

**JURNAL SOSIAL HUMANIORA DAN PENDIDIKAN**Halaman Jurnal: <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/Education>Halaman Utama : <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php>**Program Beasiswa Prasejahtera Berprestasi (BEST) oleh Tim CSR PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban****Fafilatul Laila<sup>1</sup>, Dina Rachmawati<sup>2</sup>, Friska Lestari S<sup>3</sup>, Date Suwangsa J.A<sup>4</sup>,  
Aisyah Dewi Pratiwi<sup>5</sup>**<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa TimurEmail : [fafilatul@gmail.com](mailto:fafilatul@gmail.com)<sup>1</sup>**Abstrak**

Perusahaan dituntut untuk mampu melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. PT. Semen Indonesia sebagai salah satu perusahaan BUMN besar dan telah mempunyai nama di dunia internasional mempunyai banyak sekali kegiatan dan program CSR, salah satu program yang dimiliki perusahaan ini dan berfokus pada peningkatan kualitas pendidikan masyarakat sekitar perusahaan yakni program beasiswa yang dinamakan BEST (Beasiswa BEST PT Semen Indonesia). Pelaksanaan program CSR juga perlu terus dipantau agar membuahkan hasil dan dapat mencapai tujuan program dan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pelaksanaan program CSR BEST yang digagas oleh Tim CSR PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban untuk masyarakat di Tuban. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui FGD. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR yang dilakukan oleh PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban telah berkontribusi dalam mengembangkan pendidikan di perguruan tinggi, khususnya bagi pelajar di daerah Tuban. Adapun analisis dilakukan dengan menguraikan pelaksanaan program BEST. yaitu dimulai dari proses perencanaan, mendefinisikan, serta mengevaluasi pelaksanaan program.

**Kata Kunci:** Program Beasiswa, Tim CSR PT. Semen Indonesia, Tbk.Pabrik Tuban**Abstract**

*Companies are required to be able to empower the community through the implementation of corporate social responsibility. PT. Semen Indonesia as one of the major state-owned enterprises and has a name in the international community that has many CSR activities and programs, one of the programs that it has and focuses on improving the quality of community education around the company, namely the scholarship program called BEST (BEST Student PT Segundo). Indonesian government of Indonesia. CSR program implementation also needs to be monitored to produce results and be able to achieve program and company goals. This research aims to explore the implementation of the CSR BEST program initiated by the CSR Team of PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Tuban factory for the people in Tuban. This study used qualitative methods and the types of studies used were descriptive and case study methods using FGD data collection techniques. The research results show that the CSR program conducted by PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. The Tuban factory has contributed to developing education in colleges, especially for students in the Tuban area. The analysis was done by deciphering the implementation of the BEST program. i.e. starting from the process of planning, defining, and evaluating the implementation of the program.*

**Keywords:** *Scholarship Program, CSR Team of PT. Semen Indonesia, Tbk. Tuban Factory*

## **LATAR BELAKANG**

Perusahaan-perusahaan di Indonesia memiliki beberapa peran penting untuk turut mensukseskan program pemerintah dalam mewujudkan kesejahteraan sosial. Salah satu peran tersebut adalah dengan menjalankan program-program CSR (Suharto, 2006:6). Keberadaan perusahaan dituntut untuk mampu melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial tersebut sering dikenal dengan istilah Corporate Social Responsibility (CSR), salah satu bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan dan memperoleh dukungan publik. Pada saat ini aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) ini menjadi salah satu hal yang penting dilakukan oleh perusahaan karena akan memberikan dampak langsung terhadap citra perusahaan yang melekat di benak masyarakat. Sebagai salah satu perusahaan BUMN besar dan telah mempunyai nama di dunia internasional, PT Semen Indonesia mempunyai banyak sekali kegiatan dan program CSR, salah satu program yang dimiliki perusahaan ini dan berfokus pada peningkatan kualitas pendidikan masyarakat sekitar perusahaan yakni program beasiswa yang dinamakan BEST (Beasiswa BEST PT Semen Indonesia). Program ini berupaya untuk meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan masyarakat sekitar perusahaan melalui bantuan pendidikan yang diberikan kepada pelajar lulusan Sekolah Menengah agar dapat melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi. Generasi yang unggul tidak hanya tercetak pada kaum elit saja, namun Indonesia mempunyai lapisan masyarakat yang heterogen dan semua itu mempunyai kesempatan yang sama dalam mendapatkan kualitas pendidikan yang layak dan terjamin. Dengan terlaksananya Program Beasiswa Prasejahtera Berprestasi (BEST) bagi siswa yang diterima pada Perguruan Tinggi Negeri Terbaik, secara berkesinambungan PT Semen Indonesia Pabrik Tuban turut serta berupaya menyediakan akses pendidikan sebagai bentuk investasi sosial.

Beberapa perusahaan yang mengadakan CSR pada kenyataannya hanya berfokus pada amal dan donasi serta tidak ada pengelolaan secara berkelanjutan (Elia, 2016). Namun PT Semen Indonesia melalui program ini menjadikan bentuk nyata perusahaan untuk turut aktif mendukung program pemerintah dalam pembangunan berkelanjutan di era Sustainable Development Goals melalui peningkatan kualitas pendidikan, oleh karena itu penulis tertarik untuk menggali lebih dalam pelaksanaan program CSR ini.

Dari latar belakang diatas, penulis membuat satu rumusan masalah dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana program CSR Beasiswa BEST SI PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban dalam mengembangkan pendidikan di Perguruan Tinggi. Ada pula tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengeksplorasi pelaksanaan program CSR Beasiswa BEST SI PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban. Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah hasil yang diharapkan dapat memperluas kajian ilmu dalam bidang komunikasi dan dapat menjadi bahan perbaikan program CSR (Corporate Social Responsibility) perusahaan kedepannya.

