

Efektivitas Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Babada Corp di Kota Pekanbaru

Fadilah Rizka Utami¹ Dadang Mashur²

Program Studi Administrasi Publik, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{1,2}

Email: fadilahrizkautami18@gmail.com¹ dadang.mashur@lecturer.unri.ac.id²

Abstrak

Kehadiran sebuah perusahaan ditengah-tengah masyarakat pada dasarnya diharapkan dapat bermanfaat serta mampu menjalin hubungan yang bersifat mutualisme antara keduanya. Setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan lingkungan sekitarnya melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial. Masih banyak perusahaan yang tidak memperdulikan kelangsungan hidup masyarakat disekitarnya dan menjalankan CSR atas dasar formalitas saja. Namun, Babada Corp yang bergerak dibidang makanan ini telah senantiasa menjalankan program CSR dan menjadikannya sebagai sebuah kesadaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas program Corporate Social Responsibility (CSR) Babada Corp terhadap masyarakat yang berada disekitar perusahaan serta untuk mengetahui apa saja faktor-faktor penghambat yang menjadi kendala perusahaan dalam menjalankan kewajibannya melalui program CSR. Metode yang dilakukan melalui penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang bersifat deskriptif, dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berhubungan dengan tujuan peneliti. Penelitian ini mengacu pada teori efektivitas program oleh Sutrisno. Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, data primer diperoleh melalui wawancara dengan informan penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh melalui observasi terhadap objek penelitian dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Babada Corp memiliki fokus pelaksanaa CSR pada 5 bidang yaitu dakwah, ekonomi, pendidikan, kesehatan dan kemanusiaan. Program yang diberikan telah berjalan dengan efektif dan berkelanjutan, meskipun masih terdapat hambatan dalam pelaksanaannya. Salah satu faktor penghambat yaitu belum adanya jadwal yang ditetapkan oleh perusahaan karena terkendala pada dana untuk menyalurkan program.

Kata Kunci: Efektivitas Program, CSR, Babada Corp

Abstract

The presence of a company within the society is fundamentally anticipated to be beneficial and capable of fostering a mutually symbiotic relationship between the two entities. Each company is obligated to attend to its surrounding environment through Corporate Social Responsibility (CSR) programs or social responsibilities. Many companies overlook the well-being of the society around them and engage in CSR merely as a formality. However, Babada Corp, operating in the food industry, consistently implements CSR programs and internalizes them as a matter of consciousness. This study aims to discover the effectiveness of Babada Corp's Corporate Social Responsibility (CSR) program on the surrounding community and to identify the hindering factors that impede the company in fulfilling its obligations through CSR programs. The methodological approach implemented in this research is qualitative method with descriptive phenomenological approach, using data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. The study draws upon Sutrisno's theory of program effectiveness as its theoretical framework. Data for this study consists of primary and secondary data. Primary data obtained through interviews with research informants and secondary data acquired through observations and documentation of the research object. The findings of the study indicate that Babada Corp focuses its CSR efforts on five areas: religious preaching, economic, education, healthcare, and humanity. Despite encountering challenges in implementation, the programs have been effective and sustainable. One of the inhibiting factors is the absence of a predefined schedule due to financial constraints hindering program disbursement.

Keywords: Program Effectiveness, CSR, Babada Corp



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus, bekerja dan serta berkedudukan dalam suatu wilayah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Pesatnya dunia usaha yang ada di Indonesia membuat perusahaan harus berlomba-lomba untuk lebih meningkatkan kualitasnya, baik dari segi sumber daya manusia (SDM) maupun fasilitas yang ada untuk memenuhi kebutuhan usaha dalam persaingan yang ketat. Beberapa indikator keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan dalam dunia usaha adalah profit dan pertumbuhan. Dalam menjalankan usahanya suatu perusahaan tidak boleh melupakan aspek-aspek dalam usaha, baik aspek sosial, aspek hukum, maupun agama. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan, yang dimaksud dengan perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba, baik yang diselenggarakan perseorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Di zaman modern saat ini, perusahaan tidak dihadapkan lagi pada tanggungjawab yang hanya berfokus pada aspek keuntungan, melainkan bagaimana perusahaan juga diharapkan mampu memberikan sumbangsi sosial kepada masyarakat sekitar karena dukungan dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan serta kemajuan suatu perusahaan.

Salah satu strategi untuk bertahan dalam persaingan yang ketat adalah memiliki hubungan baik dengan berbagai pihak diantaranya adalah pihak internal seperti pemegang saham, manajer dan karyawan serta pihak eksternal yaitu konsumen dan komunitas lokal antara lain pemerintah, media dan masyarakat di sekitar perusahaan. Dalam hal ini perusahaan diajak terlibat secara langsung untuk menangani permasalahan sosial yang muncul di masyarakat melalui sebuah paradigma baru mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Bentuk pertanggungjawaban perusahaan bersifat wajib dan menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk menerapkan di lingkungan masyarakat. Sesuai dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 2 Juli 2007. Di mana setiap perusahaan wajib mengeluarkan tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya dan bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi PT itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat sekitar. Setelah lima tahun sejak Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 disahkan, kemudian dikeluarkan peraturan teknis CSR dalam bentuk Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang lebih detail dalam mengatur CSR pada perseroan terbatas.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu beroperasi. Seperti melakukan sesuatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial. khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut. Perusahaan yang melakukan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap citra yang

