

URGENSI CORPORATE SOSIAL RESPONBILITY AND ETHICS IN EDUCATION

Moh. Vito Miftahul Munif¹, Agus Zaenul Fitri²

Universitas Islam Darul ‘ulum, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
vitomunif@unisda.ac.id, guszain@yahoo.co.id

Abstract

The aim of this research is to describe the urgency of corporate social responsibility and ethics in education based on the results of a literature review conducted by researchers from various sources. The research method used in this research is a literature review. Based on research conducted, it shows that there are 3 urgencies for corporate social responsibility and ethics in education, namely first, focusing on providing opportunities for access to learning for all people who have not had access to learning. Second, increasing human resources in the education sector, such as training and further education for teachers. Third, improving pre-facilities that do not receive enough government attention or are not yet representative to realize an increase in the quality of education.

Keyword: *Urgency, Corporate Social Responsibility and Ethics, In Education*

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan urgensi corporate social responsibility and ethics in education berdasarkan hasil literatur review yang telah dilakukan oleh peneliti dari berbagai sumber. Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah literatur review. Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat 3 urgensi corporate social responsibility and ethics in education yaitu pertama, berfokus pada pemberian kesempatan akses belajar bagi seluruh masyarakat yang belum mendapat akses belajar. Kedua, peningkatan SDM dibidang pendidikan seperti pelatihan dan pendidikan lanjut untuk guru. Ketiga, Peningkatan sarana pra sarana yang kurang mendapatkan perhatian pemerintah maupun belum representative untuk mewujudkan peningkatan kualitas pendidikan.

Kata Kunci: Urgensi, Corporate Social Responsibility and Ethics, In Education.

PENDAHULUAN

Pemerintah telah mengeluarkan anggaran untuk meningkatkan mutu kualitas pendidikan di Indonesia, namun pada saat ini partisipasi pemerintah dirasa belum menjanjikan bagi seluruh lapisan masyarakat untuk memperoleh pendidikan dengan kualitas yang sama. Hal ini dapat terlihat dari kesenjangan antara pendidikan di kota-kota besar dan didaerah yang belum merata, sehingga dengan adanya bantuan dari perusahaan-perusahaan maka akses pendidikan dan kualitas pendidikan pendidikan serta prasarana dalam kegiatan pendidikan dapat ditingkatkan. Biaya pendidikan di Indonesia saat ini sudah tidak dibebankan sepenuhnya kepada masyarakat, namun harus disadari masih terdapat kebutuhan-kebutuhan lain untuk kegiatan pendidikan seperti keperluan akan seragam sekolah, peralatan tulis, transportasi, dan sebagainya yang belum terpenuhi seluruhnya oleh pemerintah. Di sinilah perusahaan harus memberikan kontribusinya yang secara tidak langsung berdampak terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di Indonesia.¹

Pendidikan mempunyai peran sentral di dalam pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Maka dari itu program CSR dalam program pendidikan harus semakin di gencarkan. Pendidikan adalah kunci di dalam pembangunan berkelanjutan, maka sudah sepantasnya pembangunan ini berpihak kepada kelompok masyarakat miskin dan dunia industri memberikan perhatian secara khusus terhadap isu ini. Pelaksanaan CSR sendiri sudah di atur di dalam UU No. 40 Tahun 2007 yang berbunyi “perseroan yang usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR”. Maka dari CSR bukan lagi berbicara kewajiban moral, tetapi juga sudah kewajiban hukum yang telah di atur di dalam undang-undang.²

Ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu Corporate Social Responsibility (CSR) sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat, sehingga wajar apabila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik social.³

¹ Rury Atmi Mentari, *Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) Pada Pendidikan*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/6254/3345>.

² Muhammad Faroh Ilham, “Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Bidang Pendidikan Di Kabupaten Pasuruan : Analisis Fungsional Struktural”, *Jurnal Al Ulum Ilmu Sosial Humaniora*, Volume 9 Nomor 2, Oktober 2023, 38.

