



## Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program CSR PT Santos Jaya Abadi Dalam Rangka Pemberdayaan UMKM di Desa Bringin Bendo Kabupaten Sidoarjo

M Yusril Ihza Mahendra, Ita Nurlita, Rini Ganefwati

Progam Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Surabaya

---

	<b>Abstract</b>
Received: 06 Februari 2026	<i>Wirausaha menjadi alternatif strategis dalam meningkatkan pendapatan, khususnya melalui sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, banyak pelaku UMKM belum memahami pentingnya branding yang baik dalam membangun citra produk. Komunitas Tangan Di Atas (TDA) Surabaya hadir sebagai wadah pemberdayaan wirausaha melalui pelatihan “Great Branding” bagi pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas humas TDA dalam merancang dan melaksanakan pelatihan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas TDA aktif melakukan edukasi, pendampingan, serta fasilitasi pelatihan branding dengan pendekatan kolaboratif dan komunitas. Pelatihan ini membantu pelaku UMKM mengenal pentingnya nama produk, citra merek, serta strategi pemasaran yang menarik. Adapun hambatan yang dihadapi meliputi keterbatasan SDM dan partisipasi pelaku usaha, sementara faktor pendukungnya adalah kekuatan jejaring komunitas dan kemauan tinggi dari pelaku UMKM. Pelatihan ini secara signifikan berkontribusi dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di Surabaya.</i>
Revised: 16 Februari 2026	
Accepted: 28 Februari 2026	
	<b>Keywords:</b> <i>Humas, Komunitas TDA, Great Branding, UMKM, Pelatihan.</i>
(*) Corresponding Author:	<a href="mailto:masyushendra@gmail.com">masyushendra@gmail.com</a> , <a href="mailto:itanurlita@ubhara.ac.id">itanurlita@ubhara.ac.id</a> , <a href="mailto:riniganeff@ubhara.ac.id">riniganeff@ubhara.ac.id</a>

---

**How to Cite:** Mahendra, M. Y., Nurlita, I., & Ganefwati, R. (2026). Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program CSR PT Santos Jaya Abadi Dalam Rangka Pemberdayaan UMKM di Desa Bringin Bendo Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(3.B), 92-99. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12668>.

---

### INTRODUCTION

Tanggung jawab sosial yang harus ditunaikan oleh perusahaan-perusahaan besar baik swasta maupun milik pemerintah, tanggung jawab yang dimaksud bukan hanya sekedar peningkatan ekonomi masyarakat di lingkungan perusahaan, melainkan juga menyangkut tanggungjawab terhadap social dan lingkungan. Tanggung jawab sosial yang dimaksud disini yaitu suatu program yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar serta memberikan *image* positif bagi perusahaan dimata masyarakat, sehingga perusahaan mendapat dukungan dari para *stakeholder* guna menunjang kegiatan operasional, kegiatan ini dikenal dengan sebutan “*Corporate Sosial Responsibility*” (*CSR*) (Ernawan, 2014).

Semakin berkembangnya zaman dunia bisnis tidak hanya terpusat oleh keuntungan yang akan di dapat oleh perusahaan, akan tetapi perusahaan juga harus memperhatikan lingkungan dan sosial sekitar (Huda, 2011). Hal ini juga akan sangat berdampak untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Namun program

CSR ini tidak hanya dilakukan secara eksternal, kegiatan CSR juga wajib dilaksanakan di lingkungan internal oleh perusahaan karena hal ini berkaitan dengan komitmen kepedulian perusahaan terhadap lingkungan internal dan eksternal. Dibutuhkannya citra perusahaan yang positif dimata *stakeholder* membuat banyak perusahaan berlomba-lomba dalam melaksanakan kegiatan program CSR untuk mendapat dukungan guna meningkatkan *image* yang baik dibanding dengan perusahaan lain disekitar maupun perusahaan lain sejenis yang berada di satu wilayah (Oktina et al., 2020).

Munculnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia bermula dari gelombang respon masyarakat terkait rusaknya lingkungan yang disebabkan oleh eksploitasi berlebihan pada sumber daya alam yang dilakukan oleh perusahaan yang berdiri di lingkungan tersebut, hal ini sangat bertentangan dengan budaya masyarakat sekitar terkait pemanfaatan sumber daya alam yang tidak sesuai dengan prosedur yang semestinya serta tidak memperhatikan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan baik jangka pendek atau jangka panjang. Penduduk Indonesia sendiri masih cukup arif dalam menjaga kelestarian lingkungan, sifat ini tentunya muncul dan berkembang secara alami karena memiliki keterkaitan yang erat dengan kelangsungan hidup masyarakat (Husain, 2019).

Adanya dorongan kepada setiap pelaku usaha membuat suatu kesadaran akan keadaan tersebut untuk lebih memperhatikan kepentingan dan tujuan perusahaan yang berkaitan dengan kesejahteraan hidup masyarakat sekitar serta kelestarian lingkungan, hal ini tertuang dalam UU No.40 Tahun 2007 Pasal 74 Tahun 2007 tentang kewajiban perseroan dalam melaksanakan kewajiban CSR (Marthin; Salinding Inggit, 2017). Pemahaman akan kondisi tersebut menjadikan munculnya suatu dorongan pada diri pelaku usaha untuk turut memperhatikan kepentingan dan tujuan yang berkaitan dengan kelestarian lingkungan dan kesejahteraan penduduk sekitar Kepedulian ini bertujuan untuk mengganti kebebasan dan peluang yang hilang pada keberlangsungan hidup masyarakat, utamanya dalam kegiatan aktivitas ekonomi yang diakibatkan oleh kehadiran perusahaan tersebut (Sahara et al., 2024). Kegiatan ini memiliki maksud guna menggantikan peluang dan kebebasan maka dari itu perusahaan akan muncul perilaku dermawan dan murah hati, namun setiap perusahaan dapat dipastikan memiliki cara tersendiri untuk memberikan manfaat dan kenyamanan bagi warga sekitar atas kehadiran perusahaan di lingkungan mereka. Kegiatan yang didukung oleh sikap dermawan dan murah hati inilah yang selanjutnya berkembang menjadi tanggungjawab social perusahaan (Bustami et al., 2021). Maka dari itu pihak perusahaan akan memberikan kedermawanan dan perilaku social yang baik, namun dapat dipastikan bahwa setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam hal memberikan manfaat atau keuntungan atas hadirnya perusahaan bagi kelangsungan hidup masyarakat setempat. Kegiatan yang didukung oleh sifat dermawan suatu perusahaan yang selanjutnya berkembang sebagai tanggung jawab

Beberapa perusahaan besar yang berada di wilayah telah melakukan program CSR yang berkaitan dengan program pemerintah dalam pemulihan ekonomi nasional serta transformasi peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat. Salah satunya yaitu PT. Santos Jaya Abadi, perusahaan yang memproduksi minuman kopi dalam kemasan. namun apa yang menjadi program perusahaan tersebut tidak banyak masyarakat mengetahui akan hal tersebut, bahkan respon

masyarakat mengatakan yang sebaliknya bahwa dengan adanya perusahaan di daerah tersebut, menyebabkan terhambatnya pula roda perekonomian masyarakat, karena banyak lahan yang dikuasai oleh perusahaan tersebut yang sejatinya bisa digunakan untuk mengembangkan perekonomian masyarakat.

Berdasarkan penjabaran di atas maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan studi penelitian yang terdapat kaitannya dengan program CSR. Penelitian ini dilakukan di Desa Bringin Bendo, dimana program CSR yang diselenggarakan oleh PT Santos Jaya Abadi berlangsung, program CSR PT Santos Jaya Abadi yakni penyediaan *food corner* dalam bidang minuman kopi sebagai wadah pemberdayaan dan peningkatan ekonomi warga sekitar khususnya UMKM yang pengelolaannya dilakukan oleh warga setempat di Desa Bringin Bendo. Dengan berkembangnya zaman yang cukup pesat ini, maka peneliti ingin mengetahui lebih rinci terkait bagaimana respon masyarakat Desa Bringin Bendo terhadap pelaksanaan program CSR PT Santos Jaya Abadi.

