

Sosialisasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan Indonesia

Babby Apriandani^{1*}, Rahmat Suhargon², Julpan Hartono SM Manurung³

M. Iqbal Ramadhan⁴, Ayang Audita Siregar⁵

^{1,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Hukum, Program Studi Hukum, Universitas Royal, Indonesia

²Fakultas Ekonomi Sient dan Teknologi, Program Studi Akutansi, Universitas Muhammadiyah Asahan, Indonesia

Email: ^{1*} babbyapriandani@gmail.com, ²argonharahap@gmail.com, ³julpanhartono@gmail.com,

⁴iqbalramdhan@gmail.com,, ⁵ayangauditasiregar@gmail.com

Email Coressponding Author: babbyapriandani@gmail.com

Abstrak- Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini menjadi bagian yang paling hangat dibicarakan diberbagai tempat, baik di forum formal maupun informal. PBB dengan Global Compactnya terlibat aktif membahas dan mendukung Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai upaya turut menciptakan kemaslahatan masyarakat dunia. Secara lebih teoritis dan sistematis, konsep paramida tanggung jawab sosial perusahaan. Sebuah organisasi mengemban tanggung jawab pada tiga domain yaitu pada perilaku organisasi, pada lingkungan alam, dan pada kesejahteraan sosial secara umum. Pengaturan tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan di dalam UUPT 2007 terdapat pada Bab V tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, khususnya Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan. Secara yuridis, Pasal 1 angka 3 UUPT 2007 menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai terjemahan dari istilah corporate social responsibility (CSR) untuk konteks perusahaan dalam masyarakat Indonesia. CSR dalam bidang pendidikan memiliki dampak yang signifikan bagi masyarakat. CSR adalah komitmen bisnis untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Konsep CSR melibatkan kemitraan yang bertanggung jawab antara pemerintah, dunia usaha, dan komunitas lokal yang aktif dan dinamis. Meskipun ada banyak cara untuk menerapkan CSR, tiga inisiatif CSR yang umum digunakan perusahaan adalah sponsorship, cause-related marketing (CRM), dan filantropi. Dengan berpartisipasi aktif dalam upaya meningkatkan kualitas dan aksesibilitas pendidikan, perusahaan tidak hanya membantu membangun masa depan yang lebih baik bagi anak-anak Indonesia, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan masyarakat yang lebih berdaya dan berpengetahuan. Perusahaan yang menjalankan program CSR pendidikan menunjukkan komitmen mereka terhadap pembangunan berkelanjutan dan tanggung jawab sosial, yang pada akhirnya juga dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di mata publik.

Kata Kunci: Investasi, Pemerintah, Daerah

Abstract- Corporate Social Responsibility (CSR) is currently the most talked about topic in various places, both in formal and informal forums. The UN with its Global Compact is actively involved in discussing and supporting Corporate Social Responsibility (CSR) as an effort to contribute to the welfare of the world community. More theoretically and systematically, the concept of the corporate social responsibility pyramid. An organization bears responsibility in three domains, namely organizational behavior, the natural environment, and social welfare in general. The regulation on the company's social and environmental responsibility in the 2007 UUPT is contained in Chapter V on Social and Environmental Responsibility, especially Article 74 on Corporate Social and Environmental Responsibility. Legally, Article 1 number 3 of the 2007 UUPT uses the term Social and Environmental Responsibility (TJSL) as a translation of the term corporate social responsibility (CSR) for the context of companies in Indonesian society. CSR in the field of education has a significant impact on society. CSR is a business commitment to act ethically, operate legally, and contribute to improving the quality of life of employees and their families, local communities, and the wider community. The concept of CSR involves responsible partnerships between government, businesses, and active and dynamic local communities. While there are many ways to implement CSR, three common CSR initiatives used by companies are sponsorship, cause-related marketing (CRM), and philanthropy. By actively participating in efforts to improve the quality and accessibility of education, companies are not only helping to build a better future for Indonesian children, but also contributing to creating a more empowered and knowledgeable society. Companies that implement CSR education programs demonstrate their commitment to sustainable development and social responsibility, which in turn can also improve the company's image and reputation in the eyes of the public.

Keywords: Investment, Government, Region

1. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, baik dari segi cakupan, tujuan, maupun implementasinya. Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah suatu konsep di mana perusahaan memiliki komitmen terhadap kepentingan sosial dan lingkungan dalam setiap aspek kegiatan operasionalnya, di luar tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Tujuan CSR yaitu Meningkatkan hubungan dengan masyarakat dan pemangku kepentingan, Membangun reputasi dan citra positif perusahaan, Mendukung pembangunan berkelanjutan (sustainability), dan Meningkatkan loyalitas karyawan dan pelanggan.