dimiliki perusahaan, dengan adanya program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang tepat, tentu harapan yang diinginkan tersebut akan tercapai. Selanjutnya dengan adanya program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang kemudian diberikan langsung kepada masyarakat sekiranya dari pihak perusahaan harus mampu menyeleksi dan memilih masyarakat mana yang memang perlu dan layak untuk diberikan bantuan sehingga program ini kemudian dapat membawa sebuah dampak baik untuk perusahaan itu sendiri dan memberikan manfaat besar pada kondisi sosial ekonomi masyarakat sebelum dan sesudah menerima program dari *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Sebuah perusahaan bukan merupakan aktor utama dalam mensejahterakan masyarakat namun perusahaan mempunyai kewajiban turut berpartisipasi dan membantu pemerintah untuk mewujudkan itu. Sehingga batasan tingkat keberhasilan program CSR perusahaan dilihat dalam indikator mikro saja yakni melihat proses dan hasil program CSR itu sendiri. Walaupun hanya turut berpartisipasi dan membantu pemerintah, program CSR tetap sebuah kewajiban bukan sebagai kedermawanan sosial saja. Tentu harus dibedakan antara *responsibility* yang bersifat kewajiban dan *philanthropy* yang bersifat sukarela.

Seberapa penting CSR bagi perusahaan tetap menjadi wacana dalam praktisbisnis, pro dan kontra ini tidak bisa dilepaskan dari fenomena perbenturan kepentingan antara pencapaian profit dengan pencapaian tujuan sosial. Jika diperhatikan, masyarakat sekarang hidup dalam kondisi yang dipenuhi beragam informasi dari berbagai bidang serta dibekali kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pola seperti ini mendorong terbentuknya cara pikir, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat yang lebih tajam. Perusahaan harus memerlukan komunitasnya sebagai mitra, program-program yang dilaksanakan harus mampu benar-benar memberdayakan masyarakat, artinya masyarakat yang memiliki daya tahan yang tinggi serta mampu memecahkan setiap persoalan yang dihadapi dengan kekuatan sendiri dalam jangka panjang. PT. Babada Wasaka Indonesia atau Babada corporation adalah perusahaan yang bergerak dibidang kuliner dengan *brand Rotte Bakery*. Babada Corp saat ini melaksanakan program CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan secara rutin dan tidak hanya berupa sumbangan materil tetapi juga mencari solusi agar terciptanya masyarakat yang sejahtera dan mengurangi kemiskinan.

Peran perusahaan bukan hanya untuk mendukung pemerintah dalam upaya mensejahterakan masyarakat, namun sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Penerapan program CSR ini disesuaikan dengan anggaran yang diberikan dan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji bagaimana PT. Babada Wasaka Indonesia atau Babada Corp telah melakukan CSR. Mengapa Babada Corp terlibat dalam CSR dan apa saja yang diberikan perusahaan ini melalui CSR. Banyaknya berita tentang kegiatan yang telah dilakukan perusahaan ini menunjukkan bagaimana perusahaan terlibat aktif dalam kombinasi kegiatan CSRnya. Babada Corp telah melakukan berbagai macam program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Berdasarkan program CSR yang disebutkan diatas, disana terlihat bahwa Babada Corp telah menjalankan semua core program sesuai dengan visi misi yang dibangun perusahaannya. Sebagaimana Babada Corp melalui tim CSRnya memiliki 5 core program dalam merealisasikan visi misinya yaitu program peduli kesehatan, program peduli kemanusiaan, program peduli pendidikan, program peduli ekonomi dan peduli dakwah. Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* oleh Babada Corp menyalurkan 15% dari keuntungannya agar dapat berdampak kepada masyarakat luas. Babada Corp telah melakukan banyak hal kepada masyarakat secara langsung. Babada Corp telah melakukan banyak hal kepada masyarakat secara langsung misalnya program beasiswa untuk dhuafa, bantuan operasional pada masjid, menyediakan ambulans siaga gratis, mendirikan rumah

tahfiz, dan membagikan sembako yang dilakukan secara rutin tiap bulannya. Babada corp terus berupaya menyempurnakan strategi dan kebijakan CSR agar dapat mencapai tujuan dengan maksimal. Penerapan program CSR ini juga menjadi salah satu usaha yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengatasi masalah. Program-program tersebut dapat berupa bantuan ataupun sarana dan prasarana umum.

Menurut Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 6 Tahun 2012 pasal 4 dan 5, tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) di Provinsi Riau tujuan Umum program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan kelestarian lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun pada masyarakat umum secara efektif dan efisien, dan tujuan khusus program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) meliputi:

1. Terwujudnya batasan yang jelas tentang tanggung jawab sosial termasuk lingkungan perusahaan beserta pihak-pihak yang menjadi pelakunya.
2. Terpenuhinya penyelenggara Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) sesuai dengan peraturan perundang-undangan dalam suatu koordinasi.
3. Terwujudnya kepastian dan perlindungan hukum bagi pelaku dunia usaha dalam pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) secara terpadu dan berdaya guna.
4. Melindungi perusahaan agar terhindar dari tuntutan yang dilakukan pihak-pihak yang tidak berwenang.
5. Meminimalisir dampak negatif keberadaan perusahaan dan mengoptimalkan dampak positif keberadaan perusahaan; dan
6. Terwujudnya program pemerintah daerah untuk melakukan apresiasi kepada dunia usaha yang telah melakukan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) dengan memberi penghargaan serta pemberian kemudahan dalam pelayanan administrasi.