## **METHODS**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model studi kasus intrinsik yang bersifat deskriptif-eksploratif. Pilihan ini mempertimbangkan bahwa tujuan riset adalah memahami secara mendalam persepsi, pengalaman, dan dinamika sosial masyarakat desa terhadap intervensi CSR perusahaan, sesuatu yang tidak dapat diukur secara kuantitatif (Arikunto, 2016). Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti masuk ke konteks alamiah mengamati kegiatan UMKM, berinteraksi langsung dengan pemilik usaha, perangkat desa, serta tim CSR untuk menangkap *thick description* mengenai logika program, proses implementasi, dan dampak kesejahteraan yang dirasakan. Model studi kasus dipakai karena fokus kajian terbatas pada satu lokasi, satu komunitas UMKM, dan satu program CSR dalam rentang 2024-2025.

Sumber data dalam penelitian ini bersifat primer dan sekunder yang saling melengkapi melalui teknik triangulasi (Sugiyono & Lestari, 2021); data primer diperoleh dari wawancara mendalam dengan pelaku UMKM penerima program, tokoh masyarakat, perangkat desa, dan manajer CSR PT Santos Jaya Abadi, ditunjang diskusi kelompok terarah (FGD) serta observasi partisipatif di lokasi produksi dan forum evaluasi program, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari dokumen resmi perusahaan (laporan CSR, rencana kerja, dan laporan keuangan terkait), arsip Desa Bringin Bendo, statistik UMKM Kabupaten Sidoarjo, peraturan pemerintah, serta artikel media dan studi akademik terdahulu guna memperkaya konteks dan memverifikasi temuan lapangan.

Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (1994), yang terdiri dari tiga komponen utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara berulang dalam siklus yang berkesinambungan hingga data dianggap memadai dan mampu merepresentasikan realitas penelitian. Dengan metode ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap respon masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR PT Santos Jaya Abadi dalam rangka pemberdayaan UMKM di Desa Bringin Bendo Kabupaten Sidoarjo.

## **RESULTS & DISCUSSION**

Program pemberdayaan UMKM bidang industri minuman, khususnya kopi oleh CSR PT Santos Jaya Abadi dirancang sebagai rangkaian kegiatan yang saling terintegrasi, dimulai dengan survei awal untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan karyawan di Desa Bringin Bendo Kabupaten Sidoarjo. Tim CSR melakukan observasi langsung dan wawancara informal dengan pegawai untuk memetakan kekuatan seperti keterampilan menggambar motif dan pewarnaan alami maupun kelemahan, misalnya akses terbatas terhadap bahan baku berkualitas dan jaringan pemasaran. Data primer ini menjadi pijakan utama dalam merancang intervensi yang tepat guna, memastikan program lahir dari kebutuhan riil masyarakat.

Berdasarkan hasil survei, perencanaan program disusun secara partisipatif bersama pegawai dan tokoh desa. Rangkaian kegiatan dirancang untuk meningkatkan kemampuan teknis (pelatihan motif tradisional dan pewarna alam), manajerial (pelatihan manajemen koperasi dan pembukuan sederhana), serta pemasaran (pendampingan pengembangan brand kopi dan akses pasar digital). Langkah ini menegaskan pemberdayaan masyarakat sebagai proses dan tujuan, di mana kegiatan bermakna tidak hanya memperkuat kapasitas individu tapi juga mengarah pada tercapainya kemandirian ekonomi dan sosial.

Pada tahap pelaksanaan program, PT Santos Jaya Abadi memfasilitasi pendirian koperasi lokal, menghadirkan ahli desain batik, serta menjalin kolaborasi dengan platform e-commerce. Interaksi langsung antara mentor dan pegawai bersifat intensif dan berkelanjutan, memungkinkan penyesuaian modul pelatihan sesuai umpan balik lapangan. Sebagai hasil awal, pegawai mampu memproduksi batik tulis dengan variasi motif baru dan standar kualitas terjaga, sekaligus memperluas jaringan penjualan ke pasar regional.