## KAJIAN TEORITIS

### Public Relations Dalam Perusahaan

Public Relations merupakan salah satu fungsi manajemen yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi yang terjadi di dalam internal dan eksternal perusahaan, pemeliharaan hubungan antara perusahaan dengan publiknya, menjalin kerja sama dengan berbagai pihak yang terlibat, dan segala aktivitas yang berhubungan dengan pihak internal dan eksternal perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, Public Relations menjalin hubungan dan melakukan komunikasi dua arah secara timbal balik antara perusahaan dengan publik untuk menciptakan hubungan yang baik serta menciptakan satu pengertian yang sama antar kedua belah pihak. Serta untuk mendapatkan dukungan dari pihak eksternal yaitu publik untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Berdasarkan tugas tersebut, Public Relations mempunyai tanggung jawab dan usaha besar dalam mewujudkan hubungan yang baik antara perusahaan dengan publiknya.

### Peranan *Public Relations*

Menurut Anita Chaudhari dan Brinzel Rodrigues (2016) peranan *Public Relations* di perusahaan dibagi menjadi empat kategori, yaitu:

1. *Expert Prescriber*, adalah peran *Public Relations* membantu perusahaan dalam menemukan solusi untuk menyelesaikan suatu masalah yang sedang terjadi. *Expert prescriber* merupakan praktisi *Public Relations* yang ahli dalam melakukan observasi lapangan. Kegiatan yang dilakukan adalah merumuskan masalah yang berkaitan dengan komunikasi di dalam maupun di luar perusahaan serta melakukan pengamatan terhadap gangguan komunikasi yang terjadi antara pihak internal dan pihak eksternal terhadap perwujudan tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Mereka yang berupaya untuk mencari solusi dari permasalahan melalui program-program yang tepat dan menjadi penanggung jawab atas pelaksanaan program yang dicanangkan.
2. *Communications Fasilitator*, praktisi *Public Relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator yang membantu pihak manajemen perusahaan untuk mendengar dan mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publik, sekaligus menjelaskan kembali tentang keinginan, kebijakan dan harapan perusahaan kepada publiknya. *Communicators fasilitator* dapat disebut sebagai jembatan utama dalam menampung kepentingan dan keinginan perusahaan dengan publik (atau sebaliknya). Sehingga ketika komunikasi timbal balik tersebut dapat dilaksanakan dengan baik, hubungan komunikasi antara perusahaan dengan publik dapat tercipta rasa saling pengertian, saling percaya, saling menghargai dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.
3. *Problem Solving Process*, *Public Relations* memiliki peran dalam pemecahan masalah dan memberikan solusi dari permasalahan tersebut. Peranan *Public Relations* ini merupakan bagian dari tim manajemen untuk membantu pimpinan perusahaan baik sebagai penasehat (*adviser*) hingga sebagai pengambil keputusan dalam bertindak dan eksekusi mengatasi suatu permasalahan atau krisis yang dihadapi secara rasional dan profesional. Biasanya ketika perusahaan sedang dihadapkan oleh krisis atau masalah, maka dibentuklah tim *problem solving* yang dikoordinir oleh praktisi ahli *Public Relations* dengan melibatkan berbagai departemen yang mempunyai keahlian khusus yang dikelompokkan menjadi suatu tim untuk membantu perusahaan dalam menghadapi atau mengatasi persoalan dan masalah tertentu. Sebagai *problem solving*, *Public Relations* bertugas penuh dalam proses penyelesaian masalah.

4. *Communicator Technician, Public Relations* sebagai *Journalist in Resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communications in organization* yang mempunyai sistem komunikasi di dalam perusahaan tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan, media komunikasi yang digunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. *Communication technician* berarti salah satu peran dalam tugas public relations yang bertanggung jawab penuh pada alat atau media yang digunakan dalam kegiatan komunikasi di perusahaan.

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu komitmen yang dilakukan secara berkelanjutan dan sistematis oleh suatu perusahaan atau kalangan bisnis yang menunjukkan sikap etis perusahaan terhadap kehidupan sekitar yaitu dengan berbagai aktivitas yang menunjukkan kontribusinya, biasanya berupa sumbangan atau melakukan kegiatan atau program-program pemberdayaan dan pembangunan SDM. CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Sunaryo, 2010). Sedangkan menurut Keberadaan CSR di Indonesia telah diatur secara tegas dan tercantum didalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN.

### **Implementasi CSR dalam Bidang Pendidikan**

Menurut Kotler dan Lee (2009), kegiatan CSR merupakan komitmen perusahaan yang secara sukarela turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pendidikan adalah upaya awal seseorang untuk meningkatkan kesejahteraan dirinya. Pendidikan merupakan proses penyebaran pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan aspek perilaku lainnya dari generasi ke generasi (Nurkholis, 2013). Pendidikan ini berfungsi memperbaiki kualitas hidup individu demi kemajuannya. Hal ini sependapat dengan Susanto (2019) yang menyebutkan bahwa pendidikan mempunyai peran yang sangat penting dalam mengurangi kemiskinan di negara Indonesia dengan jangka waktu yang cukup panjang. Namun, kadangkala dalam memperoleh pendidikan yang layak juga harus menyesuaikan dari ekonomi yang dimiliki. Rendahnya minat melanjutkan ke perguruan tinggi berkorelasi dengan rendahnya angka kemiskinan. Misalnya, ada beberapa orang yang lebih memilih melanjutkan dan memilih lebih baik bekerja untuk memperbaiki ekonomi karena tidak adanya biaya untuk membayar melanjutkan pendidikan.