Sejarah CSR perusahaan di Indonesia dimulai sejak awal tahun 2000-an. Dalam beberapa dekade terakhir, semakin banyak perusahaan di Indonesia yang menyadari pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan

mereka dalam kegiatan bisnis mereka. Pada tahun 2007, Indonesia memperkenalkan regulasi mengenai CSR dalam Pasal 74 Undang-Undang No. 40 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang tersebut memperkenalkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan dan mewajibkan setiap perusahaan untuk memperhatikan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatan bisnis yang mereka lakukan. Perusahaan juga diharapkan untuk membantu kebutuhan masyarakat setidaknya di sekitar lokasi perusahaan yang dioperasikan.

Selain itu, pemerintah Indonesia memperkenalkan Keputusan Presiden Nomor 59 tentang Pedoman Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan pada tahun 2012. Keputusan ini memberikan pedoman dan kriteria tentang pelaksanaan CSR di Indonesia dan menetapkan bahwa setiap perusahaan harus melaporkan aktivitas CSR mereka secara teratur. Perusahaan di Indonesia juga didorong untuk menerapkan praktik bisnis berkelanjutan yang mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan mereka. Menurut penelitian PIRAC tahun 2001, dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah dari 180 perusahaan yang digunakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam di media massa. Jika kita melihat angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan untuk kegiatan CSR cukup menggembirakan. Mereka mengeluarkan sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta per kegiatan.

Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini menjadi bagian yang paling hangat dibicarakan diberbagai tempat, baik di forum formal maupun informal. PBB dengan Global Compactnya terlibat aktif membahas dan mendukung Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai upaya turut menciptakan kemaslahatan masyarakat dunia. Secara lebih teoritis dan sistematis, konsep piramida tanggung jawab sosial perusahaan yang dikembangkan Archie B. Carroll memberi justifikasi logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya. 1. Tanggung jawab ekonomis 2. Tanggung jawab legal 3. Tanggung jawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktik bisnis yang baik, benar, adil dan fair 4. Tanggung jawab filantropis. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat.

Tujuan utama pendirian perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan berkelanjutan usaha. Perolehan keuntungan tergambar dalam bentuk penerimaan dividen bagi para pemegang saham. Namun dewasa ini tanggungjawab perusahaan bukan hanya semata-mata untuk memberi kepuasan bagi para pemegang saham, tetapi termasuk bertanggung jawab untuk memperhatikan kondisi lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Kepedulian pada lingkungan sekitar secara lebih luas diistilahkan dengan Corporate Social Responsibility (CSR). Seiring dengan perkembangan waktu, perusahaan dituntut untuk melakukan CSR atau yang disebut dengan pertanggungjawaban secara sosial. Hal ini terjadi karena selain terdapat ketimpangan ekonomi antara pelaku usaha dan masyarakat di sekitarnya, kegiatan usaha sering memberi dampak negatif bagi lingkungan. Hal inilah yang melatarbelakangi munculnya konsep CSR yang paling primitif. Tanggung jawab sosial (Corporate Social Responsibility) merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah organisasi untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat.

Sebuah organisasi mengemban tanggung jawab pada tiga domain yaitu pada perilaku organisasi, pada lingkungan alam, dan pada kesejahteraan sosial secara umum. Pengaturan tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan di dalam UUPT 2007 terdapat pada Bab V tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, khususnya Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan. Secara yuridis, Pasal 1 angka 3 UUPT 2007 menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai terjemahan dari istilah corporate social responsibility (CSR) untuk konteks perusahaan dalam masyarakat Indonesia, dan mengartikannya (konsep hukumnya) sebagai, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang semakin diadopsi oleh perusahaan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. CSR dalam bidang pendidikan berfokus pada upaya perusahaan untuk berkontribusi dalam meningkatkan kualitas dan aksesibilitas pendidikan, serta mendukung pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan. Pentingnya CSR dalam Pendidikan, Pendidikan merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan suatu negara. Di Indonesia, masih terdapat banyak tantangan dalam bidang pendidikan, seperti ketimpangan akses, kualitas pengajaran yang bervariasi, dan kurangnya fasilitas pendidikan yang memadai, terutama di daerah terpencil. Di sinilah peran CSR menjadi penting, yaitu :

1. Meningkatkan Akses Pendidikan: Perusahaan dapat membantu menyediakan akses pendidikan bagi anak-anak yang kurang beruntung dengan mendirikan sekolah, memberikan beasiswa, dan menyediakan sarana transportasi.
2. Peningkatan Kualitas Pengajaran: Melalui program CSR, perusahaan dapat memberikan pelatihan bagi guru-guru, menyediakan materi pembelajaran, dan mengadakan seminar-seminar pendidikan untuk meningkatkan kualitas pengajaran.
3. Fasilitas Pendidikan: Banyak sekolah di Indonesia yang masih kekurangan fasilitas dasar. Perusahaan dapat berkontribusi dengan membangun ruang kelas, perpustakaan, laboratorium, dan fasilitas olahraga.