Untuk menjamin kelangsungan dan relevansi, dilaksanakan monitoring dan evaluasi berkala termasuk focus group discussion (FGD) dan laporan progres triwulanan. Hasil evaluasi digunakan untuk merevisi kurikulum pelatihan, menambah sesi praktek pewarnaan, dan menyempurnakan strategi pemasaran digital. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip pemberdayaan menurut Haris Herdiansyah, yaitu penelitian kualitatif yang menekankan proses interaksi mendalam dalam konteks sosial alamiah, sehingga setiap penyesuaian program selalu berakar pada kebutuhan dan aspirasi masyarakat Bringin Bendo. Berikut uraian kegiatan Survei Awal dalam program pemberdayaan UMKM bidang industry khususnya kopi:

#### 1. Persiapan dan Pelaksanaan Survei

Pada tahun 2024, tim CSR PT Santos Jaya Abadi yang terdiri dari beberapa staf termasuk Pak Lancar dan Pak Ahmad Sanusi melakukan survei awal di Bringin Bendo Sidoarjo untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan kopi. Kegiatan ini mencakup observasi langsung di lokasi produksi, percakapan informal dengan warga, serta pencatatan kondisi fisik dan sosial ekonomi desa sebagai dasar perencanaan program selanjutnya (PT Santos Jaya Abadi CSR Report, 2024; Wawancara dengan Ahmad Sanusi, 2024).

#### 2. Temuan Potensi Komunitas Pembatik

Hasil survei mengungkap bahwa di Bringin Bendo terdapat komunitas pembuat kopi yang masih aktif mempertahankan tradisi dari segi keaslian kopi dan cara mengolahnya. Pegawai, umumnya pekerja rumahan, memiliki keterampilan

mengolah kopi dan melakukan pewarnaan variasi alami secara turun-temurun. Potensi ini dianggap sangat berharga untuk dikembangkan menjadi usaha mandiri yang berkelanjutan, sehingga program CSR dirancang untuk memperkuat komunitas tersebut lewat pelatihan teknis dan pendampingan usaha (PT Santos Jaya Abadi CSR Report, 2024).

### 3. Kelemahan dan Hambatan Pegawai

Meski memiliki keahlian, survei juga menunjukkan sejumlah kelemahan:

- a. Penurunan jumlah pegawai akibat kurangnya regenerasi, di mana kaum muda enggan belajar mengolah kopi tradisional.
- b. Sistem produksi yang kurang memperhatikan aspek kesehatan dan keselamatan kerja.
- c. Keterbatasan kemampuan pemasaran, karena pegawai hanya menjual melalui pengepul ke pasar tradisional seperti Pasar Senin Sidoarjo dan Pasar Arjawinangun.

Menurut Pak Misnen (informan lapangan), kelemahan utama adalah rendahnya motivasi pengembangan usaha; selama ini produksi hanya mencukupi kebutuhan sehari-hari, belum pernah berorientasi pada peningkatan volume atau diversifikasi produk (Wawancara dengan Misnen, 2024).

### 4. Rencana Tindak Lanjut dan Pinjaman Modal

Berdasarkan temuan tersebut, PT Santos Jaya Abadi merencanakan program yang mencakup pelatihan manajemen usaha serta akses pembiayaan mikro. Pada tahun berikutnya, perusahaan menyediakan pinjaman bergulir kepada pegawai dengan suku bunga 1,6 %, jauh lebih rendah dibandingkan program dinas koperasi (sekitar sekali peninjauan per tiga bulan). Selain itu, tim CSR melakukan kunjungan monitoring setiap bulan pada periode awal pelaksanaan, memastikan pinjaman dan pelatihan benar-benar berdampak pada peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran UMKM kopi (PT Santos Jaya Abadi CSR Report, 2024).

Berikut uraian komprehensif kegiatan Perencanaan Program dalam program pemberdayaan UMKM bidang industry khususnya kopi:

