

IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) UNTUK MENINGKATKAN SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DALAM PENDIDIKAN

Muhammad Khoiri¹, Sulistyorini², Agus Zaenul Fitri³

STAI Darul Hikmah Tulungagung¹

UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung^{2,3}

mkhoiridh@gmail.com, sulistyorini@uinsatu.ac.id, guszain@yahoo.co.id

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) plays an essential role in supporting social development through its contribution to enhancing the quality of human resources (HR), particularly in the field of education. CSR in education aims to provide access and support for communities to attain better education, especially in areas with limited facilities and access to quality education. Through well-structured CSR programs, companies can offer support in the form of infrastructure, educational facilities, scholarships, and relevant training to improve the competencies of students and educators. In addition to benefiting the community, implementing CSR in education also supports the sustainability of companies by strengthening their reputation, enhancing relationships with surrounding communities, and creating a more skilled workforce to support future industrial development. Thus, the urgency of CSR in education not only positively impacts HR quality but also creates long-term effects for sustainable economic development. This research uses library research and non-statistical descriptive analysis methods in data presentation. The findings conclude that CSR implementation in education includes, first, CSR focused on providing broad access to education for the community; second, focusing on improving HR in education, including scholarships or training for teachers to enhance their competencies; and third, improving facilities and infrastructure in schools with inadequate government attention or those still lacking representativeness.

Keywords: *Corporate Social Responsibility implementation, human resource development, education.*

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan sosial melalui kontribusinya dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), khususnya di bidang pendidikan. CSR dalam pendidikan bertujuan untuk memberikan akses dan dukungan kepada masyarakat agar memperoleh pendidikan yang lebih baik, terutama di daerah yang masih mengalami keterbatasan fasilitas dan akses terhadap pendidikan berkualitas. Melalui program CSR yang terstruktur, perusahaan dapat memberikan bantuan berupa infrastruktur, sarana dan

prasarana pendidikan, beasiswa, dan pelatihan yang relevan bagi peningkatan kompetensi pelajar dan tenaga pendidik. Selain membawa manfaat bagi masyarakat, pelaksanaan CSR di bidang pendidikan juga mendukung keberlanjutan perusahaan dengan memperkuat reputasi, meningkatkan hubungan dengan masyarakat sekitar, dan menciptakan tenaga kerja yang lebih terampil untuk mendukung perkembangan industri di masa mendatang. Dengan demikian, urgensi CSR dalam pendidikan tidak hanya memberikan dampak positif bagi kualitas SDM, tetapi juga menciptakan dampak jangka panjang bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode *library research* dan analisis deskriptif non-statistik dalam penyajian datanya. Kesimpulannya 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 sarana dan prasarana pada sekolah-sekolah yang infrastruktur yang kurang mendapatkan perhatian pemerintah maupun masih kurang representatif.

Kata Kunci: Implementasi Corporate Social Responsibility, peningkatan sumber daya manusia, pendidikan.

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia telah menyediakan anggaran untuk meningkatkan mutu pendidikan di Indonesia, namun partisipasi pemerintah saat ini dirasa belum cukup memenuhi harapan masyarakat untuk akses pendidikan berkualitas yang merata. Kesenjangan pendidikan antara kota besar dan daerah terpencil masih tampak jelas. Melalui bantuan dari berbagai perusahaan, diharapkan akses dan kualitas pendidikan serta infrastruktur pendukung dapat lebih ditingkatkan (Khoiri et al. 2024). Saat ini, biaya pendidikan tidak sepenuhnya ditanggung masyarakat, namun kebutuhan lain seperti seragam, alat tulis, dan transportasi belum sepenuhnya terpenuhi oleh pemerintah. Di sinilah peran perusahaan dalam memberikan kontribusi sangat dibutuhkan karena berdampak pada peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di Indonesia (Asiva Noor Rachmayani 2015).

Pendidikan memiliki peran penting dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas SDM. Oleh karena itu, program CSR di bidang pendidikan perlu lebih digiatkan (Baden and Wilkinson 2021). Pendidikan adalah kunci pembangunan berkelanjutan yang harus memprioritaskan kelompok masyarakat kurang mampu. Dunia industri perlu memberikan perhatian khusus terhadap isu ini. Pelaksanaan CSR sendiri sudah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 yang menyebutkan bahwa "perusahaan yang bergerak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR." Dengan demikian, CSR bukan hanya kewajiban moral, tetapi juga kewajiban hukum yang diatur undang-undang (Ilhami,

Sulistyowati, and Saiman 2023).

