

PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM RITA BARBERSHOP

Maria Helena Chandra¹

Faustus Efendi Miki²

¹²Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero

Ledalero, Maumere 86152, Flores, Nusa Tenggara Timur, Telp: (0382) 244 0022

email: mhchandra90@gmail.com^{1*}, pepengmiki@gmail.com²

ABSTRACT

Barbershop is a business that is experiencing rapid growth in Indonesia, including in Nita District, Sikka Regency, East Nusa Tenggara Province. One of the barbershop that capitalizes on this momentum is *Rita Barbershop*, which not only focuses on haircutting services, but also implements CSR (Corporate Social Responsibility). This study aims to explore more deeply the implementation of CSR at *Rita Barbershop* which plays a role in providing economic, social, and environmental benefits to the surrounding community, especially for the Ritapiret Higher Seminary Community. This research uses a qualitative case study approach to explore the implementation of CSR at *Rita Barbershop* and its impact on the Ritapiret Community. A review of relevant literature highlighted the importance of CSR in creating a balance between profit, people and planet. Data was collected through in-depth interviews, field observations, and documentation. The results showed that the implementation of CSR at *Rita Barbershop* has improved the affordability of hair shaving services, empowered the community, and strengthened social relations. This research is expected to provide insights for other sustainable micro-enterprises.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Social Entrepreneurship, Rita Barbershop.*

ABSTRAK

Barbershop merupakan bisnis yang sedang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia, termasuk di Kecamatan Nita, Kabupaten Sikka, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Salah satu barbershop yang memanfaatkan momentum ini adalah *Rita Barbershop*, yang tidak hanya fokus pada layanan potong rambut, tetapi juga menerapkan CSR (Corporate Social Responsibility). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam terkait implementasi CSR di *Rita Barbershop* yang berperan dalam memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi komunitas sekitar, khususnya untuk Komunitas Seminari Tinggi Ritapiret. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus untuk mengeksplorasi penerapan CSR di *Rita Barbershop* dan dampaknya terhadap Komunitas Ritapiret. Kajian literatur yang relevan menggarisbawahi pentingnya CSR dalam menciptakan keseimbangan antara profit, people, dan planet. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan CSR di *Rita Barbershop* telah meningkatkan keterjangkauan layanan cukur rambut, memberdayakan komunitas, dan memperkuat hubungan sosial. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan bagi usaha mikro lainnya yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Kewirausahaan Sosial, Rita Barbershop.*

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang sedang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia adalah *barbershop*. Meskipun tampaknya sederhana, bisnis ini mempunyai prospek keuntungan yang cukup besar. Keahlian tukang cukur dan fasilitas yang ditawarkan membuat banyak orang memilih *barbershop* untuk potong rambut, baik itu orang dewasa, anak muda, maupun anak-anak (Herdianto & Kurniawati, 2022). Hal ini pula yang membuat jumlah *barbershop* di Indonesia terus meningkat, dengan lebih dari 5.000 merk saat ini. Tren perawatan pria atau male grooming trend pun terus berkembang, didorong oleh meningkatnya minat pria untuk memiliki gaya rambut modern dan kekinian (Lusia Kus Anna, 2017).

Keuntungan dari bisnis *barbershop* tersebut datang dari harga yang dipatok untuk sekali potong rambut. Harganya sangat bervariasi antara Rp. 50.000 – Rp. 70.000 per orang (Lusia Kus Anna, 2017). Namun, dalam konteks Kecamatan Nita, Kabupate Sikka, Provinsi Nusa Tenggara Timur, harga sekali potong rambut di *barbershop* berkisar hanya Rp. 15.000 – Rp. 20.000 (Data hasil pengamatan terhadap beberapa *barbershop* yang berada di sekitar Seminar Tinggi Interdiokesan Santo Petrus Ritapiret, 2024). Pertumbuhan yang sangat signifikan dalam bisnis *barbershop* di Indonesia tersebut tentunya mendorong banyak orang untuk membuka usaha yang sama. Salah satu *barbershop* yang telah memanfaatkan momentum ini adalah *Rita Barbershop*. Bisnis ini tidak hanya fokus pada memberikan layanan potong rambut terbaik, tetapi juga berkomitmen untuk menjalankan CSR sebagai bagian integral dari operasionalnya.

