

## **Sosialisasi Program *Corporate Social Responsibility* pada Usaha Kecil dan Mikro di Desa Karanganyar Kecamatan Klari, Kabupaten Karawang**

**Nanu Hasanuh<sup>1</sup>, Sri Suartini<sup>2</sup>, Harpa Sugiharti<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Singaperbangsa Karawang

<sup>3</sup> Universitas Pendidikan Indonesia

e-mail: nanu.hasanuh@fe.unsika.ac.id

### **Abstrak**

Aktivitas kegiatan pengabdian masyarakat ini berhubungan dengan sosialisasi program *corporate social responsibility* (CSR) pada Usaha Kecil dan Mikro (UKM) di Desa Karanganyar Kecamatan Klari Kabupaten Karawang. Masalah yang ada pada UKM Desa Karanganyar adalah adanya potensi permodalan bersumber dari CSR yang masih belum dimanfaatkan. Selain itu masih juga ada masalah ketidaktahuan tentang program CSR sebagai sumber permodalan serta ketidaktahuan bagaimana membuat proposal untuk mendapatkan dana CSR. Untuk itu diperlukan sosialisasi program CSR dari industri di sekitar Desa Karanganyar sehingga UKM Desa Karanganyar bisa membuat sendiri proposal pengajuan dana CSR kepada industri di sekitar wilayahnya. Kegiatan ini diperuntukkan bagi UKM Desa Karanganyar Kecamatan Klari Kabupaten Karawang agar bisa secara mandiri dan berkelanjutan mendapatkan sumber permodalan dana CSR dari perusahaan dalam kawasan industri yang ada di wilayah Kecamatan Klari.

**Kata kunci:** Sosialisasi, *Corporate Social Responsibility*, Usaha Kecil dan Mikro

### **Abstract**

This community service activity is related to the socialization of corporate social responsibility (CSR) programs in Small and Micro Enterprises (SMEs) in Karanganyar Village, Klari District, Karawang Regency. The problem that exists in SMEs is the potential for capital sourced from CSR which is still not utilized. In addition, there is still a problem of ignorance about CSR programs as a source of capital and ignorance of how to make proposals to get CSR funds. For this reason, it is necessary to socialize CSR programs from industries around Karanganyar Village to business actors so that Karanganyar Village SMEs can make their own proposals for submitting CSR funds in industries around their areas. This activity is intended for SMEs in Karanganyar Village, Klari District, Karawang Regency to be able to independently and sustainably obtain CSR funding sources from companies in industrial areas in the Klari District area.

**Keywords :** *Socialization, Corporate Social Responsibility, Small and Micro Enterprises*

### **PENDAHULUAN**

Desa Karanganyar merupakan salah satu desa di selatan Kecamatan Klari. Desa dengan sebagian besar wilayahnya adalah pertanian yang diapit oleh kawasan industri besar di Karawang. Dekat dengan kawasan industri yang mempunyai banyak perusahaan besar menjadikan Desa Karanganyar sebagai desa penyangga industri. Di lingkungan industri dimungkinkan untuk mempunyai potensi pengembangan UKM, termasuk pemanfaatan CSR dari perusahaan di lingkungan kawasan industri sebagai tambahan permodalan. Sayangnya, pemahaman dan pemanfaatan CSR sebagai sumber permodalan belum dipahami dan dimanfaatkan oleh UKM Desa Karanganyar.

UKM merupakan obyek dan subyek pembangunan desa. Bagi perusahaan, UKM merupakan obyek pengimplementasian program CSR (Yuliawati, 2020). UKM mempunyai

peran penting dalam menyampaikan informasi terkait kebutuhan pengembangan usaha kepada pemerintah dan perusahaan yang berkepentingan dalam implementasi CSR. Informasi tentang kebutuhan permodalan UKM Desa Karanganyar, akan memudahkan pemerintah dan perusahaan dalam implementasi kewajiban CSR nya. Kerjasama antara perusahaan swasta, pemerintah dan UKM merupakan kerjasama tripartit dalam membangun bangsa (Yuliatwati, 2020). Terlebih dalam masa sulit, UKM menjadi penyelamat bangsa dengan usahanya yang tahan krisis. UKM mempunyai kekuatan lebih besar dalam menahan krisis ekonomi dibandingkan perusahaan korporasi. (Grimstad et al., 2020). Menjadi keharusan bagi pemerintah dan perusahaan besar bersinergi dengan UKM.