Menurut Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Provinsi Riau Program dan Bidang Kerja Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pasal 10 adalah sebagai berikut:

1. Program TJSP dapat berbentuk pemberdayaan masyarakat dan/atau kemitraan dan bina lingkungan dan/atau investasi dan/atau sumbangan/donasi, dan/atau promosi.
2. Program sebagaimana dimaksud pada ayat (1) direncanakan dan dikembangkan oleh perusahaan sebagai bentuk kontribusi dan/atau kepedulian pada persoalan sosial Pemerintah Daerah yang dihadapi masyarakat untuk mendapatkan keuntungan perusahaan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.
3. Bentuk program sebagaimana dimaksud pada ayat (2) yang akan datang telah dilakukan harus dilaporkan kepada Kepala Daerah melalui Forum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) baik Provinsi dan/atau Kabupaten/Kota setempat.

Melihat bagaimana Babada Corp melaksanakan kewajibannya sebagai perusahaan, Babada Corp dalam pelaksanaan program CSRnya masih belum memiliki jadwal tetap secara khusus untuk tiap program karena terkendala pada anggaran dana dan keterbatasan anggota, sehingga terdapat program yang dalam pelaksanaannya harus bergantian. Sebagaimana yang diharapkan seluruh program dapat dilaksanakan dalam jangka waktu yang dekat karena melihat kecukupan perusahaan. Salah satu solusi dalam meningkatkan pemberdayaan dan pembangunan masyarakat terutama ring 1 yaitu kecamatan tenayan raya dengan memanfaatkan peran aktif melalui peran CSR yang dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan atas keberadaannya di suatu wilayah. Babada Corporation selalu berkomitmen untuk secara terus menerus berperilaku etis dan berkomitmen dalam pembangunan ekonomi, lingkungan serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Babada Corporation sadar bahwa

kegiatan CSR merupakan tindakan berkelanjutan dimana perusahaan itu berpartisipasi melalui program tersebut dalam membantu masyarakat. Seiring perkembangan waktu tujuan CSR Babada Corp tidak hanya untuk menjalankan kewajiban, namun menjadi kesadaran penuh oleh Babada Corp melalui programnya agar bisa memberikan keahlian dan skill, menambah pengetahuan, mengembangkan potensi yang masyarakat miliki hingga tercapainya kemandirian dan kesejahteraan yang berkelanjutan. Jika pelaksanaan CSR dilakukan dengan baik maka akan berdampak terhadap masyarakat, CSR merupakan suatu inovasi dalam pemberdayaan masyarakat yang mana pelaksanaan CSR yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat akan saling memberikan *feedback* atau keuntungan satu sama lain. Dari latar belakang yang peneliti paparkan ini menggambarkan ketertarikan untuk meneliti "Efektivitas Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Babada Corp di Kota Pekanbaru." Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah diatas, maka dapat dikemukakan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana efektivitas program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Babada Corp di Kota Pekanbaru? Apa saja faktor penghambat yang mempengaruhi efektivitas program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Babada Corp di Kota Pekanbaru? Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui efektivitas program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Babada Corp di Kota Pekanbaru. Untuk mengetahui faktor penghambat yang mempengaruhi efektivitas program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Babada Corp di Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang bersifat deskriptif, alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dapat membantu peneliti memahami subjektif dari pengalaman yang dialami oleh partisipan penelitian. Pendekatan ini memfokuskan pada pengalaman yang dialami oleh partisipan, sehingga dapat membantu peneliti memahami bagaimana partisipan mempersepsikan, memakanai, dan merespons suatu fenomena. Pendekatan fenomenologi juga dapat membantu peneliti untuk mendapatkan gambaran yang detail yang mendalam tentang fenomena yang diteliti. Dengan melakukan analisis yang diteliti terhadap data yang dihasilkan, peneliti dapat menggambarkan fenomena secara detail dan menarik kesimpulan yang akurat tentang fenomena tersebut. Penelitian merupakan kegiatan yang digunakan seseorang dalam tujuan untuk memperoleh data dan bahan-bahan yang diperlukan dalam kegiatan untuk mengungkap masalah. Sehingga langkah-langkah yang akan ditempuh harus relevan dengan masalah yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan bersifat deskriptif. Peneliti kualitatif dengan fenomenologi yang bersifat deskriptif juga dapat menjaga fleksibilitas dalam penelitian. Peneliti dapat menyesuaikan proses penelitian dengan kondisi lapangan dan partisipan, serta memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi hasil penelitian. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi yang bersifat deskriptif dalam penelitian kualitatif, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam dan menyeluruh tentang fenomena yang diteliti, serta memperoleh gambaran yang detail dan akurat tentang pengalaman subjektif partisipan.

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu, di PT. Babada Wasaka Indonesia atau Babada Corp, Ruko Bukit Garden Residence No. 6 Jl. Bukit Barisan, Tangkerang Timur, Tenayan Raya, Pekanbaru, Indonesia. Lokasi ini dipilih dikarenakan untuk melihat apakah program CSR yang dijalankan oleh Babada Corp telah sesuai dengan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Data yang dikumpulkan

kemudian dianalisa terdiri dari data primer dan data sekunder, terkait dengan tujuan penelitian yakni data yang terkait dengan efektivitas program CSR Babada Corp di Kota Pekanbaru.