Ketidakmampuan dalam ekonomi itulah yang membuat sebagian besar orang berpikir memilih bekerja saja dan memperoleh banyak uang. Padahal, sebuah perusahaan juga perlu melihat kompetensi bagus yang dimiliki individu untuk direkrut sebagai karyawannya. Dalam hal ini perusahaan dapat merumuskan suatu program CSR untuk memperbaiki kesejahteraan masyarakat di sekitar mereka sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku. Dengan program tersebut membantu individu mengembangkan kompetensi lebih baik untuk pekerjaan yang bagus juga. Putra, dkk (2018) menyebutkan bahwa badan usaha melalui program sosial seperti corporate social responsibility (CSR) memberikan pelatihan dan pendampingan program kesejahteraan yang bertujuan juga memandirikan masyarakat. Dengan program-program yang direncanakan tersebut yang nantinya berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Masyarakat tidak akan bergantung kepada perusahaan dan dapat mandiri mengambil keputusan

untuk kesejahteraan hidupnya. Program CSR ini akan menjadi bentuk nyata perusahaan untuk turut aktif mendukung program pemerintah dalam pembangunan berkelanjutan di era *Sustainable Development Goals* melalui peningkatan kualitas Pendidikan dan kesejahteraan masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian di PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Kabupaten Tuban, menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan metode studi kasus. Cara-cara yang digunakan dalam studi kasus adalah cara yang sistematis ketika melakukan pengamatan, pengumpulan data, analisis informasi, dan pelaporan hasilnya (Elia, 2016). Sifat objek kajian yang sangat khusus menjadi bahan pertimbangan utama peneliti untuk mengelaborasinya dengan cara mengeksplorasi secara mendalam. Peneliti tidak hanya memahami kasus dari luarnya saja, tetapi juga dari dalam sebagai entitas yang utuh dan detail. Itu sebabnya salah satu teknik pengumpulan datanya melalui FGD (Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, 2017). Subjek penelitian ini adalah para mahasiswa yang menerima beasiswa dari PT Semen Indonesia (Persero) Tbk., sedangkan objeknya adalah program CSR BEST SI PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Sumber informasi yang diperoleh didapatkan dari pihak mahasiswa penerima beasiswa BEST SI PT Semen Indonesia (Persero) Tbk dan dari pihak Humas PT. Semen Indonesia. Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer. Analisa data yang digunakan adalah dengan mengumpulkan data FGD dan dikembangkan menjadi data naratif, berikutnya dengan pembuatan data deskriptif. *Focus Group Discussion* atau FGD dilakukan oleh dua pihak. Pihak pertama dengan humas PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban berjumlah tiga orang humas dan tiga orang tim peneliti. Lalu pihak kedua bersama penerima beasiswa yang berjumlah lima orang penerima beasiswa. Reduksi dan penyajian data adalah dua hal analisis yang dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data, lalu dilakukan penyusunan analisa secara deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini digunakan cara triangulasi dalam pengujian data, khususnya triangulasi metodologis. Sugiyono (2015:83) triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Menurut (Wijaya, n.d.), triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Peran PR dalam PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban**

Dalam pelaksanaan program BEST, *Public Relations* memiliki peran untuk membantu dalam melaksanakan tugas dan fungsi kehumasan. Peran public relations dalam sebuah perusahaan intinya adalah untuk membantu perusahaan dalam melaksanakan fungsi dan tugas kehumasan. Scoot (dalam Irawan, 2015) menyebutkan ada 4 peran utama PR yang sebagian besar dilakukan dalam praktik/aktivitasnya, yakni: 1) *Expert Prescriber Communication*, 2) *Technician Communication*, 3) *Problem Solving Process Facilitator*, 4) *Communication Fasilitator*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa divisi humas PT. Semen Indonesia Pabrik Tuban menjalan perannya dalam program BEST. Adapun deskripsi peran kehumasan yang telah dijalankan sebagai berikut:

### **1. Menemukan Permasalahan di Sekitar Perusahaan**

Sebagai *expert prescriber*, PR berperan membantu perusahaan dalam menemukan solusi untuk menyelesaikan masalah yang sedang terjadi yakni untuk menangani konflik publik. Dalam menjalankan fungsi kehumasan tersebut terdapat dua pokok penting, *SIG Community from development dan Community for Public Relation*. Durman (dalam Arifin, 2014) menjelaskan bahwa *community development* merupakan usaha terorganisir yang bertujuan untuk memperbaiki kondisi kehidupan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat agar mampu mengarahkan dirinya sendiri. Sementara itu, *community relation* adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap suatu komunitas atau stakeholder dalam rangka memelihara dan meningkatkan lingkungan sekitarnya yang sifatnya saling menguntungkan (Hartini, 2016).

### **2. Public Relations sebagai Problem Solver**

*Public Relations* dalam kegiatan *problem solving process* memiliki peran dalam hal pemecahan masalah. Program beasiswa BEST yang dilaksanakan oleh PR PT Semen Indonesia adalah salah satu langkah utama yang ditetapkan sebagai bentuk upaya dalam mengatasi permasalahan yang terjadi di wilayah sekitar perusahaan. Program tersebut juga dinilai sebagai suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan wilayah serta kemakmuran para warga sekitar perusahaan.

### **3. Mengadakan Forum Pemangku Kepentingan**

Tim CSR perusahaan dapat dikatakan sebagai *communications fasilitator*, praktisi Public Relations yang bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen perusahaan untuk mendengar dan mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya dari perusahaan tersebut, sekaligus harus mampu menjelaskan kembali tentang keinginan, kebijakan dan harapan perusahaan kepada pihak publiknya. Menurut Cutlip, Center dan Broom (2009:46) dalam jurnal yang ditulis oleh Khinski Meita Ratu dan Amalia Djuwita (2021), *Fasilitator* atau Fasilitator Komunikasi terbentuk agar pihak manajemen mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publik, maka Public Relations yang akan bertindak sebagai mediatornya. Tim CSR PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban memiliki forum pemangku kepentingan, yang dilaksanakan secara periodik setiap 4 bulan. Forum ini diadakan di masyarakat dan untuk masyarakat berupa kelembagaan yang beranggotakan 3 tokoh dari masing-masing desa perwakilan. Hal ini bertujuan untuk menyerap aspirasinya masyarakat, juga untuk menjalin komunikasi baik yang sifatnya formal maupun informal. Bentuk kegiatannya dapat berupa “blusukan” ke desa-desa, bincang santai, komunikasi formal, dan monev program.

