



**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* BANK RAKYAT
INDONESIA (BRI) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN
MASYARAKAT INDONESIA**

Silvina Mayasari

Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) Jakarta

(Naskah diterima: 1 Maret 2022, disetujui: 28 April 2022)

Abstract

This study aims to see how the implementation of Bank Rakyat Indonesia's Corporate Social Responsibility (BRI) in Improving the Welfare of the Indonesian People. Corporate Social Responsibility is defined as the company's responsibility to stakeholders to behave ethically, minimize negative impacts and maximize positive impacts that include economic, social and environmental aspects (triple bottom line) in order to achieve sustainable development goals. The research method in this study is a descriptive qualitative method that focuses on the Implementation of Bank Rakyat Indonesia's (BRI) Corporate Social Responsibility in Improving the Welfare of the Indonesian People. Data Collection Techniques Data collection techniques in qualitative research are observation, literature and documentation studies. In this CSR program, Bank Rakyat Indonesia through BRI Peduli and partnering with various parties focuses on several activities implemented to help the government improve welfare in the community through the BRI Fellowship Journalism 2021 Program and the Happy Sharing Program with the BRI Group. In the 2021 BRI Fellowship Journalism Program, it is implemented in the form of community empowerment. In practice, Bank Rakyat Indonesia (BRI) implements this program through a foundation or corporate social organization, namely BRI Peduli. Meanwhile, the level of CSR carried out by Bank Rakyat Indonesia (BRI) in this program is Citizenship. In the Sharing Happiness program with the BRI Group, it is implemented in the form of Community Assistance. BRILink Agents. The CSR level of this program is Charity.

Keywords: *Implementation, Corporate Social Responsibility, community assistance, community empowerment, Charity*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia. *Corporate Social Responsibility* di definisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yang fokus pada Implementasi *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Indonesia. Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan melakukan observasi, kepustakaan dan studi dokumentasi. Dalam program CSR ini Bank Rakyat Indonesia melalui BRI Peduli dan bermitra dengan berbagai pihak berfokus pada beberapa kegiatan yang diimplementasikan untuk membantu pemerintah meningkatkan kesejahteraan di masyarakat melalui Program BRI Fellowship Journalism 2021 dan Program Berbagi Bahagia bersama BRI Group. Dalam Program BRI Fellowship Journalism 2021 diimplementasikan dalam bentuk *community empowerment*. Pada prakteknya Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam melaksanakan program ini melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan yaitu BRI Peduli. Sedangkan tingkatan CSR yang dilakukan Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam program ini adalah *Citizenship*. Pada program Berbagi Bahagia bersama BRI Group diimplementasikan dalam bentuk *Community Assistance*. Dalam Prakteknya program ini adalah dengan bermitra dengan unsur-unsur masyarakat seperti kelurahan, RT, RW, serta para AgenBRILink. Tingkatan CSR program ini adalah *Charity*.

Kata Kunci: Implementasi, *Corporate Social Responsibility*, *community assistance*, *community empowerment*, *Charity*

I. PENDAHULUAN

CSR adalah *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu kegiatan kemanusiaan yang harus wajib dilakukan oleh setiap perusahaan sesuai dengan amanat bab V Pasal 74 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”. Pasal 1 Nomor 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut UU PT) tampaknya menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai terjemahan dari istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk konteks perusahaan dalam masyarakat Indonesia, dan mengartikannya sebagai "komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas

kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya" (<http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/>).

Di Indonesia kegiatan CSR selain diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15 huruf b disebutkan bahwa: “Setiap penanam modal berkewajiban: (b) melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.” Dalam penjelasan Pasal 15 huruf b tersebut dinyatakan bahwa “Yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai

dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat”. (Mukti Fajar, 2010).

Dalam *positioning bisnis*, CSR merupakan wujud dari pertanggungjawaban perusahaan kepada masyarakat, dimana bentuk kegiatan ini bisa berupa layanan sosial, fasilitas umum atau kegiatan atau program lainnya yang bisa mendatangkan manfaat bagi masyarakat. Jika diartikan secara bebas maka CSR adalah sikap atau bentuk pertanggungjawaban perusahaan bagi setiap pemangku kepentingan atau *stakeholder* perusahaan. Pihak yang berkepentingan ini diantaranya adalah karyawan, pemerintah, pemegang saham, pelanggan dan masyarakat secara luas. Jadi perusahaan bisa melakukan kegiatan CSR dengan menyasar kepada pemangku kepentingan atau *stakeholder*.