2. KERANGKA TEORI

Sudah menjadi kewajiban bagi sebuah perusahaan baik itu perseroan maupun BUMN untuk menjalankan program Corporate Social Responsibility (CSR) atau juga bisa disebut sebagai TJSL. Melalui CSR ini, perusahaan ikut membantu dan mengembangkan masyarakat setempat dari berbagai aspek. Dasar Hukum CSR yang Pertama yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”) serta peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2017 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (“PP 47/2012”). Program CSR (Corporate Social Responsibility) telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis perusahaan modern. Salah satu fokus utama CSR adalah pendidikan. Investasi dalam pendidikan melalui program CSR bukan hanya sekadar aksi sosial, tetapi juga merupakan investasi jangka panjang untuk masa depan generasi muda. Artikel ini akan membahas secara mendalam tentang program CSR pendidikan, manfaatnya, serta bagaimana perusahaan dapat merancang program yang efektif.

Beberapa perusahaan besar di Indonesia telah menerapkan program CSR di bidang pendidikan dengan berbagai inisiatif yang inovatif dan berkelanjutan. Adapun beberapa hal terkait bidang pendidikan yang menjadi sorotan program Corporate Social Responsibility (CSR) atau juga bisa disebut sebagai TJSL, adalah sebagai berikut :

1. Program Beasiswa: Banyak perusahaan yang menyediakan beasiswa bagi siswa berprestasi dari keluarga kurang mampu, baik untuk pendidikan dasar, menengah, hingga perguruan tinggi.
2. Sekolah dan Pusat Pelatihan: Ada perusahaan yang membangun sekolah atau pusat pelatihan vokasi yang fokus pada keterampilan tertentu, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kerja para lulusan.
3. Digitalisasi Pendidikan: Seiring dengan perkembangan teknologi, beberapa perusahaan telah membantu mendigitalisasi proses belajar mengajar dengan menyediakan perangkat teknologi seperti komputer, tablet, serta akses internet.

CSR dalam bidang pendidikan memiliki dampak yang signifikan bagi masyarakat. Dengan berpartisipasi aktif dalam upaya meningkatkan kualitas dan aksesibilitas pendidikan, perusahaan tidak hanya membantu membangun masa depan yang lebih baik bagi anak-anak Indonesia, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan masyarakat yang lebih berdaya dan berpengetahuan. Perusahaan yang menjalankan program CSR pendidikan menunjukkan komitmen mereka terhadap pembangunan berkelanjutan dan tanggung jawab sosial, yang pada akhirnya juga dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di mata publik. Melalui kerjasama antara sektor swasta, pemerintah, dan masyarakat, diharapkan tantangan dalam bidang pendidikan di Indonesia dapat diatasi, sehingga setiap anak memiliki kesempatan yang sama untuk meraih masa depan yang lebih baik.

Pendidikan adalah kunci untuk membuka peluang dan meningkatkan kualitas hidup. Dengan memberikan akses pendidikan yang lebih baik, perusahaan dapat berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih berkelanjutan.

1. Kesenjangan: Pendidikan membantu menciptakan kesetaraan peluang bagi semua individu, terlepas dari latar belakang sosial ekonomi.
2. Pengembangan Sumber Daya Manusia: Investasi dalam pendidikan berarti investasi dalam pengembangan sumber daya manusia yang akan menjadi pemimpin masa depan.
3. Inovasi: Pendidikan yang berkualitas mendorong lahirnya inovasi dan kreativitas yang akan memajukan bangsa.
4. Tanggung Jawab Sosial: Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.