Ada tiga alasan penting mengapa dunia usaha harus mengembangkan CSR sejalan dengan operasinya. Pertama, perusahaan merupakan bagian dari masyarakat sehingga wajar untuk memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, bisnis dan masyarakat perlu memiliki hubungan simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan CSR dapat membantu meredam atau mencegah konflik social (Aqiela, Raharjo, and Resnawaty 2019).

Bidang pendidikan merupakan investasi sosial yang strategis dan sangat menentukan masa depan bangsa, bertujuan mencetak generasi penerus yang tangguh. Program ini bisa menjadi alternatif untuk fokus meningkatkan kualitas pendidikan di daerah terpencil guna mewujudkan pemerataan pendidikan di seluruh Indonesia. Setiap perusahaan diwajibkan mengalokasikan dana CSR-nya bagi masyarakat sekitar. Jika setiap perusahaan memiliki komitmen untuk memberdayakan masyarakat dengan dukungan pekerja sosial berkualitas, ini akan menjadi program luar biasa untuk memajukan pendidikan di Indonesia (Julian et al. 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur untuk menganalisis berbagai pendekatan dalam mengintegrasikan sains dan agama. Pemilihan metode kualitatif dilakukan karena memberikan ruang bagi peneliti untuk menggali dan memahami fenomena sosial yang kompleks, terutama dalam konteks penerapan integrasi antara keduanya. (Sugiono 2013). Melalui studi literatur, peneliti dapat mengumpulkan data serta wawasan dari berbagai sumber yang relevan, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai topik yang dikaji. Sumber data penelitian ini mencakup buku, jurnal ilmiah, dan berbagai literatur lain yang membahas tentang esensi sains dan agama, serta pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan keduanya, dengan tujuan memberikan pemahaman yang komprehensif.

PEMBAHASAN

Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau sektor bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosialnya, berfokus pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hendrik 2007). Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 Ayat (1) mengamanatkan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib menjalankan tanggung jawab sosial

dan lingkungan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan perhatian pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan melalui CSR.

Menurut Johnson & Johnson, "*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society,*" (Brigitte-Jane Ryan 2006) yang menekankan pentingnya pengelolaan perusahaan agar memiliki dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

Definisi lain oleh Lord Holme dan Richard Watts menyatakan, "*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*" Definisi ini menggarisbawahi CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk menjalankan etika bisnis, berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan, dan meningkatkan taraf hidup serta kesejahteraan karyawan, keluarga mereka, dan masyarakat sekitar.

Dengan demikian, CSR dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan melalui tanggung jawab sosial yang berfokus pada aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan guna meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga mereka, masyarakat sekitar, serta menjaga kelestarian lingkungan sesuai aturan yang berlaku.

Elkington mengembangkan konsep CSR yang mencakup tiga dimensi yang dikenal dengan "3P": *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan). Konsep ini mengajak perusahaan untuk seimbang dalam menjalankan tiga fungsi:

1. Fungsi Ekonomi, yang berfokus pada menghasilkan keuntungan (*profit*).
2. Fungsi Sosial, di mana perusahaan memberdayakan para pemangku kepentingan (*people*), baik primer maupun sekunder, dan menjaga keadilan dalam pembagian manfaat dan tanggungan dari kegiatan perusahaan.
3. Fungsi Lingkungan, yaitu menjaga kelestarian alam (*planet*) yang merupakan bagian dari sistem kehidupan.

CSR juga dianggap sebagai tanggung jawab etis perusahaan dalam menjalankan bisnis. Hal ini timbul sebagai reaksi terhadap dampak negatif yang mungkin muncul dari aktivitas bisnis, sehingga perusahaan melakukan pembangunan berkelanjutan. Menurut Filho, etika dan transparansi dalam perusahaan berkaitan erat dengan tujuan pembangunan masyarakat yang berkelanjutan, pelestarian lingkungan, penghormatan terhadap budaya dan keragaman, serta solusi terhadap masalah sosial di masyarakat. Perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek ini, menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar untuk menghindari tanggapan negatif, mengurangi konflik, dan mendorong perkembangan perusahaan yang berkelanjutan.

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 (Annisa Nurbaety, Rina Ratnasih 2015). 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.

Prinsip dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pemberdayaan masyarakat setempat yang kurang mampu agar terbebas dari kemiskinan. Perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai beberapa manfaat. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan antara lain: (a) mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta 6 citra merek perusahaan; (b) mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial; (c) mereduksi risiko bisnis perusahaan; (d) melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha; (e) membuka peluang pasar yang lebih luas; (f) mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah; (g) memperbaiki hubungan dengan stakeholders; (h) memperbaiki hubungan dengan regulator; (i) meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan; (j) peluang mendapatkan penghargaan.