1. Data Primer. Data primer yang diperoleh dari penelitian ini adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari para informan penelitian selama penelitian lapangan, yang berupa informasi dari hasil wawancara yang dilakukan di lokasi penelitian. Berdasarkan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menjadi pokok utama data yang dikumpulkan.
2. Data Sekunder. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini berupa dokumentasi, laporan-laporan, buku-buku dan data lainnya. Adapun rincian sumber data sekunder untuk menunjang keberhasilan penelitian ini seperti: Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas; Buku yang berkaitan tentang penelitian; Jurnal yang berkaitan dengan penelitian.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Observasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data secara pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti terhadap suatu objek yang ditemukan di lapangan. Spradley dalam (Haryoko, dkk 2020) mengatakan bahwa observasi merupakan pencatatan yang sistematis dan perekaman peristiwa, perilaku, dan benda-benda di lingkungan sosial tempat studi suatu penelitian kualitatif. Observasi dalam penelitian ini dengan melakukan pengamatan terkait tingkat efektivitas program CSR Babada Corp di kota Pekanbaru serta faktor-faktor yang menghambat dalam pelaksanaan program CSR tersebut.
2. Wawancara. Wawancara dilakukan dari tanggal 8 Januari 2024 sampai tanggal 20 Februari 2024, yang diperlukan dalam wawancara ini yaitu pewawancara mengajukan pertanyaan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Wawancara menanyakan langsung kepada objek yang diteliti yang dilaksanakan secara terencana dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya yang diajukan secara langsung kepada informan pendukung yaitu pembina CSR Babada Corp, Manager CSR, Anggota CSR lainnya serta masyarakat penerima manfaat di Kota Pekanbaru. Hambatan dalam wawancara ini yaitu responden tidak langsung memberikan informasi terkait data yang dibutuhkan menjadikan peneliti sulit menapatkan data. Meskipun demikian penelitian mencoba memberikan arahan bahwa data yang diberikan tidak akan disalahgunakan.
3. Dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dari tanggal 8 Januari 2024 sampai tanggal 20 Februari 2024, yang diperlukan dalam dokumentasi ini yaitu foto-foto kegiatan program CSR dan situasi saat melakukan wawancara. Data yang diambil dan diperoleh peneliti selama melakukan wawancara dipergunakan guna pemenuhan data yang berkaitan dengan penelitian. Tidak ada hambatan dalam pengambilan dokumentasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) Babada Corp di Kota Pekanbaru

Hasil penelitian mengenai Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) Babada Corp di Kota Pekanbaru merupakan hasil dari data dan fakta yang diperoleh langsung di lapangan dan disesuaikan dengan teori yang digunakan yaitu pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu, tercapainya tujuan, dan perubahan nyata. Pemahaman program yang dimaksud ialah bagaimana masyarakat peserta program atau penerima manfaat dapat memahami adanya program CSR yang wajib diberikan perusahaan oleh sekitarnya. Artinya semakin paham sasaran program terhadap program CSR yang diberikan maka akan

berdampak baik terhadap perusahaan maupun sekitarnya. Oleh karena itu sangat diharapkan untuk masyarakat paham terkait program yang diberikan sehingga program CSR yang dilaksanakan dapat berjalan baik dan efektif. Selanjutnya, tepat sasaran dalam penelitian ini merupakan penelitian yang digunakan untuk melihat apakah program yang dilaksanakan sudah sesuai dengan yang diinginkan atau ditargetkan dan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan demikian dapat digunakan untuk mengukur apakah program yang dilaksanakan sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau belum sehingga cara ini penting untuk digunakan untuk mengetahui efektivitas suatu program. Tepat waktu, merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengukur apakah suatu program sudah dilakukan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan dilakukannya program CSR secara rutin dan tepat waktu, maka masyarakat akan semakin percaya dan menambah citra positif suatu perusahaan tersebut. Tercapainya tujuan dalam efektivitas program yaitu apabila semakin memberikan manfaat suatu program maka semakin efektif pula program tersebut. Program CSR sendiri bertujuan untuk mendapat izin sosial untuk beroperasi serta menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi di sekitar lingkungan. Dalam penelitian ini perusahaan juga harus membangun hubungan baik dengan masyarakat agar program yang dilaksanakan berjalan dengan baik. Terakhir, perubahan nyata yang merupakan tujuan dilakukannya program CSR oleh perusahaan. Suatu program dikatakan efektif apabila program memiliki perubahan nyata yang diperoleh langsung oleh sasaran program. Perubahan nyata dalam program CSR oleh Babada Corp ini adalah sejauhmana tingkat keberhasilan program dalam mewujudkan perubahan sosial ekonomi sasaran program. Babada Corp berharap dengan adanya berbagai macam program CSR yang diberikan dapat memberikan dampak positif jangka panjang untuk masing-masing sasaran programnya.

Pemahaman Program

Pemahaman merupakan proses pembuatan cara memahami. Pemahaman mencakup tujuan, tingkah laku, atau tanggapan yang mencerminkan sesuatu pemahaman yang termuat dalam suatu komunikasi. Indikator ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana masyarakat mengetahui program CSR yang diberikan oleh Babada Corp agar dapat diimplementasikan secara benar. Memperkenalkan atau mensosialisasikan perusahaan merupakan bentuk agar perusahaan Babada ini dapat diketahui secara luas oleh masyarakat dan Pemerintah Daerah. Sosialisasi sendiri bisa melalui beberapa cara yaitu ; pertemuan dengan stakeholder, pertemuan dengan warga desa, pertemuan dengan utusan warga dari beberapa desa, bisa juga melalui surat kabar (offline dan online) dan juga selebaran-selebaran. Babada Corp sadar akan kewajibannya sebagai perusahaan yang memiliki kewajiban untuk menjalankan program CSR yang sebagaimana tertulis pada Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas. Program CSR oleh Babada Corp ini tidak hanya untuk memperkenalkan perusahaan saja, namun juga tentang pertanggungjawaban perusahaan terhadap warga sekitar . Dalam program CSR oleh Babada Corp tersebut haruslah bisa sesuai dengan keinginan warga yang membutuhkan. Perusahaan sudah sangat paham dengan tanggungjawab yang dimiliki, Babada Corp bukan lagi menjalankan program hanya untuk formalitas saja, namun sudah menjadi sebuah kesadaran perusahaan untuk memperhatikan kondisi lingkungan sekitarnya. Babada Corp dalam pemahaman program juga sudah memperkenalkan program CSRnya diberbagai platform sosial media, tidak hanya itu Babada Corp juga telah mencantumkan tata cara untuk masyarakat mengirimkan proposal usulan program CSRnya. Setelah proposal masuk keperusahaan, tim CSR Babada Corp akan mempelajari dan mengukur kesanggupan perusahaan atas dasar proposal tersebut, hal ini dilakukan agar perusahaan mendapatkan gambaran yang akurat dalam merencanakan ataupun menjalankan kegiatannya dengan tidak