Merancang Program CSR Pendidikan yang Efektif, Suksesnya program CSR pendidikan sangat bergantung pada perencanaan yang matang dan terarah. Agar program CSR pendidikan dapat memberikan dampak yang signifikan, perusahaan perlu memperhatikan beberapa aspek penting berikut :

1. Identifikasi Kebutuhan: Langkah pertama dalam merancang program CSR pendidikan adalah melakukan analisis mendalam terhadap kebutuhan masyarakat di sekitar perusahaan. Identifikasi masalah pendidikan yang paling mendesak, seperti kekurangan fasilitas, rendahnya kualitas guru, atau kurangnya minat belajar siswa. Dengan memahami kebutuhan yang sebenarnya, perusahaan dapat merancang program yang tepat sasaran dan memberikan solusi yang efektif.
2. Tentukan Target yang Jelas dan Spesifik: Setelah mengidentifikasi kebutuhan, langkah selanjutnya adalah menetapkan tujuan yang jelas dan spesifik untuk program CSR pendidikan. Tujuan ini harus dapat diukur dan realistis. Contoh tujuan yang dapat ditetapkan adalah meningkatkan angka lulusan SMA sebesar 10% dalam kurun waktu tiga tahun atau meningkatkan minat baca siswa SD sebesar 20%. Dengan adanya tujuan yang jelas, perusahaan dapat mengukur keberhasilan program dan melakukan evaluasi secara berkala.
3. Alokasikan Sumber Daya yang Cukup: Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, perusahaan perlu mengalokasikan sumber daya yang cukup untuk menjalankan program CSR pendidikan. Sumber daya yang diperlukan meliputi anggaran, tenaga kerja, dan peralatan. Selain itu, perusahaan juga perlu menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas, untuk mendapatkan dukungan dan sumber daya tambahan.

4. Evaluasi Secara Berkala: Evaluasi merupakan bagian yang sangat penting dalam program CSR pendidikan. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengukur keberhasilan program dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Melalui evaluasi, perusahaan dapat mengetahui apakah program yang telah dilaksanakan memberikan dampak yang signifikan atau tidak. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan program di masa mendatang.

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam bentuk Sosialisasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas pendidikan Indonesia dilaksanakan oleh Dosen Universitas Royal bekerjasama dengan SMA Negeri 1 Air Joman Kabupaten Asahan, dilakukan dalam tiga tahapan sebagai berikut:

- a. Persiapan
Pada tahap ini dilakukan kegiatan pertemuan TIM PKM dengan SMA Negeri 1 Air Joman Kabupaten Asahan. Menjelaskan mengenai sasaran peserta, syarat peserta, jumlah peserta, tempat Pembagian tugas kepada anggota tim, penyusunan materi dan persiapan pendukung lainnya.
- b. Tahap Pelaksanaan
Pelaksanaan sosialisasi kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 21 April 2025 di SMA Negeri 1 Air Joman Kabupaten Asahan ditujukan kepada 30 peserta. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan tatap muka interaktif dengan peserta, menggunakan media pembelajaran *slide/power point* untuk memudahkan peserta atau masyarakat memahami materi sosialisasi.
- c. Tahap Evaluasi
Pada tahap evaluasi dilakukan penilaian keberhasilan peserta menangkap materi sosialisasi yang dilaksanakan di SMA Negeri 1 Air Joman Kabupaten Asahan. Para peserta diberikan kuesioner mengenai hal-hal berkaitan Sosialisasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas pendidikan Indonesia, untuk melihat sejauh mana pemahaman Para peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Kuesioner yang diberikan berisikan pertanyaan-pertanyaan tertutup.

Tabel 1. Kegiatan Sosialisasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan Indonesia

No	Deskripsi Kegiatan	Jam
1	Opening (Pembukaan)	30 Menit
2	Kata Sambutan Tim Sosialisasi oleh Babby Apriandani, SH, MH	30 Menit
3	Kata Sambutan Wakasek SMA Negeri 1 Air Joman Kabupaten Asahan	30 Menit
4	Sosialisasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas pendidikan Indonesia oleh Asri Vivi Yanti Sinurat, SH, MH	90 Menit
5	Pemahaman Pendidikan di Indonesia oleh Julpan Hartono SM Manurung, SH, MH	90 Menit
6	Pemahaman hubungan CSR dan Pendidikan oleh Babby Apriandani, SH, MH	90 Menit
7	Tanya Jawab	30 Menit
8	Pembagian Kuesioner	30 Menit
9	Closing (Penutup)	30 Menit
	Total	450 Menit

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Langkah-Langkah kegiatan

Kegiatan Pengabdian ini dimulai dengan kunjungan ke tempat lokasi di SMA Negeri 1 Air Joman Kabupaten Asahan. Menjelaskan mengenai sasaran peserta, syarat peserta, jumlah peserta, tempat Pembagian tugas kepada anggota tim, penyusunan materi dan persiapan pendukung lainnya. Dosen Universitas Royal melakukan kunjungan ke lokasi mitra dengan melakukan wawancara

Dilakukan diskusi terkait perencanaan, serta membahas Sosialisasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas pendidikan Indonesia

1. Sosialisasi
Pada tahap sosialisasi ini, Tim Pengabdian pada masyarakat terkait 3 (tiga) Dosen memaparkan Sosialisasi Peranan Hukum Dalam Meningkatkan Investasi Bagi Pemerintah Daerah diikuti juga bersama 2 (dua) mahasiswa Prodi Hukum Universitas Royal.
2. Tanya Jawab
Sesi tanya jawab seputar Sosialisasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas

pendidikan Indonesia.