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa CSR merupakan salah satu cara perusahaan-perusahaan baik BUMN, BUMD, maupun swasta ikut andil dalam membantu atau menjadi mitra pemerintah dalam menangani permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat. Kegiatan yang termasuk kegiatan kegiatan social ada banyak, namun CSR berfokus pada kegiatan social yang bisa membuat masyarakat menjadi mandiri, bisa menjalani kehidupan yang lebih baik,

bukan hanya sekedar menghilangkan kesulitan sesaat saja.

Salah satu perusahaan swasta yang selalu konsisten melakukan kegiatan CSR adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI). BRI merupakan bank milik pemerintah yang terbesar dan tersebar di Indonesia. BRI didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmaja tanggal 16 Desember 1985. (www.bri.co.id/).

Sejak tahun 1895 hingga saat ini BRI memiliki peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian nasional. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), BRI turut melaksanakan Program Tanggung Jawab Sosial atau Corporate Sosial Responsibility (CSR), terutama melalui pelaksanaan Program Bina Lingkungan yang dikenal dengan nama BRI Peduli. BRI melalui BRI Peduli telah banyak ikut andil menggelar aksi sosial dalam berbagai kesempatan membantu pemerintah dan masyarakat.

BRI Peduli memiliki konsep untuk membantu meningkatkan kondisi lingkungan (Pro Planet), Masyarakat (Pro People) dan ekonomi (Pro Profit). BRI memiliki komitmen kuat dalam menjalankan BRI Peduli dengan mengusung tema “Bangga Berindonesia” sebagai tagline dari program-program CSR

dan Bina Lingkungan. Bank BRI berkomitmen menjadikan BRI Peduli sebagai kegiatan yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. BRI Peduli terbagi dalam 7 (tujuh) sektor bantuan yaitu Bantuan korban bencana alam dan non-alam termasuk yang disebabkan oleh wabah, Bantuan pendidikan, dapat berupa pelatihan, prasarana dan sarana pendidikan, Bantuan peningkatan kesehatan, Bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum, Bantuan sarana ibadah, Bantuan pelestarian alam dan Bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan. (www.bri.co.id/).

Salah satu aksi sosial yang dilakukan BRI melalui BRI peduli adalah Program BRI Fellowship Journalism 2021. Program ini dimulai sejak Desember 2021 dan diikuti oleh 972 jurnalis dari berbagai media di seluruh Indonesia. Dimana akhirnya akan dipilih sebanyak 44 jurnalis untuk ditempatkan di 18 Regional Office BRI se-Indonesia. (www.inews.id)

Dalam program kali ini BRI mengusung tema Optimisme Kebangkitan UMKM di Masa Pandemi untuk Percepatan Pemulihan Ekonomi Nasional. Dengan tema ini BRI berharap para jurnalis yang terpilih bisa memotret kisah perjuangan masyarakat pelaku

UMKM dalam menghadapi pandemi dan menungkan menjadi produk jurnalistik yang mampu memberikan motivasi dan semangat kepada para pembaca agar tetap optimis dalam menghadapi tantangan di masa pandemi ini dan para mentor akan melakukan penilaian terhadap kualitas berita yang dihasilkan para jurnalis tersebut.

Dalam program ini 36 jurnalis yang berhasil akan mendapatkan beasiswa Pendidikan magister (S2) di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) yang mereka pilih, dengan minat dan jurusan yang sesuai dengan keinginannya. (www.inews.id)

Selain Program BRI Fellowship Journalism 2021, BRI group juga melakukan kegiatan social “Berbagi Bahagia bersama BRI Group”. Dalam kegiatan ini BRI membagikan 80.000 paket sembako gratis kepada 144 panti asuhan, 36 panti werdha dan masyarakat umum di Indonesia. Paket sembako yang bagikan merupakan bentuk dukungan BRI group dalam melaksanakan ibadah Ramadhan. Penyaluran sembako dilakukan oleh perwakilan 18 regional office BRI di seluruh Indonesia dan melibatkan semua pekerja BRI Group. Dalam penyaluran sembako agar tepat sasaran BRI bekerjasama dengan semua unsur masyarakat seperti keluraha, aparat desa, RT atau RW.

BRI juga mendorong produktivitas dan pertumbuhan usaha AgenBRILink dengan melibatkannya dalam penyaluran bantuan sembako ini dengan terus berkordinasi dengan unsur masyarakat setempat. (www.inews.id)

Dari uraian diatas, penulis membuat judul Implementasi *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah Implementasi *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia?

II. KAJIAN TEORI

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Raharjo (dalam Rahmadani dkk, 2018) CSR merupakan janji dan komitmen perusahaan dalam dunia bisnis untuk memberikan kontribusinya dalam upaya menciptakan pengembangan ekonomi yang sifatnya berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan serta menitikberatkan pada keseimbangan pada aspek sosial, ekonomi dan lingkungan tempat perusahaan berada.