### **4. Sebagai Communicator Technician.**

Di bawah naungan yang sama fungsi kehumasan dalam PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban terbagi menjadi dua. Namun, keduanya memiliki peranan yang sama sebagai media komunikasi penyalur aspirasi dari masyarakat. Tim CSR sebagai komunikator yang menjalin komunikasi dengan masyarakat, komunikasi dengan pemangku kepentingan, komunikasi dengan internal kita sendiri yang dari lingkungan kerja. Kegiatan-kegiatan tersebut nantinya diunggah oleh Tim Humas sebagai tim publikasi media yang berada di pusat yang fungsinya menyebarluaskan kepada publik dan mengendalikan pemberitaan kepada media massa. Menurut Dozier dan Broom dalam Rafiq Maulidia (2020), peran Public Relations sebagai *Communications Technican* ini sebagai *Journalist in Resident* yang menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communications in organization*.

### **Metode Perumusan Program CSR melalui *Social Mapping***

Sebelum melakukan kegiatan CSR, perusahaan perlu mencari metode perumusan program apa yang digunakan agar program dapat berjalan dengan lancar. Ulfani & Sudomo (2018) menyebutkan perumusan program terdiri dari lima tahap sebagai berikut: (1) Pendekatan awal kepada masyarakat; (2) Identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat; (3) Perumusan rencana aksi; (4) Menetapkan program yang telah disepakati; dan (5) Evaluasi. Tim CSR melakukan riset di area pengembangan perusahaan, kemudian melakukan pemetaan sosial. Pemetaan sosial menjadi metode yang digunakan dalam perumusan program pemberdayaan masyarakat. *Social mapping* tersebut terdiri dari, masalah dan potensi sosial, kekuatan dan kepentingan aktor yang ada, ditambah potensi penghidupan berkelanjutan yang bisa dikembangkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Nuryati et al., 2020) bahwa pemetaan sosial dapat memberikan gambaran menyeluruh dari lokasi yang dipetakan, meliputi aktor yang berperan dalam proses relasi sosial, jaringan sosial, kekuatan dan kepentingan masing-masing aktor dalam kehidupan masyarakat terutama dalam peningkatan kondisi kehidupan masyarakat, masalah sosial yang ada termasuk keberadaan kelompok rentan, serta potensi yang tersedia, baik alam, manusia, finansial, dan infrastruktur maupun modal sosial. Program BEST merupakan salah satu yang termasuk hasil dalam proses pemetaan sosial yang dirumuskan tim CSR perusahaan. Tema program yang pasti adalah untuk meningkatkan fasilitas, lebih tepatnya dalam bidang pendidikan.

Dengan diwujudkannya program beasiswa BEST tersebut, maka perusahaan menjadi aktor yang bertanggung jawab bagi pendidikan warga sekitar. Karena program BEST bukan hanya sekedar memberikan bantuan biaya pendidikan saja, melainkan banyak program-program upaya pemberdayaan masyarakat dan lingkungan yang harus diikuti oleh penerima beasiswa. Selain itu, program beasiswa BEST ini juga memberikan peluang bagi para penerima beasiswa untuk membantu perekonomian dan meningkatkan finansial para orang tua dan orang-orang di sekitarnya.

### **Program CSR BEST**

PT Semen Indonesia Tbk. sebelumnya bernama PT Semen Gresik (Persero) Tbk. merupakan perusahaan BUMN sebagai perusahaan pelopor semen yang telah menjadi penopang bagi pembangunan nasional. PT Semen Indonesia mempunyai beberapa cabang lokasi salah satunya di Tuban, Jawa Timur. PT Semen Indonesia (Persero) pabrik Tuban mempunyai program tanggung jawab sosial (CSR) yaitu bantuan pendidikan atau beasiswa penuh berupa bantuan UKT dan bantuan biaya hidup di lokasi masing-masing. Program CSR beasiswa ini merupakan salah satu program CSR PT Semen Indonesia (Persero) pabrik Tuban sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap dunia pendidikan masyarakat yang berada di wilayah sekitar perusahaan.

Program beasiswa ini dimulai sejak tahun 2018 hingga sekarang. Program beasiswa ini diberi nama Beasiswa Prasejahtera Berprestasi atau BEST. PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. pabrik Tuban merasa prihatin terhadap tingkat kemiskinan yang terjadi di Indonesia. Oleh sebab itu, Program Beasiswa Prasejahtera Berprestasi atau BEST hadir sebagai kontribusi perusahaan untuk membantu mahasiswa prasejahtera yang berada di lingkungan sekitar perusahaan, khususnya ring 1. Program ini ditangani langsung oleh bagian *Corporate Social Responsibility* atau tim CSR perusahaan. Pemberian beasiswa ini ditujukan bagi pelajar berprestasi yang ingin melanjutkan pendidikan di bangku perkuliahan, tetapi terkendala atas masalah finansial.

Program ini dimulai melalui proses seleksi untuk menyaring peserta calon penerima beasiswa yang akhirnya hanya akan menyisakan sepuluh penerima beasiswa. Tahap awalnya perusahaan mengadakan tes pengetahuan dan psikotes bagi peserta calon penerima beasiswa. Selanjutnya, perusahaan menyediakan bimbingan belajar untuk membantu peserta mempersiapkan diri mendaftar ke perguruan tinggi. PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. pabrik Tuban menetapkan persyaratan bahwa peserta yang berhak menerima beasiswa adalah mereka yang berhasil diterima di Top 10 perguruan tinggi negeri di Indonesia.

Pihak PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. pabrik Tuban menyatakan bahwa melalui program ini, perusahaan siap menjamin penuh segala biaya pendidikan bagi penerima beasiswa. Untuk akomodasi atau biaya hidup, perusahaan memberikan dana sejumlah 2,5 Juta tiap bulannya, demikian pula pada uang kuliah tunggal, perusahaan menjanjikan *cover* penuh di setiap semesternya. Sedangkan bagi mahasiswa yang juga menerima bantuan pemerintah berupa bidikmisi, dana yang diberikan hanya untuk akomodasi dan biaya hidup.