Di Indonesia korporasi wajib melakukan CSR, sementara di negara-negara maju CSR dilaksanakan dengan azas kesukarelaan (Dharmawan et al., 2013). Tapi menurut Olivia & Putri (2019) program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi tatakelola perusahaan yang baik (good corporate goverance). Jika tatakelola diterapkan, maka korporasi punya arahan jelas yang merujuk pada pemangku kepentingan (stakeholders).

Eksistensi korporasi bisa hidup, tumbuh dan berkembang apabila didukung oleh masyarakat dan UKM, karena masyarakat dan UKM-lah pemasok utama kebutuhan korporasi serta sebagai pemakai produk korporasi baik barang ataupun jasa (Suparno, 2016).

Pengetahuan dan pemahaman pentingnya pengembangan usaha UKM di Desa Karanganyar Kecamatan Klari Kabupaten Karawang harus sudah mendapat perhatian utama. Perlu dilakukan kegiatan untuk mengarahkan UKM terhadap program CSR korporasi di sekitar Desa Karanganyar terutama kawasan industri. Banyak korporasi punya program CSR namun tidak terarah untuk masyarakat dan UKM Desa Karanganyar. Padahal korporasi harus berperan dalam lima pilar CSR agar usahanya bisa diterima masyarakat sekitar. Menurut Wibisono dalam Indriya et al., (2020) terdapat lima pilar dalam program pelaksanaan CSR, yaitu menciptakan SDM yang handal dan pemberdayaan masyarakat, menjaga keharmonisan dengan masyarakat, menjalankan tatakelola yang baik, menjaga kelestarian lingkungan dan citra yang baik, serta mendapat dukungan yang baik dari masyarakat sekitar. Pemberdayaan UKM menjadi peran sentral untuk menggerakkan dan memajukan ekonomi desa.

Program implementasi CSR korporasi bisa dilaksanakan dengan mendapatkan informasi yang tepat dari UKM. Dengan memperhatikan kebutuhan UKM dan masyarakat, lima pilar program pelaksanaan CSR bisa dilaksanakan dengan baik, sehingga menghasilkan jalinan komunikasi yang baik antara korporasi dengan UKM.

Desa Karanganyar mempunyai potensi ekonomi yang tinggi dengan geografis yang diapit Kawasan Industri, namun kenyataannya tidak seperti yang bayangkan. Ada beberapa masalah yang bisa diidentifikasi, sebagai berikut ; (1) Potensi wilayah desa Karanganyar, Kabupaten Karawang belum tergali secara optimal; (2) Letak geografis Sebagian besar persawahan dan perkebunan, mayoritas pendidikannya rendah, mata pencahariannya mayoritas petani serta akses jalan cenderung susah ; (3) Fasilitas pengembangan usaha (kredit usaha, permodalan) masih terbatas.

Program CSR merupakan sebuah jalan keluar untuk meobilisasi ekonomi masyarakat serta UKM di desa Karanganyar. warga dan pemilik UKM dilatih membuat proposal yang nantinya bisa diajukan kepada perusahaan yang menyiapkan program CSR. Pelatihan komunikasi, manajemen pengembangan usaha serta manajemen keuangan patut diberikan kepada para pelaku UKM desa Karanganyar.

## **METODE PELAKSANAAN**

Dalam Herdiana (2018) sosialisasi merupakan tahapan atau proses yang dilakukan setelah kebijakan dibuat namun dilakukan sebelum kebijakan diimplementasikan. Sama halnya menurut Anwar (2018) sosialisasi merupakan makna bahwa setiap orang berupaya untuk menyelaraskan hidupnya dalam lingkungan hidupnya. Dalam penyelarasan dengan tujuan pemerintahan desa Karanganyar, maka sosialisasi program CSR dan pengembangan UKM perlu dilakukan. Sosialisasi diberikan kepada para pelaku usaha (UKM) desa

