peralatan sekolah selama tahun ajaran 2009-2013 kepada beberapa instansi pendidikan di sekitar perusahaan, seperti SD, SMP, dan TK.

Selain alat tulis, bantuan juga mencakup pemberian beasiswa kepada siswa berprestasi di instansi pendidikan tersebut. Beasiswa ini diberikan selama dua semester, dengan 15 siswa SD menerima Rp 500.000 per semester, dan 3 siswa SMP menerima Rp 750.000 per semester. Namun, pada tahun 2015, PT Madubaru menghentikan bantuan pendidikan tersebut dan mengalihkan penyalurannya kepada pemerintah Kabupaten Bantul.

Evaluasi Program Corporate Sosial Responsibility PT Madubaru

- a. Anggaran bantuan
Penganggaran dana PKBL diambil dari 1% laba bersih perusahaan, yang dialokasikan sebesar 0,5% untuk program kemitraan dan 0,5% untuk program bina lingkungan. Besaran anggaran ini telah ditetapkan dalam keputusan Rapat Umum Pemegang Saham.
- b. Cakupan Wilayah.
Sasaran program CSR PT Madubaru, yang mencakup program kemitraan dan bina lingkungan, adalah pelaku usaha kecil di sekitar perusahaan, serta masyarakat di sekitar dan wilayah DIY. Masyarakat yang menjadi skala prioritas adalah yang berada di Kalurahan Tirtonirmolo, meskipun masyarakat di luar wilayah perusahaan juga tetap menjadi target program.
- c. Transparansi dan Akuntabilitas.
PT Madubaru memiliki mekanisme audit sosial dan finansial untuk mengevaluasi sejauh mana program-program CSR dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Masyarakat yang mengetahui program kemitraan dapat mengajukan proposal untuk peminjaman modal usaha dan bantuan pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, transparansi dalam pelaporan kegiatan CSR dijaga dengan laporan tertulis yang disampaikan setiap triwulan kepada direktur perusahaan.
- d. Monitoring
Dalam perencanaan, keterlibatan stakeholder sangat penting pada setiap pelaksanaan program. Mekanisme monitoring dilakukan melalui bimbingan kepada mitra binaan dalam program kemitraan CSR PT Madubaru. Monitoring dilakukan secara fleksibel sesuai kebutuhan, yang mencakup komunikasi antara staf PKBL PT Madubaru dan mitra binaan mengenai perkembangan usaha, kendala yang dihadapi, serta bantuan dalam menyelesaikan masalah. Namun, monitoring oleh staf PKBL dirasa belum maksimal, karena banyak mitra binaan yang mengalami keterlambatan atau kesulitan dalam mengembalikan pinjaman. Hal ini mendorong tim staf PKBL untuk menyusun strategi baru untuk mengatasi masalah tersebut. Salah satu solusi yang diberikan adalah opsi pembayaran secara bertahap, di mana mitra binaan dapat membayar pinjaman per hari sesuai kemampuan, bukan hanya sebulan sekali. Selain itu, mitra binaan tidak dibebani bunga, hanya diwajibkan membayar pokok pinjaman saja.
- e. Keberlanjutan.
Beberapa program CSR PT Madubaru terdiri dari program jangka pendek dan jangka panjang. Program jangka pendek mencakup program bina lingkungan, sementara program jangka panjang adalah program kemitraan yang berlangsung selama 5 tahun untuk membina mitra dalam pengembalian modal pinjaman usaha. Program bina lingkungan bersifat filantropik atau sukarela, yang mencakup bantuan sarana prasarana umum, bantuan gula, bantuan pendidikan, dan bantuan sarana ibadah, yang dilaksanakan secara rutin setiap bulan.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan CSR PT Madubaru diwujudkan dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Prinsip yang diterapkan dalam pelaksanaan CSR ini adalah keberlanjutan, pertanggungjawaban, dan keterbukaan. Meskipun menghadapi beberapa kendala, terutama dalam program kemitraan, PT Madubaru berhasil menjalankan program CSR-nya dengan baik selama periode 2019 hingga 2024. Dukungan terhadap UMKM dan masyarakat sekitar, serta komitmen terhadap keberlanjutan dan transparansi, menjadi faktor kunci yang membuat program CSR tersebut efektif dan dihargai oleh masyarakat setempat.

BIBLIOGRAFI

- Afriani, Antong, & Usman, H. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat Pada PT Pratomo Putra Teknik Palopo. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 7(1).
- Cahya, R. A. (2022). Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) PT Semen Baturaja (Persero) Tbk sebagai Upaya dalam Pembinaan Lingkungan dan Kemitraan. *JIM: Journal of International Management*, 1(1).
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4). [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Creswell, W. J. (1998). *Qualitatif Inquiry and Research Design*. California : Sage Publication.
- Idris, A. R. (2005). *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Sebuah gagasan dan implementasi*. Retrieved from www.fajar.co.id/news.php
- Kartini, D. (2013). *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan implementasi di Indonesia*. Bandung : Refika Aditama.
- Krisdamayanti, C. D., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Csr, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Riset Akuntansi*, 9(4).
- Kusnah, H., & Kirana, O. P. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting, Corporate Social Responsibility, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. In *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa* (Vol. 11, Issue 3).
- Ruki, M. S., & Maulana, R. (2023). Pemanfaatan Corporate Social Responsibility Pt. Sisirau Dalam Pemberdayaan Masyarakat Didesa Sidodadi. *Esensi*, 1(1).
- Suharto, E. (2010). In *CSR & COMDEV*. Alfabeta.
- Moleong, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. *PT Remaja Rosdakarya*.
- Murdiyanto, D. E. (2020). Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal). Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Mustar, Y. S., Susanto, I. H., & Bakti, A. P. (2018). Pendidikan Kesehatan: Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) di Sekolah Dasar. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 2(2). <https://doi.org/10.58258/jisip.v2i2.359>
- Nani, A. D. (2020). Efektivitas Penerapan Sistem Insentif Bagi Manajer Dan Karyawan. *Jurnal Bisnis Damarjaya*, 44-54.
- Putri, F. D. (2021). *Buku Pedoman Pengertian UMKM dan Pendaftaran Merek*. Surabaya.

Retnaningsih, H. (2015). Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 6(2).

Shakila, A., Aulia, A., Stiawan, A. D., Karmila, F., Gibran, A. G., Sinaga, U. M., & Siswajanthi, F. (2024). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1).

Copyright holder:

Kartika Julliana Galilei, Iman Sumarlan (2024)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