Pada tahap ini, seluruh data hasil survei awal termasuk potensi komunitas pembuat kopi dan kendala produksi diolah melalui diskusi internal tim CSR PT Santos Jaya Abadi untuk mengidentifikasi kebutuhan program yang paling tepat. Analisis dilakukan dengan menyusun *focus objectives*, yakni tujuan spesifik yang hendak dicapai (peningkatan kapasitas teknis, penguatan manajerial, dan perluasan akses pasar), lalu merumuskan strategi-strategi pencapaiannya, serta menentukan peran masing-masing pemangku kepentingan (perusahaan, tokoh desa, pakar batik, dan lembaga keuangan mikro). Berdasarkan kerangka tujuan tersebut, penyelenggara merancang Rencana Strategis 5 Tahun (2021–2025) sebagai panduan arah program. Rencana ini menyelaraskan sasaran pemberdayaan karyawan dengan visi korporasi CSR PT Santos Jaya Abadi, sekaligus memuat indikator keberhasilan (misalnya jumlah UMKM baru, volume produksi, dan pendapatan pelaku). Menurut Pak Misnen, “kalau rencana strategis kan supaya program terarah...tidak melenceng kemana-mana hingga penutupan” (Wawancara Misnen, 2025).

Selanjutnya, dokumen rencana strategis ini diterjemahkan menjadi Rencana Kerja Tahunan yang memuat kegiatan operasional mulai pendirian koperasi, alokasi dana pinjaman, modul pelatihan, hingga jadwal monitoring serta alur

koordinasi antar-tim. “Pertama PT Santos Jaya Abadi dulu yang datang dari bagian peminjaman, lalu dibentuk 1 UMKM Kopi Kapal Api; setelah itu Bu Uswatun mengajukan proposal untuk Kopi Good Day” (Wawancara Lancar, 2025). Pada akhir fase perencanaan, struktur organisasi program juga ditetapkan: tim inti CSR, mitra pelatihan, koordinator UMKM, dan dewan pengawas koperasi, sehingga setiap kegiatan memiliki penanggung jawab yang jelas. Pembagian tugas ini krusial untuk menghindari penyimpangan dan memastikan alur kerja sesuai target strategis selama kurun 2021–2025.

Analisis proses pemberdayaan UMKM kopi Desa Bringin Bendo oleh CSR PT Santos Jaya Abadi dapat dijelaskan melalui beberapa kerangka teori utama yang saling melengkapi. Pertama, dari perspektif Empowerment Theory (Zimmerman, 2000), program ini menumbuhkan tiga dimensi pemberdayaan:

1. Intrapersonal

Pelatihan teknis pengolahan kopi dan variasi metode penyajian meningkatkan kepercayaan diri karyawan untuk bereksperimen dan menciptakan produk-produk baru.

2. Interpersonal

Pembentukan koperasi lokal dan sinergi dengan tokoh desa memperkuat jaringan sosial, memfasilitasi kolaborasi dan transfer pengetahuan antar anggota.

3. Behavioral

Akses terhadap modal mikro dan pendampingan manajerial mendorong karyawan mengambil inisiatif bisnis nyata, seperti ekspansi pasar digital dan diversifikasi produk.

Kedua, kerangka CSR Strategis mengacu pada Carroll’s Pyramid (2016) dan Stakeholder Theory (2019) menunjukkan bahwa intervensi PT Santos Jaya Abadi tidak sekadar bentuk filantropi. Program ini sekaligus memenuhi tanggung jawab ekonomi (mendukung keberlanjutan usaha), legal (memperhatikan standar kesehatan dan keselamatan kerja), etis (menghormati aspirasi dan budaya lokal), serta filantropis (dukungan modal dan pelatihan). Dengan melibatkan langsung stakeholder kunci pegawai, komunitas, dan pemerintah desa perusahaan menciptakan nilai bersama (*shared value*) yang memperkuat legitimasi program.

Ketiga, pendekatan Theory of Change dan Logical Framework (2019) memastikan setiap langkah memiliki tujuan yang jelas dan indikator terukur. Survei awal berfungsi sebagai *input* untuk memetakan baseline; pelatihan dan pendanaan bergulir menjadi *output* terukur (jumlah sesi, skema pinjaman); peningkatan kapasitas teknis dan jaringan pemasaran tercatat sebagai *outcome*; serta peningkatan pendapatan dan kemandirian usaha sebagai *impact*. Jalur logis ini memudahkan evaluasi berkala dan penyesuaian strategi, sehingga program selalu relevan dengan dinamika lapangan.

Dengan mengintegrasikan ketiga kerangka teori tersebut, CSR PT Santos Jaya Abadi berhasil merancang intervensi yang bersifat holistic menghubungkan peningkatan kapabilitas individu, pembentukan kelembagaan lokal, dan penciptaan nilai ekonomi sehingga memberdayakan UMKM kopi Desa Bringin Bendo menjadi mandiri dan berkelanjutan.