Menurut Saidi (2004), dalam prakteknya ada empat model atau pola CSR yang

umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:

1. Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. 2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya.

3. Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial atau organisasi nonpemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu.

Implementasi CSR

Menurut Raharjo (dalam Aqiela dkk, 2018): Terdapat tiga bentuk implementasi CSR yaitu; (1) *Community Relations*, perusahaan sekedar memberikan bantuan yang dirasa diperlukan masyarakat dilihat dari sudut pandang subjektif perusahaan. Dengan kata

lain perusahaan memberikan apa yang ingin perusahaan berikan sebagai bantuan; (2) *Community Assistance*, pemberian bantuan dengan mempertimbangkan kebutuhan yang benar-benar diperlukan oleh masyarakat. Dalam hal ini perusahaan melakukan asesmen terhadap kondisi masyarakat dan memberikan apa yang masyarakat perlukan sesuai dengan hasil asesmen; (3) *Community Empowerment*, merupakan implementasi CSR yang menjadikan masyarakat berdaya dengan bantuan yang diberikan oleh perusahaan. Terdapat tiga tingkatan kegiatan program CSR, yaitu: 1) *Charity*, kegiatan program CSR yang bersifat pemberian sumbangan; 2) *Philanthropy*, kegiatan program CSR yang membantu penyelesaian masalah secara parsial; 3) *Citizenship*, berorientasi membangun daya saing masyarakat.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus yang fokus pada Implementasi *Corporate Social Responsibility* Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia. Menurut Kriyantono “metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti menguraikan dan menjelaskan secara

komprehensif berbagai aspek individu kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis”.(Kriyantono, 2016)

Metode analisis data yang digunakan adalah studi literatur atau kepustakaan, yaitu dengan mengkaji konsep, teori, dan kajian yang terkait dengan kegiatan CSR perusahaan terhadap pengembangan masyarakat berdasarkan pada perspektif pekerjaan sosial. Penelitian ini menggunakan buku dan jurnal ilmiah terkait serta laporan kegiatan CSR dalam *website* Bank Rakyat Indonesia (BRI), media massa serta media sosial sebagai sumber data dan informasi.

IV. HASIL PENELITIAN

Dalam prakteknya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:

1. Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat public relation.

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.
3. Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/ organisasi nonpemerintah (NGO /LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial/Ornop yang bekerjasama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR
4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya

secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama (Saidi & Abidin 2004:64-65)

Pada Program BRI Fellowship Journalism 2021 kegiatan yang dilakukan sebagai berikut: Dalam program kali ini BRI mengusung tema Optimisme Kebangkitan UMKM di Masa Pandemi untuk Percepatan Pemulihan Ekonomi Nasional. Dengan tema ini BRI berharap para jurnalis yang terpilih bisa memotret kisah perjuangan masyarakat pelaku UMKM dalam menghadapi pandemi dan menuangkan menjadi produk jurnalistik yang mampu memberikan motivasi dan semangat kepada para pembaca agar tetap optimis dalam menghadapi tantangan di masa pandemi ini dan para mentor akan melakukan penilaian terhadap kualitas berita yang dihasilkan para jurnalis tersebut. Dalam program ini 36 jurnalis yang berhasil akan mendapatkan beasiswa Pendidikan magister (S2) di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) yang mereka pilih, dengan minat dan jurusan yang sesuai dengan keinginannya. (www.inews.id).

Program sosial berikutnya adalah “Berbagi Bahagia bersama BRI Group”. Dalam kegiatan ini BRI membagikan 80.000 paket

sembako gratis kepada 144 panti asuhan, 36 panti werdha dan masyarakat umum di Indonesia. Paket sembako yang bagikan merupakan bentuk dukungan BRI group alam melaksanakan ibadah Ramadhan. Penyaluran sembako dilakukan oleh perwakilan 18 regional office BRI di seluruh Indonesia dan melibatkan semua pekerja BRI Group. (www.inews.id)

I. Pembahasan

Melihat dari bentuk implementasi CSR dan berdasarkan hasil penelitian,

1. Program CSR Bank Rakyat Indonesia (BRI) pada Program BRI Fellowship Journalism 2021 diimplementasikan dalam bentuk yaitu *community empowerment*. *Community Empowerment*, merupakan implementasi CSR yang menjadikan masyarakat berdaya dengan bantuan yang diberikan oleh perusahaan.