Implementasi CSR dalam bisnis *barbershop* seperti *Rita Barbershop* mempunyai banyak manfaat, baik bagi *Rita Barbershop* maupun bagi masyarakat sekitar. Yusuf Wibisono seperti dikutip Wayan Supada menjelaskan bahwa CSR merupakan komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ekonomi komunitas setempat atau masyarakat luas, sembari meningkatkan taraf hidup pekerja dan keluarganya (Supada, 2020). Edi Suharto yang juga dikutip Wayan Supada menyatakan bahwa CSR merupakan

pendekatan yang dipakai perusahaan untuk mencapai keseimbangan antara aspek ekonomi (profit), lingkungan (environment), dan sosial (people), sehingga mampu memenuhi harapan dari pemegang saham (*shareholders*) maupun pemangku kepentingan (*Stakeholders*) lainnya. Dengan kata lain, CSR harus menargetkan tiga hal utama, yaitu profil, people, dan planet atau yang dikenal dengan istilah Triple Bottom Line (Supada, 2020).

Secara sederhana, penerapan CSR dalam *Rita Barbershop* menekankan tentang etika dan tanggung jawab sosial dari *Rita Barbershop* yang sangat penting untuk diimplementasikan agar menciptakan hubungan bisnis yang sukses dan tahan lama pada level lokal dan harapannya juga pada level nasional. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Thomas G. Travis sebagaimana dikutip Reza A. A. Wattimena bahwa, “Etika, tanggung jawab sosial, dan isu-isu lain terkait tata korporasi bisnis adalah bagian penting untuk menciptakan hubungan bisnis yang sukses dan tahan lama di level internasional.” (Reza A. A. Wattimena, 2017).

CSR ini sangat penting untuk diterapkan dalam kewirausahaan sosial yang juga berfokus pada penciptaan nilai sosial daripada berorientasi pada laba seperti yang banyak dipraktikkan oleh perusahaan-perusahaan tradisional. Implementasi CSR memiliki banyak keuntungan. Pertama, perusahaan dapat mendukung inisiatif kewirausahaan sosial dengan memberikan dana, pelatihan, dan kerja sama strategis. Ini menolong wirausahawan sosial dalam mengembangkan bisnis mereka dan memperluas dampaknya. Kedua, kewirausahaan sosial dapat dimasukkan dalam program CSR perusahaan sebagai bukti komitmen terhadap tanggung jawab sosial. Ketiga, kolaborasi antara CSR dan kewirausahaan sosial menciptakan ekosistem bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan, dengan kolaborasi antara perusahaan besar dan usaha kecil untuk memecahkan masalah sosial.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang penerapan CSR. (Marnelly, 2012) dalam artikel berjudul “CSR: Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia” dan (Wijayanti et al., 2023) dengan artikel yang berjudul “Konsep dan Implementasi CSR dalam Bisnis: Studi Literatur”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam terkait

penerapan CSR dalam *Rita Barbershop*, serta dampaknya terhadap komunitas dan lingkungan sekitar. Metode studi kasus diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya CSR dalam bisnis barbershop dan bagaimana hal ini dapat menjadi contoh bisnis lainnya untuk turut serta dalam praktik bisnis yang bertanggung jawab sosial..

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kajian Literatur

Corporate Social Responsibility

Marnelly membahas sejarah awal CSR yang mulai terkenal sejak 1970-an, terutama dalam buku John Elkington yang ditulis pada tahun 1998 berjudul *Cannibals with Forks*. Elkington mengembangkan konsep CSR menjadi tiga fokus utama, yaitu profit, planet, dan people. CSR merupakan komitmen perusahaan untuk bertindak etis, beroperasi secara legal, dan meningkatkan kualitas hidup komunitas. Artikel ini membahas teori dan praktik CSR di Indonesia, termasuk konsep dasar, pro dan kontra, pendekatan, aktivitas CSR, pembentukan reputasi organisasi, dan pemberdayaan masyarakat adat (Marnelly, 2012).

Sementara itu, Wijayanti et al (2023) mengeksplorasi tiga jenis inisiatif CSR, yaitu sponsorship, *Cause-Related Marketing* (CRM), dan filantropi, serta bagaimana dampaknya terhadap keterhubungan konsumen dengan perusahaan. Semakin konsumen merasa terhubung dengan sebuah perusahaan, semakin besar kemungkinan mereka akan menunjukkan perilaku yang mendukung perusahaan. Dengan kata lain, tulisan ini merupakan pedoman singkat bagi para praktisi dalam memilih inisiatif CSR yang sesuai demi meningkatkan identifikasi konsumen, yang pada akhirnya menguntungkan perusahaan

Penelitian ini berfokus pada penerapan CSR dalam sebuah barbershop yang terletak di Komunitas Seminari Tinggi Interdiocese Santo Petrus Ritapiret, yakni *Rita Barbershop*. Penelitian mengungkapkan sejarah pembentukan *Rita Barbershop*, harga dan kualitas layanan tukang cukur, program dan evaluasi program yang dilaksanakan *Rita Barbershop*, testimoni pelanggan, penerapan CSR dalam *Rita Barbershop*, serta bagaimana

dampaknya terhadap Komunitas Seminari Tinggi Interdiocese Santo Petrus Ritapiret.