Karanganyar Kabupaten Karawang. 11 peserta adalah pengusaha baru UKM yang dirintis pada awal tahun 2020. Pelaksanaan sosialisasi di AULA desa Karanganyar dengan difasilitasi oleh Kepala Desa Karanganyar. Inisiatif pembentukan UKM diinisiasi oleh ketua Karang Taruna Desa Karanganyar dengan melibatkan ibu-ibu penggerak PKK. Pelaku usaha di desa karanganyar baru dibentuk dan kurang akses ke pemerintahan desa sehingga perlu diberikan panduan dan pendampingan untuk memahami CSR, pengajuannya serta pemanfaatannya. Program workshop merupakan metode terbaik yang diberikan kepada para usahawan baru di desa Karanganyar. Sosialisasi dikemas dalam bentuk presentasi, dialog serta konsultasi antara pemateri dengan warga atau pelaku usaha. Materi diberikan tentang CSR, tujuan, peraturan pemerintah serta bagaimana mendapatkan CSR yang baik, serta penyusunan proposal dan manajemen keuangan yang baik.



**Gambar 1. Sosialisasi CSR**

Kelemahan para pelaku usaha di desa Karanganyar adalah komunikasi yang kurang baik, maka materi sosialisasi juga diberikan materi tentang komunikasi langsung dan melalui media masa. Kita tahu bahwa komunikasi merupakan kunci sukses bagi pelaku usaha. Seperti yang dikatakan Rakib (2010) jika para pelaku usaha menginginkan keberhasilan dalam usahanya maka memerlukan komunikasi yang baik. Komunikasi yang efektif cukup berpengaruh besar dalam kinerja usaha maupun keberhasilan pengembangan usahanya. Demikian pula Setiawan (2021) mengatakan bahwa komunikasi yang efektif merupakan syarat mutlak yang harus dipunyai oleh pelaku usaha agar usahanya berjalan dengan baik dan menguntungkan. Hidayati et al (2019) juga memberikan saran yang sama tentang pentingnya komunikasi yang baik adalah kunci utama keberhasilan usaha. Sejalan dengan peneliti sebelumnya bahwa pelaku usaha untuk punya kemampuan komunikasi yang baik, dalam sosialisasi CSR ini pun diberikan materi pelatihan komunikasi yang efektif untuk semua peserta.



**Gambar 2. Pre Test dan Post Test**

Pelaku usaha diberikan kesempatan untuk bertanya agar pemahaman terhadap materi serta hambatan-hambatan usaha dan pengembangannya diketahui dan diberikan solusi. Diskusi juga dilakukan dibarengi simulasi agar interaksi antar pelaku usaha bisa terjalin. Peserta juga diberikan kesempatan untuk pengembangan pembuatan proposal secara kelompok.

Agar bisa mengetahui keberhasilan program ini, dilakukan pula evaluasi dengan menggunakan pre-test dan post test kepada peserta pelatihan. Effendy (2016) mengatakan bahwa pre-test dan post-test merupakan metode yang membantu guru atau tutor untuk mengevaluasi dan memperbaiki aktiitas serta cara mengajar untuk meningkatkan motivasi peserta ajar. Novianti (2018) pres test dan post test merupakan metode evaluasi untuk mengetahui kemampuan awal dan akhir peserta didik. Dalam Donuata (2019) mewajibkan guru atau tutor memberikan evaluasi untuk melihat keberhasilan peserta didik dalam menerima materi. Evaluasi mutlak harus dilakukan mengingat kegiatan ini juga dapat dinilai keberhasilannya.

Para peserta diberikan kuesioner untuk menjawab beberapa pertanyaan sebelum pelatihan dan sesudahnya. Hasilnya ada perkembangan signifikan dari peserta pelatihan setelah diberikan materi, baik meteri pokok CSR, pembuatan proposal maupun pengembangan komunikasi. Evaluasi praktik pembuatan proposal dilakukan dengan langkah observasi serta simulasi. Apakah peserta sudah terampil atau belum dapat dilihat dari simulasi yang dilakukan berulang-ulang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi UKM dan Pemberdayaan Masyarakat

Wilayah desa Karanganyar sebagian besar adalah pertanian, perkebunan dan peternakan yang dihipit oleh kawasan industri besar di Karawang, memungkinkan pengembangan ekonomi masyarakat desa secara terpadu. Masyarakat yang sebagian besar petani, peternak dan sebagian kecil wirusahawan memungkinkan menjadi penggerak roda ekonomi desa Karanganyar Kabupaten Karawang. Agar adanya pergerakan roda ekonomi yang lancar, perlu pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pemberdayaan ekonomi masyarakat dilakukan dengan serius akan mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran (Kamaruddin, 2013). Paradigma meningkatkan kesejahteraan dan menghilangkan kemiskinan menjadi dasar menyelesaikan masalah kemiskinan di desa.