### **Tujuan Pemberian Program CSR BEST**

Program Beasiswa yang diberikan oleh PT Semen Indonesia (Persero) Pabrik Tuban ini diadakan untuk meningkatkan pendidikan dan memutus rantai kemiskinan masyarakat Tuban melalui bantuan beasiswa pendidikan ke perguruan tinggi. Hal ini agar para penerima beasiswa tersebut dapat membantu ekonomi keluarga mereka yang nantinya mendapatkan pekerjaan yang bagus dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

"BEST itu dulu kita ciptakan memang dalam rangka satu program untuk meningkatkan pendidikan di masyarakat sekitar perusahaan, yang kedua dengan tingkat kuliah adalah untuk memutus rantai kemiskinan yang ada di sekitar perusahaan. Oleh sebab itu, BEST itu adalah yang kita prioritaskan dari temen-temen yang ingin sekolah tapi dalam finansial ada keterbatasan. Itu alasan pertama memang muncul adanya program BEST." (Bedhah, Wawancara, 31 Oktober 2022)

Ariefianto (2015) juga berpendapat bahwa pendidikan memberikan kecakapan baik secara personal, sosial, intelektual, maupun vokasional untuk bekerja. Hal tersebut dinamakan *life skill* dimana mereka dapat berusaha dan hidup mandiri. Sehubungan dengan proses pencapaian tujuan program beasiswa BEST, perusahaan memberikan pengalaman, bimbingan belajar, dan pengembangan diri untuk para penerima beasiswa. Jadi, program ini tidak hanya berupa pemberian dana saja, mereka juga dapat memperluas relasinya dan pengembangan diri secara akademik maupun non akademik. Hal ini dilakukan agar hasil pelaksanaan program sesuai dan berhasil dengan tujuan yang telah ditetapkan. Namun, perusahaan akan menindaklanjuti dan memberikan konsekuensi apabila terjadi ketidaksesuaian tujuan dengan hasil pelaksanaan program, seperti kendala yang terjadi membuat 3 dari 10 mahasiswa tidak bisa lulus 3,5 tahun. Konsekuensi yang diberikan kepada penerima program apabila hasil pelaksanaan tidak sesuai yakni putus pendanaan dan mendapatkan sanksi. Target jangka panjang yang diharapkan oleh perusahaan adalah agar para penerima beasiswa yang telah lulus dan mendapatkan pekerjaan yang layak akan terus menjadi *agen of change* bagi masyarakat lingkungan sekitar.

### **Penentuan Sasaran Penerima Program**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pihak humas PT Semen Indonesia, didapatkan hasil temuan bahwa ternyata target awal yang ditentukan oleh perusahaan untuk penerima beasiswa BEST ini adalah bagi masyarakat yang berada di sekitar perusahaan. Namun karena berdasarkan kenyataan dan fakta lapangan bahwa informasi yang diketahui oleh

masyarakat tentang pilihan PTN terbaik masih minim sehingga secara daya saing atau kompetisi mereka masih lemah. Oleh sebab itu, perusahaan memperluas target sarannya untuk masyarakat yang berada di luar daerah wilayah perusahaan PT Semen Indonesia.

Selanjutnya adalah karena rendahnya minat masyarakat di wilayah sekitar perusahaan untuk melanjutkan ke perguruan tinggi sehingga target sasaran beasiswa ini adalah para calon mahasiswa. Informasi yang mereka dapatkan terkait perguruan tinggi terbaik dan unggul juga akan diberitahu oleh pihak perusahaan sebagai upaya membantu mereka untuk memilih perguruan tinggi yang terpercaya dan mampu mengantarkan mereka untuk bisa belajar dengan baik dan mencapai kesuksesan.

Untuk mencapai tujuan dan menciptakan target sasaran yang tepat, langkah yang dilakukan oleh perusahaan adalah menyetarakan akses pendidikan bagi target sasaran program. Akses pendidikan tersebut adalah dibukanya bimbél sebagai tempat pembelajaran mereka selama ujian masuk perguruan tinggi agar mereka juga mempunyai daya saing yang sama dengan calon mahasiswa lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya bimbél ini adalah menjadi tempat bagi mereka untuk belajar dan mempersiapkan diri agar bisa masuk ke perguruan tinggi yang diinginkan. Pelaksanaan bimbél ini dibuka untuk 200 anak dari masing-masing sekolah di sekitar wilayah perusahaan, yang kemudian mengerucut menghasilkan 40 anak yang terbagi menjadi 2 kelas bimbél. Setelah terbagi menjadi dua kelas inilah yang kemudian proses seleksinya mengerucut lagi menjadi 10 anak yang berhasil lolos di PTN favorit. Anak-anak yang berhasil lolos di PTN favorit tersebutlah yang akan mendapatkan beasiswa secara penuh dari perusahaan. Menurut hasil wawancara, pihak humas mengatakan bahwa alasan perusahaan hanya menerima 10 anak yang berhasil lolos di PTN terbaik tersebut adalah karena perusahaan juga mempertimbangkan dimana mereka kuliah demi keberhasilan program-program yang akan para penerima beasiswa tersebut lakukan.