METODA

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Menurut Ismail Suardi Wekke, pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dan lebih menekankan analisis dan pemahaman makna. Fokus utama adalah pada proses dan makna, dengan landasan teori yang digunakan sebagai pemandu agar penelitian tetap relevan dengan fakta yang ditemukan di lapangan (Wekke et al, 2019). Selain itu, menurut Danin seperti dikutip Ismail Suardi Wekke, penelitian kualitatif beranggapan bahwa kebenaran bersifat dinamis dan dapat ditemukan melalui penelaahan terhadap individu dan interaksi mereka dalam situasi sosial. Pendekatan ini menekankan pentingnya konteks sosial dalam memahami fenomena yang diteliti (Wekke, 2019).

Subjek penelitian adalah masyarakat sekitar, yaitu anggota Komunitas Seminari Tinggi Interdiocese Santo Petrus Ritapiret yang terdiri dari para romo (pastor), dan para frater (calon pastor) yang seringkali menggunakan *Rita Barbershop* sebagai tempat cukur rambut. Sedangkan objek penelitiannya adalah *Rita Barbershop*.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam (in depth interview) dengan narasumber utama yaitu Frater Febri Mulyadi Angsemin yang merupakan kordinator *Rita Barbershop* tahun 2024/2025. Menurut Ismail Suardi Wekke, wawancara dalam penelitian kualitatif sangat berguna dalam usaha mengetahui hal-hal dari narasumber secara lebih mendalam. Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara ini lebih bebas dan bertujuan untuk menemukan persoalan yang lebih terbuka (Wekke, 2019). Selain itu, peneliti melakukan observasi lapangan guna menyesuaikan data hasil wawancara dengan narasumber utama.

PEMBAHASAN

Pada bagian pendahuluan telah dijelaskan bahwa CSR merupakan sebuah komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ekonomi komunitas serta meningkatkan taraf hidup pekerja dan

keluarganya. CSR juga bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara profil, people, dan planet atau yang dikenal dengan istilah Triple Bottom Line (TBL) demi memenuhi harapan pemegang saham (*shareholders*) maupun pemangku kepentingan (*Stakeholders*) lainnya. Berikut akan dipaparkan bagian lain dari CSR dalam kaitannya dengan kewirausahaan sosial, khususnya *Rita Barbershop*.

1. Pilar-pilar CSR

CSR (*Corporate Social Responsibility*) diperlukan untuk menyeimbangkan kekuatan korporasi dengan tanggung jawab sosialnya, meningkatkan keuntungan jangka panjang, memperkuat nilai serta reputasi perusahaan, dan mengatasi masalah sosial yang timbul akibat aktivitas perusahaan. Terlepas dari itu, CSR termasuk dalam strategi bisnis yang lebih mengutamakan keberlangsungan dan keberlanjutan perusahaan.

Dalam rangka mencapai itu, CSR menerapkan pilar-pilar penting yang dapat dijadikan sebagai acuan dasar bagi perusahaan-perusahaan dalam menjalankan perusahaannya antara lain profit (keuntungan), planet (lingkungan) dan people (masyarakat). Ainur Rochmaniah menyatakan bahwa pilar-pilar dalam CSR merupakan pengembangan dari konsep Triple Bottom Line. Konsep yang sebelumnya dikembangkan oleh John Elkington memiliki pandangan bahwa jika perusahaan ingin menjaga keberlangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut mesti memperhatikan keseimbangan 3P, yakni profit, people dan planet (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020). Ketiga unsur penting ini juga menjadi tekanan utama dalam tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Ketiga pilar tersebut antara lain:

a) Profit

Profit merujuk pada keuntungan yang diperoleh sebuah perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksinya. Dalam Triple Bottom Line, sebuah perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan sampai mengabaikan dampak yang ditimbulkan oleh proses produksi yang dialami oleh lingkungan sekitar. Di sini tampak bahwa perusahaan telah berusaha menciptakan fair trade dan ethical trade yaitu praktik bisnis yang etik dan bersifat fair. Selain itu, perusahaan

wajib meningkatkan profitabilitasnya, sebab hal itu menjadi dasar bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Laba yang didapat bisa dimanfaatkan untuk keperluan perusahaan seperti berbagi keuntungan dengan pemegang saham, memberikan gaji, tunjangan dan fasilitas bagi karyawan serta melakukan investasi yang menguntungkan untuk masa depan perusahaan (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020).