Petani memegang peranan penting dalam peningkatan produksi pangan. Tidak terbantahkan bahwa Sebagian besar bisnis pertanian di desa Karanganyar merupakan usaha utama. Aliran uang terbesar tentu berada pada sektor ini yang perlu dimanfaatkan dengan nilai ekonomis tambahan lainnya. Jumlah petani dan buruh tani sebanyak 913 orang merupakan potensi alamiah dan sumber daya manusia yang memungkinkan menjadi penggerak ekonomi yang utama di desa Karanganyar. Terbentuknya kelompok tani membawa gairah petani dan buruh tani untuk bersinergi. Terbentuknya kelompok tani juga memberikan peluang untuk meningkatkan nilai ekonomis dengan membentuk UKM yang berakar pada produksi pertanian.



**Gambar 3. Usaha Gilingan Padi**

Peningkatan produksi pangan merujuk pada sektor peternakan yang ada di desa Karanganyar. Peternak sapi, kambing, dommba, ayam, bebek serta ikan darat memberikan peranan penting dalam roda ekonomi desa Karanganyar. Beternak bagi masyarakat desa Karanganyar merupakan sebuah kebiasaan yang dijadikan sumber ekonomi. Dari mereka pemenuhan gizi masyarakat desa juga terpenuhi, sehingga tidak aneh bisnis peternakan terus berkembang. Sayangnya sektor peternakan di desa Karanganyar belum dibentuk wadah pengembangan usaha atau kelompok peternakan. Hanya sebagian kecil yang berani membentuk usahanya sebagai UKM.



**Gambar 4. Pengrajin**

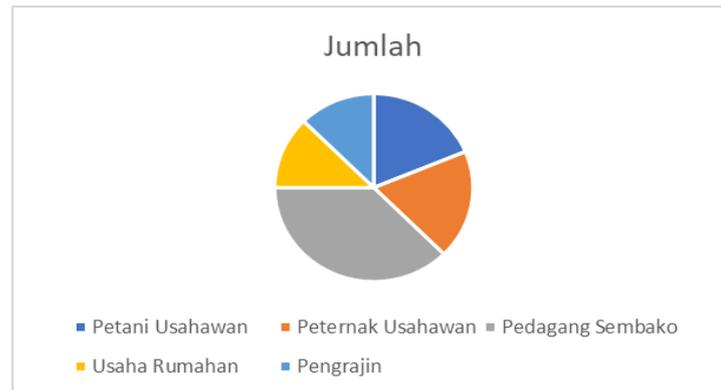
Pedagang dan pengrajin sudah eksis mengelola usahanya. Pedagang dengan toko dan warung-warung yang tersebar di 6 (enam) dusun cukup merata. Mereka cenderung melakukan usahanya secara personal, sehingga hasil yang didapat hanya untuk pemenuhan hidupnya. Pengrajin melakukan aktivitas rutinnnya hanya untuk pemenuhan keluarga. Potensi yang ada belum tergarap semuanya karena belum ada kesadaran untuk mengembangkan usaha kerajinan. Padahal potensi yang ada bisa melebihi seperti yang ada sekarang ini. Sumber permodalan menjadi masalah klasik untuk pengembangan usaha.

Potensi dan peran yang ada dibutuhkan dorongan untuk pengembangan usaha dan menjadikan aliran ekonomi desa meningkat. Apalagi wilayah desa yang dikelilingi industri besar memungkinkan untuk mengembangkan potensi. Memungkinkan pemberdayaan pada sektor pertanian, peternakan, pengrajin serta wirausahawan agar tumbuh kembang usaha. Menjadi mungkin bilamana industri besar di sekitar desa Karanganyar berperan aktif memberikan sumber permodalan dari Corporate Social Responsibility-nya (CSR).