mubazir. Adapun contoh kegiatan melalui proses proposal yaitu bantuan pembangunan masjid dan sembako murah. Masyarakat sudah paham dengan kewajiban yang harus diberikan oleh perusahaan kepada lingkungan sekitarnya. Banyaknya masyarakat yang sudah paham dengan apa itu tanggung jawab sosial/CSR dapat menarik minat masyarakat. Dengan begitu perusahaan dalam menjalankan kewajibannya akan sangat terbantu oleh partisipasi masyarakat serta hubungan perusahaan dengan masyarakat pun akan semakin baik. Dapat disimpulkan, pada indikator pemahaman program, bisa dikatakan sudah berjalan dengan efektif. Semua informan sudah memahami dan mengetahui tujuan dari program CSR yang diberikan perusahaan. Banyak bentuk kegiatan yang bisa dilakukan lewat program CSR.

Tepat Sasaran

Dalam indikator tepat sasaran ini, peneliti ingin melihat apakah CSR yang sudah dilakukan oleh Babada Corp sudah tepat sasaran atau tidak. Tepat sasaran yang dimaksud adalah bantuan dalam bentuk program *Corporate Social Responsibility (CSR)* oleh Babada Corp sesuai dengan kebutuhan atau permintaan masyarakat atau hanya sekedar melakukan kegiatan saja dan diberikan kepada warga yang tidak membutuhkannya. Sedangkan usulan melalui proposal yang diajukan oleh masyarakat berjumlah cukup banyak sehingga perusahaan perlu menentukan prioritas yang harus dikerjakan terlebih dahulu dengan menimbang kesanggupan perusahaan. Dalam menentukan program CSR, anggota tim CSR Babada Corp harus menimbang terlebih dahulu kesanggupannya dalam menjalankan kegiatannya dan melakukan survey terkait permintaan yang ada. Sudah banyak proposal yang diserahkan kepada pihak Babada Corp, namun semuanya itu harus melalui proses dan alur serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selama jangka waktu dari tahun 2021-2022 sudah terdapat 34 proposal yang diusulkan oleh masyarakat ataupun organisasi lewat program CSR, namun tidak semua proposal langsung disetujui untuk ditindak lanjuti oleh pihak perusahaan. proposal yang diberikan kepada pihak perusahaan selanjutnya akan dipelajari dan ditindak lanjuti. Setelah ditindaklanjuti maka akan diketahui bahwa bantuan tersebut sudah tepat sasaran atau tidak. Selain melalui proposal, perusahaan juga memiliki rencana untuk program CSRnya. Babada Corp sendiri dalam visi dan misinya memiliki 5 core program untuk kegiatan CSR, diantaranya: dakwah, ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan kemanusiaan. Dalam menentukan sasaran pada kelima bentuk program tersebut perusahaan melakukan survey dan berkoordinasi dengan RT/RW setempat sesuai dengan lokasi yang akan diberikan program CSR. Dalam pelaksanaan program CSR, perusahaan tentunya mengalami kendala baik itu ringan maupun berat. Kegiatan yang melibatkan banyak pihak tentunya tidak selalu berjalan efektif. Dalam pemilihan sasaran pada program CSR Babada Corp, perusahaan lebih banyak menggunakan perantara. Misalnya seperti salah satu program rutin yang diadakan adalah sembako murah ataupun sembako gratis. Masih ada masyarakat yang merasa jika merekalah yang berhak mendapatkan, namun mereka tidak dimasukkan ke daftar penerima manfaat. Babada Corp dalam indikator tepat sasaran belum efektif. Hal ini bisa dilihat dari dampak pemilihan sasaran yang dilakukan melalui perantara yang menimbulkan kesenjangan sosial pada masyarakat sekitar.

Tepat Waktu

Ketepatan waktu pemberian bantuan melalui program CSR sangat penting karena dengan program yang berjalan sesuai waktu yang tepat maka program akan berjalan dengan efektif. Tepat waktu, dalam penelitian ini adalah kesesuaian penggunaan waktu dalam pelaksanaan program dan pemberian program sesuai dengan kondisi yang ada, apakah program tersebut benar benar dibutuhkan saat itu ataukah hanya sebatas pemberian secara formal saja. Berkaitan dengan penelitian ini, program CSR oleh Babada Corp memiliki target

untuk melakukan program rutin setiap bulannya. Terbukti dengan bentuk program yang sudah dilakukan oleh Babada Corp, bahwa Babada Corp selalu menjalankan 5 core program yang telah ditetapkan namun belum efektif. Babada Corp masih belum efektif. Melihat dari banyaknya program yang dilakukan secara rutin untuk setiap bulan, masih ada yang tertunda pada pelaksanaannya. Hal ini dibuktikan dari kurangnya transportasi yang ada untuk menjangkau seluruh sasaran dalam waktu satu bulan serta dikarenakan harus menunggu ketersediaan dana.