Profil juga berarti memandang CSR sebagai investasi jangka panjang. Karena itu, dalam penyusunan program kerja dan strategi pelaksanaannya, sebuah perusahaan benar-benar memikirkan dampak bagi masa depan dan keberlangsungan hidupnya. Kondisi seperti ini mengharuskan aktivitas-aktivitas CSR yang dilakukan suatu perusahaan mesti berlangsung terus menerus dan berkelanjutan, sehingga para *Stakeholders* mempunyai persepsi dan image yang baik terhadap CSR.

b) People

Salah satu pihak yang terkena imbas dari kegiatan produksi perusahaan adalah people atau masyarakat sekitar. Untuk itu, perusahaan perlu memberikan perhatian yang lebih kepada masyarakat, khususnya mereka yang berada di sekitar perusahaan yang secara langsung terkena dampak dari kegiatan perusahaan seperti polusi udara, limbah, suara dan sebagainya. Sebagai perwujudan dari CSR, perusahaan memberikan sebagian dari labanya untuk kesejahteraan masyarakat, sehingga kesan yang timbul adalah keuntungan dari kehadiran perusahaan di tengah masyarakat. Adapun bentuk-bentuk CSR yang dapat dilakukan bisa berupa materi, misalnya uang, fasilitas, sarana, dan prasarana) maupun non materi seperti memberi kesempatan kepada masyarakat untuk menjadi karyawan perusahaan, membuka peluang usaha berdagang di sekitar perusahaan, memberikan pelatihan yang dibutuhkan masyarakat dan sebagainya (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020).

c) Planet

Kondisi planet atau lingkungan juga termasuk dalam sasaran perhatian dari CSR. Dalam konteks Triple Bottom Line, planet merujuk pada sumber daya alam yang perlu terus dilestarikan oleh suatu perusahaan setelah menjalankan kegiatan produksinya. Hal yang ingin ditekankan di sini adalah tanggung jawab dari perusahaan terhadap lingkungan sekitar,

semisal air, tanah, udara dengan tujuan keberlanjutan kehidupan manusia.

Fakta yang sering dijumpai di lapangan ialah lingkungan selalu mengalami kerusakan setelah adanya kegiatan produksi dari perusahaan dan biasanya diabaikan oleh perusahaan dengan kondisi ini. Selain itu, dalam wilayah tertentu tak jarang ditemukan kondisi kerusakan lingkungan semisal sungai yang airnya menghitam, udara yang penuh dengan asap dan bau dari proses produksi perusahaan serta kondisi tanah yang tidak memungkinkan ditanam tanaman apa pun. Dengan konsep *Triple Bottom Line* dalam CSR, kondisi lingkungan akan mendapatkan perhatian lebih dan bahkan menjadi investasi jangka panjang yang memberikan keuntungan bagi perusahaan (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020). Adapun langkah praktis yang dilakukan dalam rangka menjaga lingkungan seperti, pengolahan limbah menjadi *zero waste*, pengolahan sampah organik dan sampah an organik, penanaman pohon dan sebagainya.

2. Implementasi CSR

Implementasi CSR berkaitan dengan strategi, pelaksanaan, dan evaluasi terhadap pembangunan yang telah dijalankan dengan berpedoman pada pemberdayaan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Pemberdayaan ekonomi

Kebijakan menerapkan CSR oleh perusahaan-perusahaan merupakan strategi untuk menciptakan kesejahteraan ekonomi. Dalam konteks ini, perusahaan bermitra dengan pemerintah dalam usaha meningkatkan kehidupan yang layak bagi masyarakat dalam aspek ekonomi. Adapun kebijakan yang direalisasikan berupa pembayaran upah pekerja atau karyawan sesuai dengan UMR serta menerapkan batasan waktu dalam bekerja. Kebijakan ini juga dilatarbelakangi oleh kehidupan karyawan yang bertindak sebagai pekerja di perusahaan-perusahaan juga sebagai sebuah keluarga yang membutuhkan waktu bersama keluarga atau melanjutkan usaha kecil menengah. CSR hendak memperbaiki dan membangun mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya secara lebih baik dalam aspek ekonomi (Arto & Budi Susetyo Hutomo, 2015).