Pengembangan para usahawan dan UKM pada desa Karanganyar memerlukan dukungan dari pihak-pihak yang berkepentingan, yang mempunyai daya kuat untuk mendukung program pemberdayaan UKM. Dalam hal ini perusahaan pemerintah dan perusahaan swasta yang mempunyai program CSR, terutama perusahaan yang berada pada Kawasan industri di sekitar desa Karanganyar. Menurut Irmawati (2018) adanya pemberdayaan masyarakat membuat relasi yang kuat dengan masyarakat dengan cara melibatkan mereka dalam kegiatan, terutama yang menyangkut mobilisasi ekonomi. Dukungan kepada pelaku usaha dengan cara mensupport, keberpihakan dan pemberdayaan masyarakat melalui pembangunan ekonomi. Salah satu cara pemberdayaan adalah dengan cara mentransfer pengetahuan tentang CSR, serta cara mendapatkannya sebagai sumber modal bagi pelaku usaha atau UKM di desa Karanganyar.

### **Hasil Kegiatan**

Pengabdian masyarakat ini diikuti oleh sebanyak 16 orang usahawan atau pelaku UKM desa Karanganyar. Usaha mereka bermacam-macam, seperti ; petani usahawan, peternak usahawan, pedagang sembako, pengusaha rumahan serta pemilik sanggar kerajinan. Dapat kita lihat dalam gambar di bawah ini.



**Gambar 5. Peserta Pelatihan**

Sosialisasi Corporate Social Responsibility (CS) melalui metode seminar, diskusi dan simulasi diterima dengan baik. Respon dan pemanfaatan informasi program (CSR) membuat peserta memahami dan menerima program ini. Penerimaan dan respek dari peserta mutlak diketahui untuk mengetahui apakah peserta bersungguh-sungguh dalam mendalami materi terkait CSR, Komunikasi serta pembuatan proposalnya. Di bawah ini tabel yang mengindikasikan hasil kegiatan untuk memanfaatkan sumber permodalan CSR.

**Tabel 1. Target Capaian**

Tahapan	Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Metode	Target Capaian	Kondisi
Pemahaman CSR	Ceramah dan Tanya Jawab	Memberikan pemahaman tentang CSR, tujuan CSR dan Peluang Mendapatkan Sumber Modal dari CSR.	Sosialisasi	Pengetahuan CSR dan Pemanfaatannya bagi usahawan (UKM)	Memahami CSR, Tahu CSR dari tidak tahu menjadi tahu.
Pembekalan	Ceramah, Diskusi dan Simulasi	Meningkatkan Keterampilan Pembuatan Proposal dan Keterampilan Komunikasi Yang Efektif	Praktik	Peningkatan Keterampilan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memahami CSR dengan baik</li> <li>Meningkatnya keterampilan komunikasi</li> <li>Kemampuan membuat proposal pengajuan CSR kepada perusahaan yang mempunyai program CSR</li> </ol>

Evaluasi keiatan peserta yang menyangkut pengetahuan, pemahaman dan kemampuan tentang CSR dan pemanfaatannya perlu dilakukan. Evaluasi dilakukan dengan cara isi kuesioner dan penilaian praktikum. Adapun hasil yang didapat sesuai dengan tabel di bawah ini, terkait pengetahuan tentang CSR, rata-rata peserta memiliki nilai pengetahuan baik dengan skor 68 dari nilai standar 100, pemahaman materi CSR memiliki skor rata-rata 76 dari nilai standar 100, sementara keterampilan memiliki skor 74 dari nilai standar 100. Namun dalam simulasi pembuatan proposal masih terkendala dan masih perlu pendampingan.

**Tabel 2. Penilaian dan Evaluasi**

Indikator	SKOR
Pengetahuan	68
Pemahaman	76
Keterampilan	74

Kegiatan ini pula perlu penilaian dari para peserta untuk keberlangsungan dan pelaksanaan kegiatan sejenis lain di waktu yang lain. Penilaian atas kegiatan ini dengan membuat penilaian terhadap materi pelatihan, kemampuan narasumber, ketepatan metode serta kegiatan sosialisasinya. Alhamdulillah kegiatan secara keseluruhan mendapatkan nilai yang sangat baik.