³ Lin Aqiela, “IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) EL-CORPS”,

Bidang pendidikan adalah sektor investasi sosial yang strategis dan sangat menentukan bagi masa depan suatu bangsa, hal ini ditujukan untuk melahirkan generasi penerus bangsa yang tangguh. Program ini bisa menjadi salah satu proses yang bisa menjadi alternatif untuk berfokus meningkatkan kualitas pendidikan di daerah – daerah terpencil. Karena sebagai bentuk upaya pemerataan kualitas pendidikan di seluruh Indonesia. Setiap perusahaan wajib mengalokasikan dana CSRnya untuk masyarakat sekitar, jika setiap perusahaan memiliki komitmen untuk memberdayakan masyarakat dan didukung pula oleh kualitas para pekerja sosial yang terbaik, hal ini bisa menjadi program yang luar biasa, yang bisa memajukan pendidikan bangsa Indonesia.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah literatur review. literature review merupakan suatu metode penelitian melakukan identifikasi, evaluasi dan interpretasi terhadap semua hasil penelitian yang relevan terkait pertanyaan penelitian tertentu, topik tertentu, atau fenomena yang menjadi perhatian.

PEMBAHASAN

Pengertian Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.⁴ Menurut Undang-undang No.40 Tahun 2007, pasal 74 ayat (1) menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR). Dengan demikian perusahaan dapat memberikan perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan melalui Corporate Social Responsibility (CSR).

Jhonson and Jhonson menjelaskan : "*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*".⁵ Definisi tersebut lebih menjelaskan bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan.

Social Work Jurnal Volume 8 No. 2, 211 – 218.

⁴ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), 1.

⁵ Brigitte-Jane Ryan, "The 'Hearing Aid Effect' in Northern Territory Indigenous Australian Children as Perceived by Their Peers," *Australian and New Zealand Journal of Audiology* Volume 28, No. 2 (2006): 55–74.

Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Sedangkan menurut Lord Holme and Richard Watts mendefinisikan "*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by bussiness to behave ethically and contribute to economic developepment while improving the equality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*".⁶ Definisi tersebut mengandung makna, bahwa tanggungjawab sosial merupakan komitmen berkelanjutan para pelaku bisnis untuk memegang teguh pada etika bisnis dalam beroperasi, memberi kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, serta berusaha mendukung peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan bagi para pekerja, termasuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar.⁷

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan yang berfokus pada bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas hidup bagi tenaga kerja dan keluarganya beserta masyarakat setempat maupun masyarakat luas serta pelestarian lingkungan sebagai kegiatan untuk mematuhi aturan dan kebijakan yang berlaku.

Elkington mengemukakan bahwa tanggungjawab social perusahaan mencakup tiga dimensi, yang lebih populer dengan singkatan 3P, yaitu: mencapai keuntungan (profit) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (people), dan memelihara kelestarian alam (planet). Berdasarkan dari konsep 3P yang dikemukakan Elkington, konsep Corporate Social Responsibility sebenarnya ingin memadukan tiga fungsi perusahaan secara seimbang, yaitu 1. Fungsi Ekonomis. Fungsi ini merupakan fungsi tradisonal perusahaan, yaitu untuk memperoleh keuntungan (profit) bagi perusahaan. 2. Fungsi Sosial. Perusahaan menjalankan fungsi ini melalui pemberdayaan manusianya, yaitu para pemangku kepentingan(people) baik pemangku kepentingan primer maupun pemangku kepentingan sekunder. Selain itu, melalui fungsi ini perusahaan berperan menjaga keadilan ndalam membagi manfaat dan menanggung beban yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan. 3. Fungsi Alamiah. Perusahaan berperan dalam menjaga kelestarian alam (planet). Perusahaan hanya merupakan salah satu elemen dalam system kehidupan di bumi ini. Bila bumi ini dirusak maka seluruh bentuk kehidupan di bumi akan terancam musnah.

⁶ Alexander Dahlsrud, "How Corporate Social Responsibility Is Defined: An Analysis of 37 Definitions," *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* Volume 15, No. 1 January 2008, 1–13.

⁷ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 46.