Dalam realitas yang terjadi, banyak karyawan yang bekerja melebihi waktu yang

telah disepakati bersama, maka dalam pemberdayaan ekonomi harus juga disepakati upah yang berbeda dengan waktu normal bekerja. Hal ini menjadi peran positif CSR yakni memberikan pemberdayaan ekonomi sekaligus kehidupan keluarga bagi karyawan. Pemberdayaan ekonomi para pekerja berkaitan dengan usaha untuk meningkatkan kehidupan orang-orang-orang lemah atau termarginalisasi oleh pemangku kepentingan sebuah perusahaan menuju kehidupan yang bermartabat (Disemadi & Prananingtyas, 2020). Artinya, para pekerja tidak dieksploitasi demi keuntungan pemilik perusahaan, melainkan diberikan kehidupan ekonomi yang baik. Dengan demikian, strategi pemberdayaan ekonomi hendak bertujuan membangkitkan kesadaran kritis masyarakat pekerja, memberikan perlindungan terhadap karyawan dan menumbuhkan tingkat pendapatan karyawan. Pemberdayaan masyarakat dalam aspek ekonomi pada hakikatnya terealisasi dengan adanya konsep dan kebijakan program-program CSR karena CSR dimaksudkan untuk mengatasi permasalahan kemiskinan pekerja di perusahaan-perusahaan (Disemadi & Prananingtyas, 2020).

Pemberdayaan Sosial

Salah satu tujuan penerapan CSR ialah mengatur hubungan yang saling menguntungkan antara pemilik perusahaan dan pihak-pihak yang terkait dampak operasional perusahaan. Pemberdayaan sosial berkaitan dengan sumbangsih perusahaan terhadap kehidupan masyarakat baik dalam aspek ekonomi, politik, maupun sosial budaya. Dalam konteks ini, perusahaan hendaknya memberikan dampak positif kepada masyarakat dengan menciptakan kehidupan perusahaan yang baik dan membangun hubungan yang harmonis dengan lingkungan sosial. Dalam menciptakan pemberdayaan sosial, pemerintah juga mempunyai peran dalam merealisasikan hal tersebut, yakni menciptakan seperangkat aturan yang menjamin kehidupan sosial.

Salah satu bentuk penerapan CSR ialah pemberdayaan UMKM yakni adanya kerja sama antara pemerintah dan perusahaan dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masyarakat. Kerja sama tersebut meliputi pelatihan kerja dan ketersediaan pasar bagi UMKM, artinya, terdapat iklim usaha yang kondusif yang mempersiapkan masyarakat untuk bersaing

secara sehat dalam usaha bisnis. Dalam kaitan dengan ini, kebijakan pasar hendaknya tidak memberikan privelese khusus kepada bisnis tertentu, tidak ada perbedaan perlakuan antara usaha besar dan UMKM (Arto & Budi Susetyo Hutomo, 2015). Dengan kata lain, pemberdayaan sosial hendak meningkatkan mutu kehidupan masyarakat luas melalui kemitraan antara perusahaan, masyarakat dan pemerintah, yakni adanya hubungan yang sederajat dan proporsional. Perusahaan selain mencari keuntungan juga berkontribusi terhadap pembangunan masyarakat, dan pemerintah hendaknya mengutamakan kesejahteraan masyarakat, sehingga dapat menciptakan seperangkat aturan yang sama-sama menguntungkan perusahaan dan masyarakat umum.

Pemberdayaan Lingkungan

Pembangunan berkelanjutan (sustainable development) hendak memanfaatkan aspek sumber daya alam untuk meningkatkan nilai ekonomis dan pemberdayaan sosial dengan memperhatikan kelestarian alam. Pemberdayaan lingkungan berkaitan dengan usaha menjaga lingkungan hidup meskipun membangun usaha ekonomi seperti pemanfaatan sumber daya alam. Dalam pemberdayaan lingkungan, setiap kebijakan perusahaan harus terlebih dahulu melakukan kajian atau analisis terhadap dampak lingkungan hidup. Analisis ini bertujuan agar pembangunan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan tidak merusak lingkungan, tetapi tetap menciptakan pembangunan berkelanjutan. Hakikat pembangunan pada dasarnya berkaitan dengan proses perubahan yang berlangsung secara terencana, sadar, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, pembangunan menjadi tanggung jawab semua pihak yakni bukan hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, sosial melainkan lingkungan.

Pembangunan secara terencana hendak menitikberatkan pada kajian terdahulu agar strategi atau kebijakan yang diambil dapat direalisasikan secara baik dan benar. Pemberdayaan lingkungan tidak hanya menjadikan manusia sebagai subyek pembangunan, melainkan juga aspek lingkungan sebagai sesama yang harus diperlakukan secara sederajat. Dengan demikian, pembangunan tidak hanya berkaitan

dengan aspek bisnis dan sosial melainkan harus berkontribusi pada pelestarian lingkungan hidup. Pembangunan tersebut berciri berkelanjutan yakni mengsinergikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan secara bersamaan (Disemadi & Prananingtyas, 2020).