**Gambar 6. Penilaian Peserta Terhadap Kegiatan**

## SIMPULAN

Kegiatan sosialisasi CSR kepada masyarakat dan pelaku UKM di Desa Karanganyar Kabupaten Karawang berlangsung dengan baik serta dapat memenuhi capaian yang diharapkan. Indikasi keberhasilan peserta adalah dengan meningkatnya pengetahuan, pemahaman serta keterampilan peserta terkait CSR dan pemanfaatannya. Keterampilan komunikasi dengan dibarengi kepercayaan diri juga meningkat.

Materi pelatihan serta metode yang digunakan dalam sosialisasi juga dapat memberikan perubahan dan kemanfaatan dalam pengembangan diri pelaku usaha di Desa Karanganyar Kabupaten Karawang. Hasil simulasi terlihat bahwa masih diperlukan pendampingan dalam pembuatan proposal, pengajuan serta hubungan dengan perusahaan yang melaksanakan program CSR. Keberlanjutan program ini masih diperlukan agar manfaat CSR nya bisa langsung dirasakan oleh para pelaku UKM di Desa Karanganyar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. (2018). Paradigma Sosialisasi Dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan Jiwa Beragama Anak. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 8(2), 155–167. <https://doi.org/10.35905/komunida.v8i2.631>
- Aresteria, M., Mege, S. R., Vokasi, S., & Diponegoro, U. (2020). Peran Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Desa. *EDUPRENEUR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Kewirausahaan*, 3(2), 20–25.
- Dharmawan, S., Indrawati, S., Rudy, G., Purwanti, P., Wiryawan, W., & Utama, P. (2013). Sosialisasi Norma-Norma Hukum Tentang Kewajiban Pelaksanaan Corporate Social Responsibility. *12(2)*, 66–69.
- Donuata, P. B. (2019). Efektivitas Pemberian Pre Test dan Post Test Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Fisika Siswa. *IKIP Muhammadiyah Maumere*.
- Dwi Novianti, M. B. S. (2018). Pengaruh Pemberian Pre Test Dan Post Test Terhadap Kesiapan Dan Hasil Belajar Ipa Siswa Kelas Vii Di Smp Negeri 7 Metro Tahun Pelajaran 2015/2016. *Kappa Journal*, 2(1), 1–8.
- Effendy, I. (2016). Pengaruh Pemberian Pre-Test dan Post-Test Terhadap Hasil Belajar Mata Diklat HDW.DEV.100.2.a pada Siswa SMK Negeri 2 Lubuk Basung. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 1(2), 81–88.
- Grimstad, S. M. F., Glavee-Geo, R., & Fjørtoft, B. E. (2020). SMEs motivations for CSR: an exploratory study. *European Business Review*, 32(4), 553–572. <https://doi.org/10.1108/EBR-01-2019-0014>
- Herdiana, D. (2018). Sosialisasi Kebijakan Publik: Pengertian dan Konsep Dasar. *Jurnal Ilmiah Wawasan Insan Akademik*, 1(3), 13–26.
- Hidayati, E., Nugroho, H. A., & Indrawati, N. D. (2019). Pelatihan Jiwa Kewirausahaan Dan Komunikasi Bisnis Dalam Bidang Kesehatan. *Jurnal Pengabdian Kesehatan*, 2(1). <https://doi.org/10.31596/jpk.v2i1.25>
- Irmawati. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Jagung Di Desa Tanah Toa Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Publiciana*, 1(1), 1–16.
- Kamaruddin. (2013). Analisis Potensi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Masjid di Kota Banda Aceh. *13(1)*, 58–70.
- 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.
- Rakib, M., & Syam, A. (2010). Pengaruh Model Komunikasi Wirausaha ., *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2, 121–129.
- Suparno. (2016). Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Industri Rokok Di Kudus. *Jurnal Sosial Budaya*, 6(2), 29–39. <https://scholar.google.co.id/>
- Topan Setiawan, F. H. A. P. (2021). *Intelektiva : jurnal ekonomi, sosial & humaniora*. 2(08), 100–107.
- Yuliawati, E. (2020). Sosialisasi Pemanfaatan Program Corporate Social Responsibility (CSR) bagi Pelaku Usaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 6(4), 213–220.