## CONCLUSION

Respon masyarakat Desa Bringin Bendo terhadap pelaksanaan program CSR PT Santos Jaya Abadi pada dasarnya positif dan konstruktif; warga menyambut baik inisiatif pemberian pelatihan teknis, pendampingan manajemen koperasi, serta akses pembiayaan mikro yang memungkinkan mereka meningkatkan kualitas dan variasi produk kopi. Melalui survei awal yang partisipatif, program terbangun berdasarkan kebutuhan riil, sehingga intervensi terasa relevan dan tepat sasaran. Dampak yang paling nyata terlihat dari peningkatan kapasitas individu kepercayaan diri dalam inovasi olahan kopi serta terbentuknya jaringan kelembagaan yang semakin solid, meski tantangan regenerasi generasi muda dan pemeliharaan standar produksi masih perlu perhatian lebih lanjut.

Agar program CSR ini semakin berkelanjutan dan inklusif, disarankan PT Santos Jaya Abadi untuk mengintensifkan upaya regenerasi dengan menggandeng lembaga pendidikan kejuruan setempat dan mengadakan program mentoring khusus bagi generasi muda. Pengembangan modul pemasaran digital lanjutan dan kolaborasi dengan *platform e-commerce* dapat memperluas jangkauan pasar UMKM kopi, sementara pelatihan manajemen limbah kopi akan mendukung aspek lingkungan. Selain itu, menyempurnakan mekanisme monitoring-evaluasi dengan indikator sosial-ekonomi yang terukur secara berkala akan memperkuat akuntabilitas dan adaptasi program terhadap dinamika kebutuhan masyarakat Bringin Bendo.

#### **CONFLICT OF INTEREST**

Penelitian ini didukung oleh PT Santos Jaya Abadi melalui program CSR berupa akses lapangan, data, dan fasilitas pendanaan bagi aktivitas pemberdayaan UMKM kopi di Desa Bringin Bendo, namun peneliti menyatakan tidak memiliki hubungan keuangan atau kepentingan pribadi dengan pihak perusahaan yang dapat memengaruhi objektivitas, analisis, atau pelaporan hasil penelitian; segala kesimpulan dan rekomendasi disusun sepenuhnya berdasarkan data lapangan dan kerangka teori akademik tanpa intervensi manajemen perusahaan.

#### **REFERENCES**

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bumi Aksara.
- Bustami, M. R., Mudzakkir, M., & Nasruddin, E. (2021). *CSR ISLAM Tujuh Prinsip Transformasi Organisasi Untuk Kemajuan Bisnis dan Masyarakat* (Vol. 1). UMMPress.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 3.
- Ernawan, E. (2014). Tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 11(2).
- Hamdy, M. K. (2019). Theory of change and logical framework: A comparative measure for monitoring and evaluation practices. *DOI*, 10, 1–12.
- Huda, M. (2011). *Corporate social Responsibility: kunci meraih kemuliaan Bisnis*. Samudra Biru.
- Husain, I. H. A. (2019). *Ketahanan Dasar Lingkungan: Basic Environment* (Vol. 1). Sah Media.
- Marthin; Salinding Inggit, M. B. . A. (2017). Implementasi Prinsip Corporate

- Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *J. Priv. & Com. L.*, 1, 111.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Oktina, D. A., Sari, E. S., Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). pengaruh penerapan strategi CSR (corporate social responsibility) dalam meningkatkan citra perusahaan pada PT. Pertamina (persero) tahun 2018. *Competence: Journal of Management Studies*, 14(2), 184–202.
- Phillips, R. A., Barney, J. B., Freeman, R. E., & Harrison, J. S. (2019). *Stakeholder theory*.
- Sahara, S. P., Aliaspar, S. P., Deby Santyo Rusandy, S. E., Rina Novi Yani, S. E., Rita Octaviani, M. S., Evo, M. T., SE, M. M., & Tonggo Sangap Timbul, S. E. (2024). *Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Selat Media.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. In *Handbook of community psychology* (pp. 43–63). Springer.