3. Pentingnya CSR dalam Kewirausahaan Sosial

Pemberdayaan masyarakat melalui etika bisnis merupakan salah satu manifestasi upaya pembangunan yang berkelanjutan. Dalam hal ini CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan tidak boleh hanya bergerak dalam sektor ekonomi saja, lebih dari itu untuk terwujudnya peningkatan kinerja masyarakat itu perusahaan mesti mengoptimalkan perhatian dalam bidang budaya, politik, ekologi dan sosial (Pratama, 2019). Dengan mengakomodir ruang-ruang lingkup dalam masyarakat, perusahaan menunjukkan tanggung jawab nya terhadap pengembangan kualitas SDM dan SDA, karena CSR yang diterapkan menjamin kelangsungan ekologis dan sosial, bukan hanya prioritas untuk memperoleh profit sebesar-besarnya.

Dalam mengupayakan perkembangan ke arah yang lebih baik, sebuah perusahaan dikatakan maju apabila mampu mengikutsertakan para pemangku jabatan (dalam hal ini juga masyarakat) untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan. Sebaliknya perusahaan tersebut dikatakan gagal apabila ditemukan oleh pemerintah, media, atau LSM tidak melibatkan masyarakat dalam kerangka operasional serta tidak meminimalisasi risiko ekologis dari kegiatannya. Dengan demikian maka untuk terciptanya keterlibatan bersama yang juga menguntungkan masyarakat perusahaan perlu menyatakan sebuah prinsip yakni CSR sebagai perwujudan nilai-nilai kewirausahaan sosial. Kewirausahaan sosial yang berpegang teguh pada CSR bertujuan untuk menciptakan sebuah perubahan sosial yang lebih baik serta meminimalisasi penderitaan masyarakat (dalam hal ini kemiskinan dan keterbelakangan). Dapat dikatakan bahwa kolaborasi kedua hal ini selain menjamin tercapainya target profit atau laba, juga memprioritaskan kesejahteraan sosial bagi masyarakat sebagai salah satu elemen perusahaan (Sirine et al., 2001).

Sebagai bentuk implementasi CSR, perusahaan dalam hal ini bekerja sama dengan

para pemangku jabatan lainnya seperti para pengusaha dan pemerintah desa setempat dalam memberdayakan masyarakat melalui pembinaan dan sosialisasi. Hal ini bertujuan agar setiap komponen yang ada tersebut dapat bekerja sama dalam mengelola SDA, kemitraan dan tenaga yang ada sehingga secara finansial keuntungan dapat dirasakan secara bersama. Sehingga di sini masyarakat tidak hanya menjadi pion atau media yang diinstrumentalisasi secara ekonomis semata, yakni berguna sejauh ia menghasilkan keuntungan laba bagi perusahaan. Sebaliknya masyarakat juga dapat menjadi pelaku operasional perubahan sosial itu yang ikut merasakan secara langsung manfaat dari usaha bersama tersebut (Sirine et al., 2001).

Dapat dilihat dalam penjelasan di atas bahwa secara umum kewirausahaan sosial dan CSR merupakan dua entitas yang tak dapat dipisahkan demi terwujudnya perubahan sosial ke arah yang lebih baik. Namun di sini penulis secara spesifik akan menguraikan relasi atau keterkaitan khusus antara CSR dan kewirausahaan sosial dalam menjamin kemaslahatan bersama melalui poin-poin berikut (Firdaus, 2012).

a. Dukungan Finansial

Untuk menjalankan suatu kewirausahaan sosial yang berdampak langsung terhadap perubahan sosial tentunya membutuhkan modal yang besar. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan seperti pelatihan, permodalan atau pemberian dana, serta pemanfaatan sumber daya membutuhkan kondisi keuangan yang cukup agar dapat terus berlangsung. Pada tahap inilah CSR kemudian masuk, dimana dengan program-program CSR yang menopang kewirausahaan sosial dalam hal finansial, kegiatan-kegiatan tersebut dapat diimplementasikan secara riil.