### **Sosialisasi Program Kepada Calon Penerima Beasiswa**

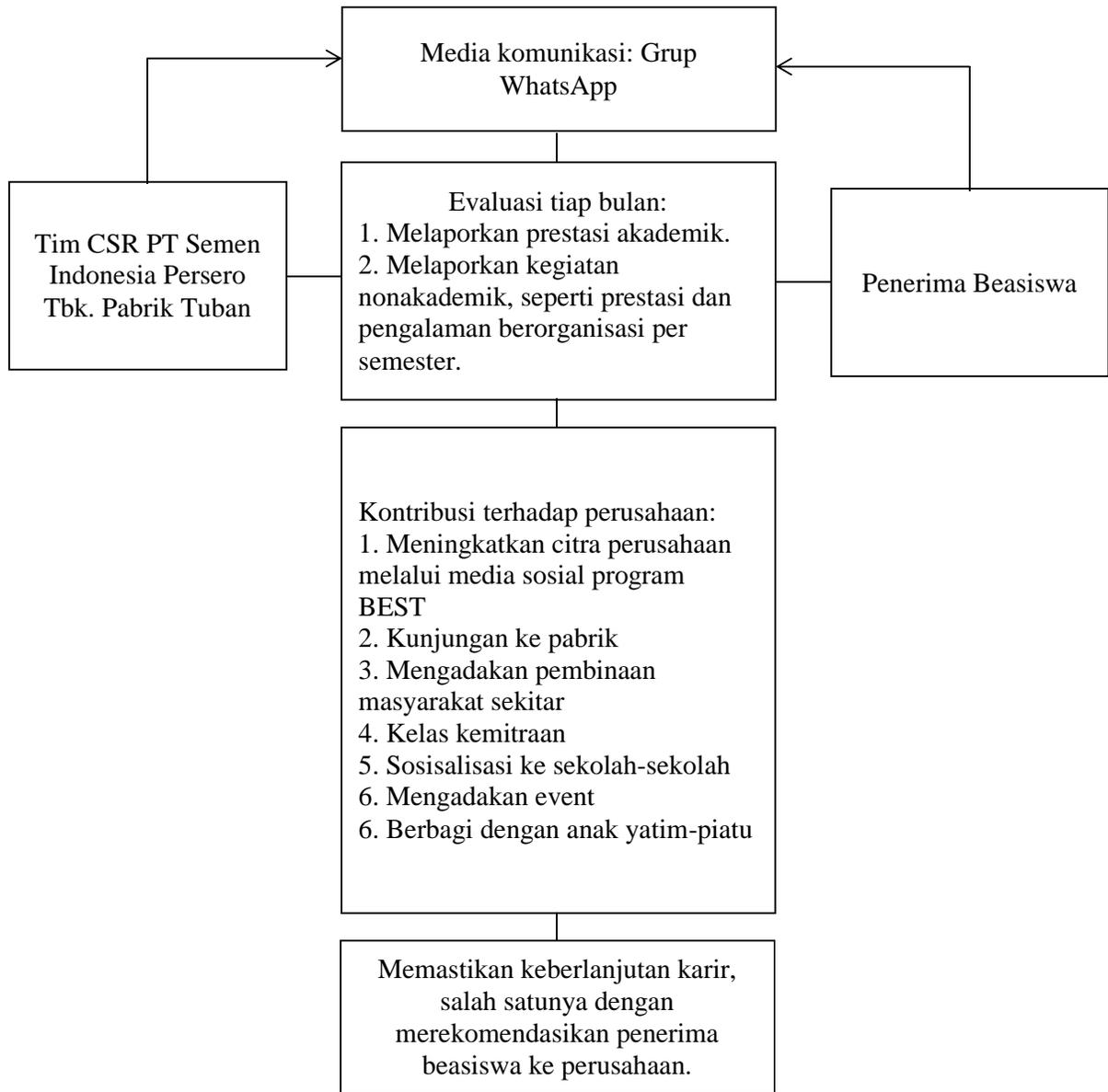
Proses sosialisasi dan rekrutmen dilakukan dengan 2 tahap. Target awal rekrutmen adalah siswa-siswi di sekolah menengah sederajat yang berada di lingkungan perusahaan. Dikarenakan pengetahuan, informasi, dan daya saing masyarakat lingkungan perusahaan yang minim mengenai sejumlah Perguruan Tinggi Negeri terbaik di Indonesia, Tim CSR melakukan perluasan target sasaran. Hal ini juga lantaran jumlah pendaftar belum sesuai dengan target yang telah ditetapkan di awal.

Menurut (Olivia & Putri, 2019) Pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan oleh public relations dalam penyebaran informasi diwujudkan dalam berbagai kegiatan dan kerjasama. Hal ini dilakukan tim CSR pada tahap kedua, perusahaan melakukan sosialisasi program ke 10 sekolah menengah sederajat yang merupakan mitra perusahaan di Tuban.

Siswanto (Senior Officer CSR PT SIG) mengatakan “Prosesnya kita mengirimkan pemberitahuan kepada 10 SLTA dan sederajat, sekolah SLTA dan sederajat yang ada di Kabupaten Tuban. Masing-masing 20 anak. Totalnya 200 untuk mendaftar proses bimbél. Prosedurnya juga, cukup panjang”. Hal ini ditempuh agar upaya yang dilakukan mendapatkan hasil yang maksimal. Sekolah-sekolah tersebut merupakan sekolah favorit yang para siswanya tak hanya berasal dari pusat kota Tuban, tetapi dari seluruh penjuru kota. *Track Record* siswa yang berhasil lolos di perguruan tinggi terbaik di Indonesia pun sudah banyak dan terjamin. Diharapkan para peserta lebih memiliki daya saing tinggi untuk memperebutkan posisi menjadi sasaran penerima program.

Alur sosialisasi program adalah dari perusahaan ke sekolah atau bagian bimbingan konseling, baru kemudian disampaikan kepada para siswa untuk mencari peminat. Pada fase ini tahap seleksi pun telah diberlakukan, tiap sekolah maksimal hanya dapat mengirimkan perwakilan pendaftar sekitar 15 siswa yang memenuhi persyaratan. Total keseluruhan siswa pendaftar dari 10 sekolah setelah dilakukan proses sosialisasi dan seleksi kurang lebih 200 peserta.

### Pemantauan Peserta Penerima Program



Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, Tim CSR PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban sangat memperhatikan keberlangsungan program secara berkala. Menurut Magdalena dan Utomo (2021), pemantauan program dilakukan untuk mengawasi kinerja pihak-pihak terkait, serta meninjau apakah program telah berjalan sesuai dengan yang direncanakan dan diharapkan. Salah satu capaian yang ingin diperoleh perusahaan

melalui program beasiswa ini, yaitu terfokus pada pemberdayaan masyarakat. Program ini menghadirkan sejumlah fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh penerima beasiswa, di antaranya biaya hidup, biaya UKT, serta berbagai program lainnya berupa pelatihan yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan. Tim CSR PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban melakukan beberapa hal untuk memantau pelaksanaan program CSR agar dapat sesuai dengan yang tujuan yang ingin dicapai.