Tercapainya Tujuan

Pada indikator tercapainya tujuan menjadi indikator untuk melihat, meneliti, dan mengetahui apakah tujuan dari dibentuknya program CSR oleh Babada Corp sudah tercapai atau belum. Tujuan yang dimaksud adalah bagaimana peran masyarakat penerima program dalam membantu perusahaan mencapai tujuannya dan apa manfaat yang dirasakan setelah menerima program tersebut. Dimana CSR merupakan sebuah komitmen suatu perusahaan yang bertujuan untuk membantu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama yang masyarakat yang di sekitarnya. Dalam memenuhi hal tersebut, maka dibutuhkan partisipasi aktif dari masyarakat agar program yang dilakukan berjalan lancar. CSR selama ini sudah mencapai tujuan karena sudah menjalin hubungan baik dengan masyarakat sehingga program CSR berjalan baik dan berkesinambungan. Masyarakat sudah berusaha untuk membantu mewujudkan tujuan perusahaan dalam menjalani kesuksesan program CSR yang telah diberikan Babada Corp ini dengan baik. Jadi, dalam menjalankan kewajibannya Babada Corp telah bertanggung jawab terhadap masyarakat yang berada di lingkungan perusahaan, perusahaan juga tidak lepas tangan dan memberikan begitu saja program CSR tersebut, perusahaan akan ikut dalam programnya agar program yang dijalankan sehingga perusahaan mengetahui apakah sudah mencapai tujuan dan harapan perusahaan dalam program CSR ini. Sama halnya dengan yang dirasakan perusahaan, perusahaan juga menjelaskan bagaimana partisipasi masyarakat yang sangat antusias ketika mendapat bantuan program dari Babada Corp. Masyarakat penerima program CSR mengatakan Babada Corp sudah efektif dalam menjalani tanggungjawabnya sebagai perusahaan yang berada di lingkungan mereka. Artinya perusahaan sudah peduli dengan masyarakat tempatan khususnya Ring 1. Kemudian hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa dengan berjalannya program CSR yang diberikan kepada masyarakat maka telah tercapailah tujuan perusahaan dalam menjalankan program CSR-nya.

Perubahan Nyata

Pada indikator perubahan nyata menjadi indikator yang paling berpengaruh pada keberhasilan suatu program yang dijalankan oleh suatu perusahaan/organisasi. Perubahan nyata yang dimaksud adalah perubahan yang terjadi serta dirasakan oleh penerima program CSR oleh Babada Corp. Program yang dijalankan tentunya selain memiliki tujuan, diharapkan memberi dampak positif setelah program tersebut berhasil dijalankan. Berkaitan dengan penelitian ini, program CSR yang dijalankan Babada Corp merangkul dakwah, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan serta kemanusiaan. Dari latar belakang pembentukan program CSR oleh Babada Corp, program ini diharapkan menjadi jalan keluar terhadap masalah-masalah sosial yang terbilang masih banyak di kehidupan masyarakat. Kemudian Program CSR hadir sebagai sarana maupun prasarana untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Dalam tingkat keberhasilan pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan Babada Corp dapat dilihat dari segi penyelenggara program dan penerima program. Perubahan nyata benar terjadi di masyarakat setelah adanya program CSR di daerah tersebut. Hal tersebut karena perusahaan tidak hanya memberikan bantuan berupa dana dan jasa,

perusahaan juga membangun rumah tahfidz yang dapat memberikan manfaat dalam jangka waktu yang lama. Indikator perubahan nyata telah optimal dalam memberikan dampak positif terhadap program CSR-nya. Program CSR yang diberikan oleh Babada Corp telah cukup meringankan tugas pemerintah dan masyarakat terhadap masalah yang ada. Program CSR juga memberikan dampak baik untuk perusahaan terhadap citra perusahaan serta hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan dan juga masyarakat. Namun, hal ini belum dapat mengukur hasil keefektifitas program mengingat adanya beberapa faktor penghambat yang menjadi kendala dalam pelaksanaan program CSR, sehingga dinilai belum efektif dalam penelitian ini.

Faktor Penghambat Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) Babada Corp di Kota Pekanbaru Ketersediaan Dana CSR

Program CSR sebagai salah satu perwujudan tanggung jawab sosial tentu saja membutuhkan pendanaan yang tidak sedikit. Setiap perusahaan memperoleh dana CSR dengan menyisihkan sebagian laba atau menganggarkan biaya tersendiri untuk CSRnya. CSR Babada Corp dalam hal ini menyisihkan laba bulannya untuk mengelola program CSR. Dalam menjalankan bisnisnya di bidang makanan, Babada Corp masih sering mengalami perubahan pada laba yang dihasilkan setiap bulannya, sehingga hal ini mempengaruhi ketersediaan dana untuk menjalankan program CSR. Ketersediaan dana CSR sangat dipengaruhi oleh laba yang dihasilkan. Dengan tidak stabilnya laba yang dihasilkan setiap bulan, maka akan ada program yang tertunda pelaksanaannya. Maka dari itu, sebuah perusahaan harus membuat perancangan dana dengan baik dan dapat mengatasi masalah pada bisnis yang dijalankan.