Selain itu, CSR dapat dianggap sebagai suatu klaim etis bagi perusahaan dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Terkait dengan klaim etis, adanya CSR disebabkan karena munculnya dampak negatif dari pelaksanaan aktivitas bisnis sehingga untuk mengatasi dampak tersebut perusahaan melakukan pembangunan berkelanjutan dalam melaksanakan aktivitasnya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Filho bahwa hubungan etika dan transparansi perusahaan memiliki kaitan dengan tujuan dari perusahaan yang harus sesuai dengan pembangunan masyarakat berkelanjutan, pelestarian lingkungan dan budaya, menghormati keragaman, dan membantu mengatasi masalah sosial yang berkembang di masyarakat. Perusahaan harus memberikan perhatian terhadap aspek-aspek tersebut dengan melihat keadaan masyarakat sekitar atau masyarakat luas serta menjalin interaksi dengan masyarakat. Dengan membangun interaksi dan hubungan kepada masyarakat, maka perusahaan dapat mencegah timbulnya tanggapan negatif dari masyarakat terhadap aktivitas bisnisnya termasuk meminimalisir terjadinya konflik sehingga perusahaan dapat tetap berkembang secara berkelanjutan.⁸

Manfaat Corporate Social Responsibility

Keberadaan perusahaan harus bermanfaat untuk masyarakat sekitar. Artinya, prinsip dasar Corporate Social Responsibility (CSR) adalah pemberdayaan masyarakat setempat yang bertujuan untuk mengkreasikan masyarakat mandiri. Selain dari pemberdayaan masyarakat, dari sisi perusahaan agar operasional perusahaan berjalan lancar tanpa ada gangguan. Jika ada hubungan masyarakat dengan perusahaan tidak baik, bisa dipastikan ada masalah. Hal ini disebabkan karena kurang/minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan CSR. Hal ini, menjelaskan bahwa perusahaan yang melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki beberapa manfaat bagi perusahaan, antara lain:⁹ 1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan; 2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial; 3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan; 4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha; 5. Membuka peluang pasar yang lebih luas; 6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah; 7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder; 8. Memperbaiki hubungan dengan regulator; 9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan dalam bekerja; 10. Peluang mendapatkan penghargaan dari pemangku kebijakan.

Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) dapat meningkatkan reputasi dan mendukung bisnis perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) tidak memberikan

⁸ Filho, J. d., Wanderley, L., Gomez, C., & Farache, F., *Strategic Corporate Social Responsibility Management for Competitive Advantage*. (Brazilian Administration Review, 2010), 294-309.

⁹ Hendrik Budi Untung, *Corporate Sosial Responsibility*, (Jakarta,: Sinar Grafika, 2008), 6-7.

dampak ekonomis secara langsung dalam jangka pendek melainkan dalam jangka panjang.¹⁰ Pada hakikatnya Corporate Social Responsibility (CSR) adalah investasi bisnis dan dapat digolongkan ke dalam investment center. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan sedang melakukan investasi sosial melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) sehingga dapat berdampak terhadap kelancaran operasi Perusahaan.

Implementasi Corporate Social Responsibility

Implementasi Program CSR pendidikan ini disesuaikan dengan visi dan misi pemerintah untuk mewujudkan daya saing dan siap menghadapi kompetisi arus globalisasi. Maka dari itu, ada tiga tahapan yang perlu dilakukan dalam mengaplikasikan CSR bidang pendidikan ini, yaitu: Perencanaan, Implementasi dan Evaluasi.¹¹