Pertama, Tim CSR membuat Grup WhatsApp sebagai media komunikasi. Para penerima beasiswa tersebar hampir di seluruh Indonesia menjadikan proses penyampain informasi terhambat jarak dan waktu. Adanya Grup WhatsApp khusus yang beranggotakan humas dan penerima beasiswa ini dapat dimanfaatkan untuk memudahkan dalam bertukar kabar, mengkonsultasikan kendala, serta penyampaian informasi.

Kedua, penerima beasiswa akan dipantau melalui evaluasi yang diadakan tiap semesternya. Tim CSR mewajibkan penerima beasiswa untuk melaporkan kegiatan serta capaian yang diperolehnya, baik akademik maupun non akademik. Misalnya kegiatan keorganisasian, prestasi, serta minimal Indeks Prestasi Kumulatif 3,00. Selain itu, penerima beasiswa juga akan menyampaikan evaluasi terkait kendala yang dijumpai selama satu semester dalam forum.

Ketiga, penerima beasiswa diharapkan memiliki pengalaman yang cukup untuk dunia kerja selanjutnya. Oleh karena itu, Tim CSR membuat rangkaian program yang berfokus pada internal PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban dan daerah di sekitar Tuban. Program ini melibatkan penerima beasiswa untuk dapat berkontribusi terhadap perusahaan. Kontribusi tersebut diwujudkan dengan beberapa hal berikut, yaitu kunjungan ke pabrik, terlibat dalam program pemberdayaan masyarakat, kelas kemitraan, sosialisasi ke sekolah dengan tujuan membangkitkan semangat siswa Tuban agar mau berkuliah, serta kepanitiaan suatu *event* yang diikuti seluruh siswa Tuban. Selain itu, penerima beasiswa juga diarahkan untuk mengelola Instagram @imbest\_sig dengan total postingan sebanyak 30 postingan, serta pengikut sebanyak 924 pengguna sebagai upaya meningkatkan citra perusahaan. Akun tersebut dimanfaatkan untuk mengunggah dokumentasi kegiatan yang telah dijelaskan sebelumnya. Akan tetapi, akun tersebut belum dikelola dengan maksimal, bahkan postingan terakhir diunggah pada bulan Juni 2021.

Keempat, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban tidak hanya memenuhi kebutuhan pendidikan penerima beasiswa, tetapi juga memastikan keberlanjutan karir kedepannya. Sebanyak 7 dari 10 penerima beasiswa berhasil lulus dengan 3,5 tahun. Tim CSR berupaya untuk membantu penerima beasiswa mendapatkan pekerjaan dengan mengirimkan CV ke direksi perusahaan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Humas PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan melalui pengadaan program beasiswa yang diberi nama Beasiswa Prasejahtera Berprestasi atau BEST. Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program BEST diwujudkan sebagai berikut.

1. Merumuskan program CSR dengan mengidentifikasi masalah yang ada dan kebutuhan masyarakat sekitar perusahaan. Perusahaan melihat adanya keterbatasan finansial sehingga

membuat siswa di Tuban merasa tidak memiliki kesempatan untuk menempuh pendidikan perguruan tinggi.

2. Menetapkan program yang telah disepakati dan menentukan fasilitas yang diberikan bagi penerima beasiswa. Program BEST diberikan dengan sejumlah fasilitas diantaranya uang saku dan biaya hidup, serta pembinaan keterampilan.
3. Menetapkan tujuan pengadaan program, yaitu meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan dan membantu penerima beasiswa untuk keluar dari lingkaran kemiskinan. Perusahaan berharap penerima beasiswa memperoleh pekerjaan yang layak setelah lulus nanti
4. Menentukan sasaran target penerima program. Program ini awalnya diperuntukkan siswa SMA di sekitar ring satu. Akan tetapi, minimnya minat pendaftar membuat perusahaan harus melebarkan area cakupan. Perluasan target sasaran tersebut juga dilatarbelakangi syarat yang ditetapkan perusahaan, yaitu target penerima beasiswa adalah mereka yang berhasil masuk ke-10 perguruan tinggi negeri terbaik di Indonesia.
5. Mengkomunikasikan program ke masyarakat. Perusahaan melakukan sosialisasi program ke sejumlah sekolah untuk menarik minat pendaftar.
6. Melakukan pengawasan terhadap berjalannya program. Perusahaan menyadari pentingnya pengawasan untuk mengetahui tercapai atau tidaknya tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Hal ini diwujudkan, melalui media komunikasi, evaluasi periodik, dan sejumlah program kerja lainnya yang harus dilakukan penerima beasiswa.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian di atas terdapat beberapa saran yang diajukan kepada Tim CSR PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Pabrik Tuban untuk menjadi bahan pertimbangan, yaitu sebagai berikut.