Selain manfaat tersebut terdapat manfaat lain diantaranya, pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (image) yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal. Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (critical decision making) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (Ellitan 2009).

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan reputasi dan mendukung bisnis perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memberikan dampak ekonomis secara langsung dalam jangka pendek melainkan dalam jangka Panjang (Astuti and Saitri 2016). Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) terutama dalam perusahaan ekstratif, seperti industri tambang, bersifat *cost center* menjadi “beban” bagi perusahaan. Namun perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam jangka panjang dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR), karena pada hakekatnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah “investasi” bisnis dan dapat digolongkan ke dalam investment 7 center. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan sedang melakukan investasi sosial (social

investment) melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga dapat berdampak terhadap kelancaran operasi perusahaan yang bersangkutan. Selain penjelasan di atas, masih terdapat manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut salah seorang aktor *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan pada saat learning forum berlangsung, manfaat secara tidak langsung *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah dapat meredam isu-isu yang tidak menguntungkan terkait dengan operasi Perusahaan (Purwadi 2017). Ketika terjadi demo misalnya, justru yang meredam adalah masyarakat sendiri yang menjadi beneficiaries perusahaan. Dengan demikian, mengintegrasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ke dalam praktik bisnis perusahaan sama halnya dengan menyelamatkan eksistensi bisnis itu sendiri, karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi “pagar pengaman sosial” dari masyarakat terhadap perusahaan dari berbagai akibat tindakan yang kurang menguntungkan (Fajar Nursahid 2008).

Perusahaan yang terlibat dalam beberapa aspek *Corporate Social Responsibility* (CSR), baik di dalam dan di luar perusahaan, akan membuat produk dan jasa lebih menarik bagi konsumen secara keseluruhan, sehingga membuat perusahaan lebih menguntungkan. Memang akan ada peningkatan biaya untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), tetapi manfaatnya cenderung jauh lebih besar daripada biayanya. Dengan demikian perusahaan dapat mendapat keuntungan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR).

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.

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 menentukancode of conduct agar sejalan dengan nilai masyarakat di lingkungannya. 2. Menetapkan misi sebagai penjabaran operasioanal 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 kecapaian pekerjaan jangka pendek dari tujuan yang telah ditentukan. 5. Mempertimbangkan kebiakan 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 kemanfaatpada stakeholder dan lingkungan. 9. Menyediakan sumber daya manusia merupakan pihakkaryawan 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 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 sejauhmanapencapaian 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 (Astuti and Suharni 2020).

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 (Eriandani, Pudjolaksono 2018). Selain itu, faktor lainnya yang mempengaruhi implementasi CSR adalah komitmen pimpinan perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan serta regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah.

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 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 (Kurniawan et al. 2012).

Urgensi *Corporate Social Responsibility* dalam Pendidikan

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 (Iqbal, n.d. 2017).

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 (Jamil, Adawiyah, and Rumawi

2021). 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 perbaikan dalam aspek sarana dan prasarana penunjang kegiatan pendidikan (Naraduhita and Sawarjuwono 2012).

Implementasi CSR dalam bidang Pendidikan harus bermanfaat untuk membuka akses pendidikan seluas-luasnya bagi masyarakat yang belum mendapatkan akses Pendidikan (Wahyu and Budianto 2023). Hal itu dapat dilakukan melalui bantuan beasiswa untuk siswa, kedua memberikan akses peningkatan SDM di bidang Pendidikan melalui pelatihan dan pemberian beasiswa bagi guru-guru yang berprestasi ataupun yang terdapat diwilayah 3T. Ketiga, peningkatan sarana prasarana sekolah yang memadai bagi sekolah-sekolah yang kurang mendapatkan perhatian dari pemerintah. Dengan begitu kehadiran CSR dalam dunia Pendidikan dapat dirasakan secara utuh dan memberikan manfaat secara nyata untuk peningkatan kualitas Pendidikan di indonesai untuk menuju Indonesia emas 2045.

KESIMPULAN

Corporate Social Responsibility merupakan suatu bentuk kepedulian sosial perusahaan terhadap karyawan, stakeholder dan masyarakat sebagai bentuk dari tanggungjawab 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 sarana dan prasarana pada sekolah-sekolah yang infrastruktur yang kurang mendapatkan perhatian pemerintah maupun masih kurang representatif.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk memperjelas arah dan tujuan dari implementasi CSR di bidang 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.