Sedangkan prakteknya Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam melaksanakan program Program BRI Fellowship Journalism 2021 adalah melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Bank Rakyat Indonesia (BRI) mendirikan Yayasan sosial atau organisasi sosial dibawah groupnya yaitu BRI Peduli.

Tingkatan CSR yang dilakukan Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam program ini

adalah *Citizenship*, berorientasi membangun daya saing masyarakat.

2. Program Berbagi Bahagia bersama BRI Group diimplementasikan dalam bentuk *Community Assistance*, dimana BRI memberikan bantuan dengan mempertimbangkan kebutuhan yang benar-benar diperlukan oleh masyarakat. Dalam hal ini perusahaan melakukan asesmen terhadap kondisi masyarakat dan memberikan apa yang masyarakat perlukan sesuai dengan hasil asesmen.

Dalam Prakteknya program Berbagi Bahagia bersama BRI Group adalah dengan bermitra dengan unsur-unsur masyarakat seperti kelurahan, RT, RW, serta ikut melibatkan para Agen RiLink dalam membantu penyediaan dan penyaluran sembako agar tepat sasaran.

Tingkatan CSR yang dilakukan BRI dalam program ini adalah *Charity*, yaitu kegiatan program CSR yang bersifat pemberian sumbangan.

V. KESIMPULAN

CSR merupakan program kepedulian perusahaan terhadap masyarakat atau *stakeholder*, dimana setiap perusahaan sejatinya harus dan perlu melaksanakannya guna menjaga kesinambungan hubungan perusahaan

dan *stakeholder*. Masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan dikarenakan dukungan masyarakat sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Untuk memperkuat komitmen dalam tanggung jawab sosial, perusahaan perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi kedepan. Karena melalui hubungan yang harmonis dan citra yang baik timbal baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga eksistensi perusahaan.

BRI merupakan bank milik pemerintah yang terbesar dan tersebar di Indonesia. BRI didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmaja tanggal 16 Desember 1985. Sejak awal berdiri hingga saat ini BRI memiliki peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian nasional. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), BRI turut melaksanakan Program Tanggung Jawab Sosial atau Corporate Social Responsibility (CSR), terutama melalui pelaksanaan Program Bina Lingkungan yang dikenal dengan nama BRI Peduli. BRI melalui BRI Peduli telah banyak ikut andil menggelar aksi sosial dalam berbagai kesempatan membantu pemerintah dan masyarakat.

Dalam Program BRI Fellowship Journalism 2021 diimplementasikan dalam bentuk

community empowerment. Pada prakteknya Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam melaksanakan program ini melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan yaitu BRI Peduli. Sedangkan tingkatan CSR yang dilakukan Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam program ini adalah *Citizenship*.

Pada program Berbagi Bahagia bersama BRI Group diimplementasikan dalam bentuk *Community Assistance*, Dalam Prakteknya program ini adalah dengan bermitra dengan unsur-unsur masyarakat seperti kelurahan, RT, RW, serta para AgenBRILink. Tingkatan CSR program ini adalah *Charity*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aqiela, Lin. Santoso Tri Raharjo. Risna Resnawaty. (2018). Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) El-Corpse. Share: Social Work Jurnal 8:215. doi: 10.24198/share.v8i2.20082.
- Edi Suharto. 2006. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat. Bandung: PT Refika Aditama.
- Fajar, Mukti. 2010. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Studi tentang Penerapan Ketentuan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia. Pustaka Pelajar Yogyakarta

http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=847:persoalan-hukum-seputar-tanggung-jawab-sosial-dan-lingkungan-perseroan-dalam-perundang-undangan-ekonomi-indonesia&catid=102&Itemid=182

<https://bri.co.id/csr>

<https://bri.co.id/info-perusahaan>

<https://www.inews.id/finance/bisnis/bri-group-bagikan-80000-paket-semako-ke-panti-asuhan-dan-panti-werdha-serta-masyarakat-umum>

<https://www.inews.id/finance/bisnis/bri-peduli-beri-beasiswa-s2-untuk-36-jurnalis-bri-fellowship-journalism-2021>

Kriyantono, R. (2016). Public Relations Writing. Jakarta: Prenadamedia.

Rahmadani, Santoso Tri Raharjo, Risna Resnawaty. (2018). Fungsi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat. Share: Social Work Jurnal 8:203–10. doi: 10.24198/share.v8i2.20081.

Saidi, Alfabeta. Hamid Abidin. (2004). Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana Dan Praktek Kedermawanan Sosial Di Indonesia. Jakarta: Piramedia.

Saidi, Alfabeta. Hamid Abidin. (2004). Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana Dan Praktek Kedermawanan Sosial Di Indonesia. Jakarta: Piramedia.

Williem, Johan. 2019. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/16182>