Pemetaan Sosial

Menurut Gunawan & Sutrisno (2021) Pemetaan sosial merupakan kegiatan yang dilaksanakan untuk memahami kondisi sosial masyarakat lokal. Kegiatan ini penting untuk perencanaan pembangunan karena setiap masyarakat memiliki kondisi sosial berbeda yang kemudian menyebabkan masyarakat memiliki masalah dan kebutuhan yang berbeda pula. Pemetaan sosial selain untuk mengetahui kebutuhan dasar masyarakat, potensi sumber daya dan modal sosial masyarakat, juga dilakukan untuk mengenal stakeholder dalam kaitannya dengan keberadaan dan aktivitas pelaku dalam program, mengidentifikasi akar permasalahan yang dirasakan komunitas dalam meningkatkan kesejahteraan hidupnya serta menganalisis potensi konflik yang terdapat di suatu masyarakat. Pemetaan sosial merupakan satu metode yang dilakukan untuk menemukenali dan mendalami kondisi sosial suatu komunitas/masyarakat. Pada tahapan perencanaan program CSR, perlu diadakan pemetaan sosial yang terjadi. Pemetaan sosial merupakan satu metode yang dilakukan untuk menemukenali dan mendalami kondisi sosial suatu komunitas/masyarakat. Pada tahapan perencanaan program CSR, perlu diadakan pemetaan sosial yang terjadi di tengah-tengah masyarakat, sehingga akan terbentuk agenda CSR yang jelas dan terarah serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pemetaan sosial perlu dilakukan secara partisipatif dan memberdayakan. Tahapan ini untuk saling mendiskusikan tindakan dan cara mengembangkannya, sehingga tindakan sosial perusahaan akan dapat benar-benar berpengaruh terhadap perubahan sosial. Pemetaan sosial ini memberi gambaran awal tentang kondisi sosial, ekonomi dan budaya dari kelompok masyarakat yang menjadi sasaran CSR perusahaan. Dalam praktiknya, pemetaan sosial akan menghasilkan informasi berupa jumlah penduduk, komposisi jenis kelamin penduduk, rentang usia penduduk, pekerjaan, tingkat pendidikan, hingga penghasilan. Termasuk data-data sosial budaya seperti adat istiadat hingga kebiasaan dan kearifan lokal masyarakat yang

berlaku. Setelah data-data tersebut terhimpun, perusahaan dapat mengetahui urgensi kebutuhan masyarakat sebagai landasan dalam penyusunan program CSR yang dilakukannya. Memang benar tanpa melakukan pemetaan sosial pun, CSR akan berjalan, namun tidak akan tepat sasaran. Diketahui bahwa Babada Corp dalam menentukan bentuk program CSRnya, perusahaan sendiri yang menentukan bentuk program untuk masyarakat. Walaupun perusahaan telah memberi akses untuk masyarakat memberikan usulannya melalui proposal, namun bentuk kegiatan yang akan ditindaklanjuti hanya yang berkaitan dengan perencanaan yang telah ditetapkan perusahaan. Kepengurusan CSR belum melibatkan masyarakat setempat dalam kepengurusan, masyarakat hanya sebagai penerima manfaat dari program CSR saja. Perusahaan belum mengadakan musyawarah bersama masyarakat dalam menentukan program, perusahaan sendiri yang menentukan sesuai dengan 5 core program yang telah ditetapkan perusahaan. Hal ini tentunya menimbulkan pro-kontra, musyawarah bisa saja menciptakan miskomunikasi/konflik apabila ada permintaan/tuntutan masyarakat yang tidak bisa diakomodir oleh perusahaan, sementara musyawarah dengan masyarakat juga dapat membantu perusahaan agar dapat menyalurkan dana CSR sesuai kebutuhan masyarakat dengan tepat sasaran dan berjalan lebih baik lagi.

Fasilitas

Fasilitas merupakan faktor penting dalam menjalankan kegiatan atau program, dalam hal ini yang menjadi kendala selama pelaksanaan program CSR oleh Babada Corp ialah kurangnya fasilitas transportasi oleh perusahaan, mengingat program yang dibuat cukup banyak. Namun dalam pelaksanaannya tidak sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan akibat kurangnya transportasi yang membantu anggota untuk menemui langsung masyarakat/ tempat diadakannya program CSR yang berbentuk bantuan jasa. Contohnya pada kegiatan pembersihan masjid di sekitaran outlet-outlet perusahaan. Perusahaan masih sering mengalami ketertundaan realisasi program melihat dari transportasi yang ada dengan banyaknya program yang dikerjakan dalam tiap bulannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana dijelaskan pada bab V di atas maka dapat disimpulkan bahwa: Hasil penelitian ini menemukan bahwa Babada Corp bertanggung jawab terhadap masyarakat yang berada dilingkungan sekitar perusahaan. Babada Corp menjalankan program CSRnya di 5 bidang yaitu dakwah, ekonomi, pendidikan, kesehatan dan kemanusiaan. Program CSR oleh Babada Corp tidak hanya berupa sumbangan materil tetapi juga berbentuk bangunan ataupun kegiatan pembinaan yang dimana perusahaan tidak melepas begitu saja, perusahaan akan melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap perkembangan program CSR agar perusahaan mengetahui apakah program yang diberikan mencapai tujuan dan harapan perusahaan. Kemudian untuk mengukur tingkat keefektifitas program yang dijalankan, mencakup pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu, dan tercapainya tujuan serta perubahan nyata. Program CSR yang dijalankan Babada Corp dapat dikatakan belum efektif walaupun program yang diberikan pada masyarakat telah memberikan dampak positif dan berkelanjutan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa faktor yang menghambat adalah ketersediaan dana CSR yang tidak stabil sehingga dapat menunda program yang akan dijalankan, pemetaan sosial yang belum terlaksana dengan baik dan minimnya fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan masih terdapat hambatan dalam perusahaan menjalankan dan mengembangkan program CSR-nya. Maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat membangun maupun dijadikan masukan serta pertimbangan dalam efektivitas program CSR, sebagai berikut: Babada Corp diharapkan agar perusahaan