DAFTAR RUJUKAN

- Annisa Nurbaety, Rina Ratnasih, Hikmat Ramdan. 2015. "Corporate Social Responsibility." *Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility Pt Bio Farma Di Desa Sukamulya Kabupaten Sukabumi* 14, Nomor.
- Aqiela, Lin, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty. 2019. "Implementasi Program Corporate Social Responsibility (Csr) El-Corps." *Share : Social Work Journal* 8 (2): 211. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20082>.
- Asiva Noor Rachmayani. 2015. "Kepemimpinan Dan Inovasi Lembaga Pendidikan," 6.
- Astiti, Ni Putu Yeni, and Putu Wenny Saitri. 2016. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dan Citra Perusahaan." *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 12 (2): 94-104.
- Astuti, Novi Tri, and Siti Suharni. 2020. "Pengaruh Intellectual Capital, Islamic Corporate Social Responsibility, Dan Islamic Corporate Governance Terhadap Kinerja Perbankan Syariah Di Indonesia Periode 2016-2018." *JAMER: Jurnal Akuntansi Merdeka* 1 (1): 15-22. <https://doi.org/10.33319/jamer.viii.24>.
- Asy'ari, Hasan. "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Newmont". Tesis Universitas Diponegoro, Semarang. 2009.
- Baden, Denise, and Stephen Wilkinson. 2021. "Corporate Social Responsibility in Cuba." *CSR, Sustainability, Ethics and Governance*, 637-49. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68386-3_30.
- Eriandani, Pudjolaksono, Hadi. 2018. "Analisis Efektivitas Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Menyelesaikan Masalah Sosial Lingkungan Perusahaan Studi Kasus Pt. Pertamina (Persero) Unit Pemasaran Tbbm Depot Ende." *Calyptra* 2 (2): 1-12.
- Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- Ilhami, Muhammad Faroh, Tutik Sulistyowati, and Saiman Saiman. 2023. "Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Bidang Pendidikan Di Kabupaten Pasuruan: Analisis Fungsional Struktural." *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 9 (2): 32. <https://doi.org/10.31602/alsh.v9i2.11960>.
- Jamil, Nury Khoiril, Robiatul Adawiyah, and Rumawi Rumawi. 2021. "Kewenangan Dewan Pengawas Syariah Dan Implikasi Terhadap Perwujudan Corporate Social

- Responsibility Di Perbankan Syariah.” *Sasi* 27 (4): 504.
<https://doi.org/10.47268/sasi.v27i4.536>.
- Julian, Daniel Oddy, Elsa Fajarini, Nadya Valen, Universitas Pamulang, and Tangerang Selatan. 2024. “Prosiding Seminar Nasional Manajemen Manajemen Sumber Daya Manusia Di Era Digital Melalui Lensa Manajer” 3 (1): 82–87.
- Khoiri, Muhammad, Nur Effendi, 2024. “Peran Pemimpin Dalam Pengembangan Kapasitas Lembaga Pendidikan Islam Melalui Manajemen Peningkatan Mutu” 1:34–45.
- Kurniawan, Rifdah Arifah, Shaqila Livia Resmanda, Santoso Tri Raharjo, Risna Resnawaty, and Maulana Irfan. 2012. “Implementing Corporate Social Responsibility (CSR).” *The Ashgate Research Companion to Corporate Social Responsibility*, 282–86. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v2i2.319>.
- Naraduhita, Dea Cendani, and Tjiptohadi Sawarjuwono. 2012. “CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY : UPAYA MEMAHAMI ALASAN DIBALIK PENGUNGKAPAN CSR BIDANG PENDIDIKAN Dea Cendani Naraduhita Tjiptohadi Sawarjuwono.” *Jurnal Akuntansi & Auditing* 8 (2): 95–108.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/akuditi/article/view/4350%0Ahttps://ejournal.undip.ac.id/index.php/akuditi/article/download/4350/3969>.
- Purwadi, Muhammad Imam. 2017. “Konsep Dan Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perbankan Syariah.” *Jatiswara* 31 (3): 401–15.
<https://doi.org/10.29303/jtsw.v31i3.58>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sulfemi, Wahyu, *Manajemen Pendidikan Berbasis Multi Budaya*, (Bogor: STKIP Muhammadiyah Bogor. 2019).
- Wahyu, Eka, and Hestya Budianto. 2023. “Research Mapping on Credit Risk in Islamic and Conventional Banking.” *Jurnal Ekonomi Islam* 14 (1): 2579–6453.
- Untung, Hendrik Budi. *Corporate Social Responsibility (CSR)*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2007).