b. Citra Positif dan Reputasi yang Baik

Dengan menerapkan CSR, perusahaan dapat dikenal sebagai operator perubahan sosial yang bertanggung jawab bukan hanya terhadap dimensi ekonomi saja, melainkan juga terhadap dimensi budaya, politik, dan sosial. Sebab CSR menaruh konsentrasi sungguh terhadap peningkatan SDA dan pemanfaatan SDA yang ramah lingkungan. Apabila kemudian publik

mengetahui kualitas perusahaan yang bersangkutan baik, maka kesetiaan pelanggan pun akan semakin meningkat dan ini akan bermuara pada perubahan sosial yang cukup signifikan karena merangkul setiap elemen dalam masyarakat. Semakin bertanggung jawabnya suatu perusahaan dalam menjamin Bonum Commune atau kebaikan bersama maka perusahaan tersebut akan semakin diminati oleh publik. Apalagi jika sebuah perusahaan memakai strategi pemasaran yang menyentil urgensi kebutuhan masyarakat melalui pendekatan media elektronik atau pun media massa.

c. Pemikiran Futuristik

Kehadiran kewirausahaan sosial bertujuan untuk menciptakan perubahan sosial yang menjamin pengentasan masalah-masalah sosial seperti kemiskinan dan pengangguran. Program-program perusahaan yang disusun dengan mempertimbangkan CSR, secara otomatis akan diakomodasikan ke dalam rancangan bisnis sehingga kebutuhan vital konsumen dapat tersedia dengan baik dan pelbagai macam problem sosial yang ada dapat segera diatasi.

d. Arah yang Sama

Baik CSR dan kewirausahaan sosial mempunyai tujuan yang sama yakni terciptanya iklim bisnis yang memiliki efek baik terhadap pemanfaatan alam dan pemberdayaan masyarakat. Perusahaan dalam hal ini menerapkan CSR sebagai bentuk pengimplementasian tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan jaminan penggunaan SDA secara terpadu. Dengan demikian, akan terciptanya bisnis yang mewujudkan perubahan sosial karena masyarakat terlibat secara aktif dan alam sekitar tidak dicemari atau dijaga dengan baik.

e. Jaringan Kemitraan

Untuk menjalankan program-program CSR, perusahaan mesti berkomunikasi dan menjalin hubungan bisnis dengan wirausahaan atau UMKM setempat. Pola relasi seperti ini dapat menjamin kelangsungan perusahaan itu sendiri serta memastikan pemberdayaan yang cukup sempurna terhadap potensi-potensi SDA yang ada. Dengan program CSR yang diterapkan kewirausahaan sosial, dampak negatif perusahaan seperti citra yang kurang baik dari masyarakat dapat berkurang dan dampak

positifnya, yakni perubahan sosial ke arah yang lebih baik dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat.

pastor dan frater Seminari Tinggi Interdiocesan Santo Petrus Ritapiret, dana tersebut dipakai untuk membeli perlengkapan barbershop.

Tabel 1. Program Rita Barbershop tahun 2019

Program	Jenis kegiatan	Tujuan	Pihak yang bertanggung jawab	Jadwal buka-tutup	Tempat dan Waktu	Konsumen atau Pelanggan
Melayani para frater atau seluruh anggota komunitas ritapiret yang membutuhkan jasa seksi pangkas rambut	Merapikan atau menggunting rambut para frater yang sudah tidak rapi lagi (rambut panjang)	Kerapian Diri	Sie Salon Rita/Rita Barbershop	Dibuka setiap hari	Ruangan pangkasa rambut 10:00-11:30 WITA 15:30-16:30 WITA	Seluruh anggota komunitas Ritapiret
Mengadakan dan membuat proposal untuk menambah mesin gunting yang baru	Mengadakan buku pendaftaran bagi para frater yang gunting rambut	Mempergunakan seksi dan memperlancarakan aktivitas				
Mengadakan jadwal pembersihan lingkungan sekitar tempat pangkas rambut, dan membersihkan atau merapikan ruangan pangkas rambut	Cabut rumput di sekitar ruangan pangkas rambut, dan menyapu rambut-rambut yang sudah gunting dalam ruangan	Kenyamanan, agar terhindar dari segala jenis sakit dan penyakit	Sie Salon Rita			

4. Sejarah dan Kegiatan Rita Barbershop

Rita Barbershop terletak di RT 006, RW 001, Desa Nita, Kecamatan Nita, Kabupaten Sikka, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Pada tahun 2019, Kepala Desa Nita waktu itu, Bapak Antonius B. Ludju menyisihkan dana desa berupa uang sebesar satu juta rupiah untuk semua Rukun Tetangga (RT) di Desa Nita. Ketua RT 006 Ritapiret, Romo Philipus Ola Daeng juga mendapatkan dana satu juta tersebut dan atas usulan anggota RT, yakni para

Alasan utama usulan tersebut ialah biaya cukur rambut barbershop di sekitar Komunitas Ritapiret yang cukup mahal bagi anggota Komunitas Ritapiret, yakni berkisar antara Rp. 15.000 sampai Rp.20.000 per orang. Selain itu, ada banyak anggota komunitas, yaitu para frater yang cukup mahir mencukur rambut.