Pertama, Perencanaan. Perencanaan CSR pendidikan perlu memperhatikan sembilan hal dalam menentukan strategi yang lebih efektif: 1. Menetapkan visi sebagai landasan filosofis sebagai arahan bagi para pihak pengelola perusahaan untuk menentukan code of conduct agar sejalan dengan nilai masyarakat di lingkungannya. 2. Menetapkan misi sebagai penjabaran operasional dari visi yang telah ditentukan. 3. Menetapkan tujuan sebagai rumusan apa yang akan diselesaikan oleh perusahaan dalam keberpihakan terhadap pemangku kepentingan, kapan diselesaikan, serta mengukur secara akurat kegiatan dilakukan. 4. Menetapkan target sebagai batas dan acuan pencapaian pekerjaan jangka pendek dari tujuan yang telah ditentukan. 5. Mempertimbangkan kebijakan sebagai arah atau acuan dasar yang diambil pimpinan dalam merumuskan strategi pelaksanaan CSR. 6. Menetapkan strategi sebagai sarana untuk menjabarkan, visi, misi, tujuan, target, dan kebijakan tanggungjawab sosial yang akan dipraktikkan. 7. Merancang struktur organisasi, perlu dibentuk suatu departemen yang secara khusus bertanggung jawab atas pelaksanaan CSR. 8. Merancang Program sebagai bentuk aktivitas dan keefektifan terhadap kemandirian stakeholder dan lingkungan. 9. Menyediakan sumber daya manusia merupakan pihak karyawan yang disertai pelaksanaan aktivitas tanggungjawab social.

Kedua, Implementasi. Implementasi CSR berarti merencanakan implementasi pelaksanaan CSR di lapangan. Tahapan ini merupakan tahap aplikasi program CSR sebagaimana telah direncanakan sebelumnya. Penerapan CSR ini membutuhkan iklim organisasi yang saling percaya dan kondusif, sehingga memunculkan motivasi dan komitmen pelaksanaan. Implementasi CSR ini memiliki tiga strategi utama, yakni

¹⁰ T Romi Marnelly, "CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR): Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia," *Jurnal Aplikasi Bisnis* Volume 2, No. 2 (2012): 49– 59.

¹¹ Wahyu Sulfemi, *Manajemen Pendidikan Berbasis Multi Budaya*, (Bogor: STKIP Muhammadiyah Bogor, 2019), 34.

sentralisasi, desentralisasi dan kombinasi. Implementasi CSR ini dapat dilaksanakan secara self managing, berarti implementasi CSR yang perusahaan melaksanakan sendiri di lapangan, dengan membentuk departement atau yayasan dalam melaksanakan CSR. Atau dilaksanakan secara outsourcing yang berarti pelaksanaan CSR diserahkan pada pihak ketiga, sehingga perusahaan tidak terlibat langsung dalam pelaksanaan di lapangan.

Ketiga, Evaluasi. Suatu program, CSR membutuhkan pemantauan dan evaluasi dalam rangka perbaikan di masa depan, sekaligus menentukan tingkat capaian kinerja aktivitas sosial yang telah ditentukan. Evaluasi ini ditujukan untuk mengetahui sejauhmana pencapaian tujuan program serta apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan koreksi. Dilihat dari horizon waktu, evaluasi CSR dapat dilakukan harian, mingguan, bulanan, triwulan, semesteran maupun tahunan. Dilihat dari proses pelaksanaan evaluasi, dapat dilakukan ketika masih pada proses perencanaan, saat pelaksanaan program setelah selesai program. Sedangkan untuk melihat dan menentukan tingkat keberhasilan perlu disusun standar evaluasi dan keberhasilan program.

Menurut Princes of Wales Foundation ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR: Pertama, menyangkut human capital atau pemberdayaan manusia. Kedua, environments yang berbicara tentang lingkungan. Ketiga, Good Corporate Governance, artinya mekanisme bagaimana sumber daya perusahaan dialokasikan menurut aturan hak dan kuasa. Keempat, Social Cohesion, artinya dalam melaksanakan CSR jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial. Kelima, Economic Strenght, atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi. Selain itu, faktor lainnya yang mempengaruhi implementasi CSR adalah komitmen pimpinan perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan serta regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah.¹²