1. Menentukan parameter konkret tercapainya tujuan pemberian program beasiswa. Parameter ini sebagai tolak ukur pasti yang dapat mendefinisikan apakah pelaksanaan program beasiswa telah berjalan sesuai rencana dan harapan.
2. Mengonsep proses perencanaan sosialisasi dengan lebih matang. Hal ini didasari adanya temuan bahwa perusahaan sempat mengganti target sasaran awal akibat sedikitnya peminat siswa Tuban untuk mendaftar program beasiswa yang diadakan. Sosialisasi sebaiknya dilakukan dalam jangka waktu tertentu dan konsisten sehingga perusahaan dapat mengawasi secara langsung efektivitas sosialisasi yang telah dilakukan. Hal ini juga membantu perusahaan dalam mengevaluasi metode sosialisasi seperti apa yang sesuai atau berdampak terhadap perkembangan minat siswa di daerah sekitar perusahaan.
3. Mengoptimalkan penggunaan media sosial. Adanya Instagram yang dikelola oleh penerima beasiswa belum dimanfaatkan dengan baik. Hal ini terlihat dari sedikitnya postingan yang ada dan waktu posting yang tidak konsisten. Pemanfaatan media sosial sangat penting sebagai *brand awareness*. Hal ini membantu perusahaan untuk membangun citra jangka panjang, menarik minat atau atensi publik, serta media bagi perusahaan untuk mensosialisasikan program beasiswa. Selain itu, akun Instagram tersebut juga dapat berguna bagi penerima beasiswa sebagai bukti kegiatan untuk mendaftar pekerjaan. Media sosial yang ada sebaiknya dapat digunakan untuk menghadirkan varian postingan yang menarik, menghibur, dan mengedukasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anita Chaudhari, Brinzel Rodrigues, S. M. (2016). Peranan Public Relation Dalam Mempertahankan Citra Bali Dynasty Resort. 3(2), 390–392.
- Ariefianto, L. (2015). Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Semen Indonesia Tbk Dan Dampaknya Terhadap Keberdayaan Masyarakat. *Pancaran Vol.4*, 115-134.
- Arifin, M. (2014). Peran Humas Perusahaan X Pada Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Bentuk Community Development. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 47-57
- Bing Bedjo Tanudjaja. (2006). Perkembangan Corporate Social Responsibility Di Indonesia. *Nirmana*, 8(2), 92–98.
- Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom. Glen. M. (2009), *Effective Public Relations*, Ed. 9. Jakarta : Kencana.
- Elia, I. (2016). Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility Djarum Foundation Dalam Mengembangkan Pendidikan Di Sekolah Menengah Kejuruan.
- Febiyan Abella, Dini, Aep, R., & Yudi, M. (2020). Efektivitas Program Corporate Social Responsibility Pt Timah Dalam Meningkatkan. *Jurnal Ilmiah Pekerjaan Sosial*, 19(1), 133–151.
- Hadisuamardjo, H. (2014). Efektivitas Implementasi Kebijakan Program Csr Dalam Bidang Pendidikan. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 21(2), 51–67. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JAPSPs/article/view/6675>
- Hartini, T. (2016). Strategi community relations lembaga pendidikan. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya*, 1(1), 33-43.
- Irawan, E. P. (2015). Penerapan Peran Public Relations Pada Program Employee Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan. (Studi Kasus tentang Penerapan Peran Public Relations Pada Program Employee Relations Oleh Divisi Human Capital Development PT. Kao Indonesia). *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(3).
- Magdalena Carissa, U. I. (2021). Efektivitas Program Csr Bank Jateng Dalam Kebijakan Rehabilitasi Rumah Tidak Layak Huni (Rtlh) Di Kota Surakarta. *Jurnal Administrasi Publik*, 12(1). <https://doi.org/10.31506/jap.v12i1.9542>
- Marnelly, T., R. (2012). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. Vol. 2 (No. 2).
- Maulidia, R. (2020). Peran Humas Pemerintahan sebagai Sarana Komunikasi Publik. VOL.14.

- Nasution, I. A. (2019). Peranan Public Relations Dalam Meningkatkan public relation di Rumah Sakit. *Warta*, 13(3), 138–143.
- Nulhaqim, S. A., Heryadi, D. H., Pancasilawan, R., & Ferdryansyah, M. (2016). Peranan Perguruan Tinggi Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan Di Indonesia Untuk Menghadapi Asean Community 2015 Studi Kasus: Universitas Indonesia, Universitas Padjadjaran, Institut Teknologi Bandung. *Share : Social Work Journal*, 6(2), 197. <https://doi.org/10.24198/share.v6i2.13209>
- Nurkholis. (2013). Pendidikan Dalam Upaya Memajukan Teknologi. 1(1), 24–44.
- Nuryati, R., Sulistyowati, L., Setiawan, I., & Noor, T. I. (2020). Pemetaan Sosial (Social Mapping) Masyarakat Dalam Upaya Mendukung Pengembangan Usahatani Polikultur Perkebunan Terintegrasi (Utppt). *Jurnal Agristan*, 2(1). <https://doi.org/10.37058/ja.v2i1.2342>
- Olivia, H., & Putri, D. N. (2019). Sosialisasi Program Csr Oleh Public Relations Pt Telkom Indonesia Melalui Event Telkom Craft Indonesia. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 68–76. <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.719>
- Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. S. (2017). Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya.
- Putra,dkk (2018). *Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pendidikan, Pemberdayaan Ekonomi, Peningkatan Sarana Dan Prasarana Serta Kesehatan di Kota Gunungsitoli: Implementasi Corporate Social Responsibility(csr) PT. Pertamina (Persero) Marketing Operating Region (Mor) I–Terminal Bahan Bakar Minyak (Tbbm) Gunung Sitoli*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol-24 No.3, 776-786
- Ratu, K., M., & Djuwita, A. (2021). Analisis Peran Humas Dalam Kegiatan CSR Perusahaan. Vol.8, (No.5). Page 7499.
- R. Susanto; I. Pangesti. (2019). *Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Kemiskinan di DKI Jakarta*. *Journal of Applied Business and Economic*. Vol-5 No. 4, 340-350
- R Taniarza. (2017). Cyber Public Relations. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 27–48.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sunaryo. (2010). Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan.
- Ulfani, M., & Sudomo, A. (2018). Perumusan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Penanaman Bakau di Hutan Mangrove Oleh Hotel Grand Sahid Jaya Jakarta. *Jurnal Mahasiswa Bina Isnani Vol.2, 146-159*
- Widjaja, G., & Yeremia, A. P. (2008). Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR. Jakarta: Forum Sahabat.
- Wijaya, H. (n.d.). Analisis Data Kualitatif. Zamroni Mahfudh, M. (2013). Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Mengatasi Eksternalitas Pt. Semen Indonesia (Persero). 1–15.