3. Pendampingan

Pendampingan dilakukan sebagai untuk memastikan materi yang diterima dipahami dengan baik dan benar, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman terkait Sosialisasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas pendidikan Indonesia.

4.2 Monitoring dan Evaluasi

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan monitoring dan evaluasi terhadap apa yang telah dihasilkan oleh para peserta. Peserta yang ikut dalam kegiatan ini ada berjumlah 30 orang peserta/siswa dimana semua peserta dapat mengikuti kegiatan ini sampai dengan selesai.

4.3 Kendala yang Dihadapi

Pelaksanaan kegiatan PKM ini berjalan dengan baik dan berhasil dengan memberikan pengetahuan yang lebih baik bagi para peserta dalam Sosialisasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas pendidikan Indonesia. Dalam pelaksanaan PKM para peserta sosialisasi masih ada yang belum paham. Maka dilakukan pemahaman melalui pendampingan dengan via mobile (HP) atau WA.



Gambar 1. Sosialisasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas pendidikan Indonesia

5. SIMPULAN DAN SARAN

simpulan dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah dapat memberikan manfaat Kepada siswa tentang pentingnya pemahaman Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kualitas pendidikan Indonesia. Sudah menjadi kewajiban bagi sebuah perusahaan baik itu perseroan maupun BUMN untuk menjalankan program Corporate Social Responsibility (CSR) atau juga bisa disebut sebagai TJSL. Melalui CSR ini, perusahaan ikut membantu dan mengembangkan masyarakat setempat dari berbagai aspek. Dasar Hukum CSR yang Pertama yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas ("UUPT") serta peraturan

Pemerintah No. 47 Tahun 2017 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (“PP 47/2012”). Prinsip tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan salah satu konsep yang digunakan oleh korporasi bisnis untuk memberikan kontribusi kepada berbagai komunitas dan masyarakat dimanapun mereka beroperasi secara sukarela tanpa adanya peraturan perundang-undangan yang mengikat. CSR adalah sebuah konsep baru yang mendapatkan popularitas di seluruh organisasi bisnis. CSR juga mengacu pada perusahaan yang mempertimbangkan sosial dan lingkungan. CSR adalah komitmen bisnis untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Konsep CSR melibatkan kemitraan yang bertanggung jawab antara pemerintah, dunia usaha, dan komunitas lokal yang aktif dan dinamis. Meskipun ada banyak cara untuk menerapkan CSR, tiga inisiatif CSR yang umum digunakan perusahaan adalah sponsorship, cause-related marketing (CRM), dan filantropi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Achmad, W. (2023). Pemetaan Sosial dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan : Dinamika Program Pemberdayaan di Indonesia. 3, 4367–4380.
- [2] Aisah Citra Ayu, Intan Nur Fadillah, Robiatul Adawiyah, & Anis Fadhilah Pramono. (2023). Literature Review: Peran Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Meningkatkan Citra Positif Bank Syariah Di Masyarakat. *Premium Insurance Business Journal*, 10(1), 20–28. <https://doi.org/10.35904/premium.v10i1.42>
- [3] Cristine, M., & Eriandani, R. (2023). Corporate social responsibility disclosure dan financial transparency. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 2(2), 386–393.
- [4] Djufri, Wilestari, M., & Molina. (2022). Corporate Social Responsibility in Indonesia: A Transformation of Local Wisdom Perspectives. *ENDLESS: International Journal of Future Studies*, 5(1), 262–277. <https://doi.org/10.54783/endlessjournal.v5i1.59>
- [5] Sugiarti, Y., & Tresna Santhi, N. L. P. (2023). Efektivitas Pembelajaran Berbasis Studi Kasus Untuk Membentuk Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) “Studi Kasus Di PTS X Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 11(2), 136–147. <https://doi.org/10.26740/jpak.v11n2.p136-147>
- [6] Supada, W. (2020). Efektivitas CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Praktik Public Relations. *Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 35–46. <http://jurnal.ekadanta.org/index.php/danapati/article/view/32%0A%0A>
- [7] Thomas, J., Utley, J., Hong, S. Y., Korkmaz, H., & Nugent, G. (2020). A Review of the Research. *Handbook of Research on STEM Education*