Dalam melaksanakan CSR terdapat tiga tingkat kegiatan yang dilakukan dalam program-program CSR, yaitu pertama, charity yaitu merupakan suatu kegiatan dalam program CSR yang berfokus pada kegiatan charity atau pemberian bantuan secara langsung. Kegiatan charity ini hanya memberikan dampak penyelesaian masalah secara sesaat dan tidak membuat kesejahteraan bagi masyarakat meningkat. Pada tingkatan ini, dapat membuat masyarakat memiliki ketergantungan yang tinggi kepada perusahaan. Kedua, filantropi merupakan kegiatan CSR yang dilakukan untuk upaya penyelesaian dan membantu permasalahan-permasalahan secara parsial yang dihadapi oleh masyarakat sekitar perusahaan. Ketiga, citizenship dimana perusahaan pada tingkatan ini melakukan

¹² Untung, Corporate Social Responsibility (CSR), 12.

kegiatan CSR dengan berfokus pada pembentukan dan peningkatan daya saing masyarakat. Program yang dilaksanakan di tingkat citizenship berupaya untuk membangun masyarakat yang mandiri dan mampu mengatasi permasalahannya sendiri. Kegiatan CSR yang dilaksanakan secara efektif dan konsisten dapat memberikan beragam manfaat baik itu untuk perusahaan, masyarakat, dan lingkungan.¹³

Urgensi Corporate Social Responsibility And Ethic In Education

Pendidikan merupakan unsur penting dalam pembangunan suatu negara, sehingga perusahaan tidak dapat mengabaikan aspek pendidikan dalam pelaksanaan program CSR. Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam dunia pendidikan memiliki banyak manfaat terhadap peningkatan kualitas maupun sarana dan prasarana penunjang kegiatan pendidikan. Program CSR yang dilakukan dalam bidang pendidikan bertujuan untuk meningkatkan pendidikan, moral, dan nilai-nilai keagamaan sebagai suatu upaya dalam peningkatan kompetensi sumber daya manusia tanpa mengesampingkan berbagai potensi dan kearifan lokal yang ada di masyarakat. Perkembangan pendidikan memiliki kaitan dengan perkembangan sumber daya manusia, sehingga program CSR dalam bidang pendidikan memiliki andil yang besar terhadap pembentukan dan pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas yang nantinya akan berpengaruh terhadap pembangunan berkelanjutan. Peningkatan kualitas pendidikan merupakan salah satu tujuan penting bagi negara berkembang sehingga adanya penerapan program CSR dalam pendidikan merupakan salah satu upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Keberhasilan suatu program CSR dalam bidang pendidikan dapat ditunjukkan dengan dokumentasi yang mendeskripsikan mengenai adanya penurunan terhadap angka buta huruf serta adanya peningkatan dalam kemampuan sumber daya manusia di Masyarakat.

Perusahaan yang menjalankan program CSR di bidang pendidikan harus berkontribusi dan menjamin bahwa setiap individu dalam masyarakat memperoleh akses terhadap pendidikan, sehingga keberhasilan dalam menjalankan program CSR dapat tercapai sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Prajarto program CSR yang dilakukan oleh Perusahaan-perusahaan di Indonesia dalam pengembangan sumber daya manusia yang salah satunya melalui bantuan yang diberikan pada bidang pendidikan, meliputi pemberian beasiswa, kesetaraan dalam kompetensi, pengembangan sarana, dan prasarana sekolah. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan dapat dilaksanakan dengan peningkatan dan

¹³ Rifdah Arifah Kurniawan, "IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM BIDANG PENDIDIKAN MELALUI PEMBANGUNAN DAN PENGEMBANGAN PERPUSTA", *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol 7, No: 2 Agustus 2020, 280 – 295.

perbaikan dalam aspek sarana dan prasarana penunjang kegiatan pendidikan.¹⁴

Hal ini penting menjadi fokus dalam implementasi CSR dibidang Pendidikan ialah impelmentasi CSR harus bermanfaat untuk membuka akses pendidikan seluas-luasnya bagi masyarakat yang belum mendapatkan akses Pendidikan, hal itu dapat dilakukan melalui bantuan beasiswa untuk siswa, kedua, memberikan akses peningkatan SDM dibidang Pendidikan melalui pelatihan dan pemberian beasiswa bagi guru-guru yang berprestasi ataupun yang terdapat diwilayah 3T. Ketiga, peningkatan sarana prasarana sekolah yang membadaai bagi sekolah-sekolah yang kirang mendapatkan perhatian dari pemerintah. Dengan begitu kehadiran CSR dalam dunia Pendidikan dapat dirasakan secara utuh dan memebrikan manfaat secara nyata untuk peningkatan kualitas Pendidikan di indonesai untuk menuju Indonesia emas di 2024.