melibatkan masyarakat dalam penentuan bentuk program dengan membuat pertemuan dengan masyarakat untuk menampung usulan dan keluhan yang nantinya akan bermuara kepada program CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lingkungan sekitar, sehingga pelaksanaan CSR bisa lebih efektif, efisien, dan tepat sasaran serta membawa manfaat untuk semua stakeholder. Diharapkan program-program CSR Babada Corp lebih dikembangkan lagi serta dapat menyentuh wilayah yang lebih luas. Kemudian dalam upaya menciptakan program yang efektif, diharapkan perusahaan mencari solusi untuk mengatasi faktor-faktor yang dapat menghambat jalannya program yang telah ditetapkan agar dapat berjalan dengan lancar sehingga terhindar dari masalah kesenjangan sosial, hubungan antara perusahaan dengan masyarakat serta kelangsungan bisnis yang dijalani perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- 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).
- Faradiba, S., Muchsin, S., & Hayat. (2021). Efektifitas Kinerja Pelayanan Sensus Penduduk Berbasis Online di Badan Pusat Statistik Kota Malang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1).
- Gunawan, W., & Sutrisno, B. (2021). Pemetaan Sosial Untuk Perencanaan Pembangunan Masyarakat. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 2(2), 94.
- Habib, M. A. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat dan Ekonomi Kreatif. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 106-134.
- Ismayanti, N. F. (2015). Akuntansi Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Bank Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2).
- Jannah, I. N., & Zulkarnaini, Z. (2023). Efektivitas Program Bantuan Langsung Tunai-Dana Desa (BLT-DD) Di Desa Sungai Beras Hilir Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(15), 248-258.
- Khairiyah, N., & Zulkarnaini, Z. (2021). Efektivitas Pelaksanaan Program Satu Keluarga Satu Sarjana Oleh Baznas di Kabupaten Kampar. *Ministrate: Jurnal Birokrasi dan Pemerintahan Daerah*, 3(3), 258-266.
- Magdalena, C. (2021). Efektivitas Program CSR Bank Jateng Dalam Kebijakan Rehabilitas Rumah Tidak Layak Huni (RLTH) Di Kota Surakarta. *Jurnal Administrasi Publik*, 1-15.
- Marthin, S. B. (2017). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *urnal Hukum Perdata dan Komersial*, 111-132.
- Mayasari. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pt. Telekomunikasi Selular (Studi Pada Pengunjung Taman Singha Merjosari Malang yang Menggunakan Loop Arena). Universitas Brawijaya.
- Melati, M., & Zulkarnaini, H. (2021). Efektivitas Program Bantuan Sosial Tunai Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Pasir Pengaraian. *Journal Publicuho*, 4(1), 19.
- Najidah, N., & Lestari, H. (2019). Efektivitas Program Keluarga Harapan (Pkh) Di Kelurahan Rowosari Kecamatan Tembalang Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 8(2).
- Nuraida, N. (2020). Efektifitas Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH) di Kecamatan Cisolak Kabupaten Subang. *The World of Public Administration Journal*, 1(2), 148-165. <https://doi.org/10.37950/paj.vi.741>

- Pali, E. R., Budiarmo, N. S., & Walandouw, S. K. (2022). Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-PP) di Kecamatan Sario Kota Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 5(2).
- Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Provinsi Riau.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 195 Tahun 2017 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (Corporate Social Responsibility) di Lingkungan Pemerintah Kota Pekanbaru.
- Ristiawan, M. I. (2019). Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina Di Tambakrejo, Kecamatan Semarang Utara, Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 8, Nomor 3.
- Riyandri, R. (2017). Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Perkebunan Nusantara V Wilayah Kebun Sei Intan Kabupaten Rokan Hulu. *JOM FISIP*, 4, Nomor 2.
- Sari, D. N. (2021). Eektivitas Pengelolaan Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Desa Cigondewah Hilir Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung). *Jurnal Identitas*, 64-74
- Syam, S. (2020). Pengaruh Efektifitas Dan Efisiensi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Banggae Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 4(2). <https://doi.org/10.26618/profitability.v4i2.3781>
- Taufiq, A. R. (2021). Peran Corporate Social Responsibility terhadap Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan pada Industri Ritel. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 22-36.
- Tuheteru, N. R. F., Musfitria, A., & Yuliawan, E. (2022). Analisis Efektivitas pada Pengelolaan Kas Dana Bantuan Operasional Sekolah di MI At-Taqwa Cijeruk. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(3). <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i3.900>
- Tutut Pujayanti, D. M. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program CSR PT. PJB UBJOM PLTU Tenayan di Kelurahan Industri Tenayan (Community Empowerment Through CSR Program by PT PJB UBJOM PLTU Tenayan in Industry Tenayan Village). *Jurnal Studi Ilmu Sosial dan politik (jasipol)*, 101-116.
- Undang Undang Nomor 8 Tahun 1997 Tentang Dokumen Perusahaan
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Wandi, R. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Perkebunan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PTPN V di Kecamatan Lubuk Dalam, Kabupaten Siak Sri Indrapura). *JOM FISIP*, 1-9.