PENUTUP

Corporate Social Responsibility merupakan suatu bentuk kepedulian sosial perusahaan terhadap karyawan, stakeholder dan masyarakat sebagai bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan dengan cara melayani kepentingan internal dan eksternal. Terdapat 3 hal penting yang harus menjadi fokus implementasi CSR dalam Pendidikan, yakni CSR yang berfokus pada tersedianya akses pendidikan bagi masyarakat luas,. Kedua, berfokus pada peningkatan SDM bidang Pendidikan yakni tersedianya bagi beasiswa ataupun pelatihan bagi para guru untuk meningkatkan kompetensinya. Ketiga, peningkatan saran pra saran pada sekolah-sekolah yang infrastruktur yang kurang mendapatkan perhatian pemerintah maupun masih kurang representative. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi refrensi untuk memperjelas arah dan tujuan dari implementasi CSR dibidang Pendidikan, sehingga manfaat CSR benar-benar bisa sesuai dengan arah peningkatan kualitas pendidikan. Jenis penelitian CSR dalam bidang penelitian masih sangat minim, besar harapan peneliti kedepan banyak yang melakukan kajian CSR dibidang pendidikan serta dapat digunakan sebagai sumber referensi selanjutnya..

¹⁴ Naraduhita, Dea Cendani dan Sawarjuwono, Tjiptohadi. 2012. "Corporate Social Responsibility: Upaya Memahami Alasan Dibalik Pengungkapan CSR Bidang Pendidikan". *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Vol. 8 (2), p 95-189.

DAFTAR RUJUKAN

- Rury Atmi Mentari, *Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) Pada Pendidikan*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/6254/3345>.
- Muhammad Faroh Ilham, “Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Bidang Pendidikan Di Kabupaten Pasuruan : Analisis Fungsional Struktural”, *Jurnal Al Ulum Ilmu Sosial Humaniora*, Volume 9 Nomor 2, Oktober 2023, 38.
- Lin Aqiela, “IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) EL-CORPS”, *Social Work Jurnal* Volume 8 No. 2, 211 – 218.
- Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), 1.
- Brigitte-Jane Ryan, “The ‘Hearing Aid Effect’ in Northern Territory Indigenous Australian Children as Perceived by Their Peers,” *Australian and New Zealand Journal of Audiology* Volume 28, No. 2 (2006): 55–74.
- Alexander Dahlsrud, “How Corporate Social Responsibility Is Defined: An Analysis of 37 Definitions,” *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* Volume 15, No. 1 January 2008, 1–13.
- Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 46.
- Filho, J. d., Wanderley, L., Gomez, C., & Farache, F., *Strategic Corporate Social Responsibility Management for Competitive Advantage*. (Brazilian Administration Review, 2010), 294-309.
- T Romi Marnelly, “CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR): Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia,” *Jurnal Aplikasi Bisnis* Volume 2, No. 2 (2012): 49– 59.
- Wahyu Sulfemi, *Manajemen Pendidikan Berbasis Multi Budaya*, (Bogor: STKIP Muhammadiyah Bogor, 2019), 34.
- Rifdah Arifah Kurniawan, “IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM BIDANG PENDIDIKAN MELALUI PEMBANGUNAN DAN PENGEMBANGAN PERPUSTA”, *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol 7, No: 2 Agustus 2020, 280 – 295.
- Naraduhita, Dea Cendani dan Sawarjuwono, Tjiptohadi. 2012. “Corporate Social Responsibility: Upaya Memahami Alasan Dibalik Pengungkapan CSR Bidang Pendidikan”. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Vol. 8 (2), p 95-189.