Selama satu tahun, anggota komunitas menggunakan perlengkapan barbershop tersebut untuk mencukur rambut, tetapi tempat atau ruangan cukur rambut yang resmi belum

dibangun oleh Komunitas Ritapiret. Pada tahun 2020 dibentuk seksi barbershop dan dibangun ruangan khusus sebagai tempat cukur rambut anggota Komunitas Ritapiret. Seksi yang mengurus barbershop tersebut diberi nama *Rita*

Barbershop dan yang menjadi ketua pada waktu itu adalah Frater Febri Mulyadi

Angsemin serta kordinatornya adalah Frater Yohanes Maria Vianey Djawa (sekarang sudah menjadi pastor). Anggota pertama *Rita Barbershop* adalah Vian Ndhaur, Yohan

Tabel 2. Evaluasi *Rita Barbershop* Tahun 2022

Kegiatan	Bidang	Indikator	Catatan Evaluatif		Rekomendasi
			Positif	Negatif	
Merapikan rambut para frater layaknya sebagai seorang calon imam	Kepribadi an	Dalam sepekan annggota seksi <i>Rita Barbershop</i> sudah mengggunting rambut para frater kurang lebih tujuh sampai delapan orang dalam menjaga penampilan para frater agar terlihat rapih , bersih dan tampan.	<ul style="list-style-type: none"> • Semua anggota <i>Rita Barbershop</i> sudah menjaga dan membersihkan tempat pangkas dan alat-alat gunting setelah gunting rambut para frater • Para frater terlihat tampan dan rapi setelah menggunting rambut dan merapikan kumis oleh anggota seksi <i>Rita Barbershop</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Kecendrungan para frater melepas rambut panjang tanpa rapi sehingga terlihat kurang elok dipandang • Terkadang para frater menggunting rambut tanpa memperhatikan jam kerja <i>Rita Barbershop</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Harapannya para frater tidak menggunting rambut di unit atau di kamar demi menjaga kebersihan lingkungan sekitar. • Dibuatkan lagi jadwal pangkas rambut agar para frater lebih tepat waktu dalam menggunting rambut
Membersihkan dan merapikan ruangan pangkas serta peralatan gunting setelah selesai digunakan	Pastoral (pelayana n)	Pembersihan tempat pangkas dan perawatan alat-alat gunting dijalankan anggota <i>Rita Barbershop</i> setelah menggunting rambut para frater dan pada hari Sabtu	Tempat pangkas maupun alat-alat pangkas selalu dibersihkan dan dirapikan oleh anggota seksi <i>Rita Barbershop</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Masih ada frater yang membawa keluar alat pangkas rambut tanpa sepengetahuan anggota <i>Rita Barbershop</i> • Masih ada frater yang tidak membayar uang pangkas sebesar Rp. 5.000 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan cliper baru bagi <i>Rita Barbershop</i> karena ada cliper lama yang rusak. • Diadakan juga baju apron penutup badan bagi <i>Rita Barbershop</i>

Teluma, Pangki Fernandes, Klinton Tiba, Yance Sabun, Ian Didinong, Randi Wendo, Sandro Toke, Aris Lio, Riski Palem, Esron

Gawe, Bosko Jago, dan Chesar Hurit. Semua anggota tersebut adalah calon imam/pastor atau yang disebut frater.

Selain itu, *Rita Barbershop* juga mulai memiliki program-program dan jam kerja yang jelas seperti yang tampak pada tabel 1 terkait program *Rita Barbershop* tahun 2019.

Pada awalnya, biaya gunting rambut di *Rita Barbershop* sebesar Rp. 2.000. Namun, pada tahun 2022, Ketua *Rita Barbershop* waktu itu, yaitu Frater Tino Naor menaikkan tarif menjadi Rp. 5.000 per orang.

Dengan tarif baru tersebut, *Rita Barbershop* telah menyediakan semua perlengkapan cukur rambut mulai dari cliper, silet, gunting, sisir, cermin, kain alas gunting layaknya barbershop profesional. Harga ini pun bertahan hingga saat ini dan setiap pelanggan wajib mengisi buku daftar pelanggan sebagai bukti sudah membayar sesuai tarif yang telah ditentukan bersama. Dana yang terkumpul dari

Rita Barbershop digunakan untuk kepentingan anggota Komunitas Ritapiret. Maka setiap akhir bulan dana yang terkumpul akan langsung diserahkan kepada bendahara umum Komunitas Ritapiret dan sebagiannya diberikan kepada anggota *Rita Barbershop* sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras mereka dalam melayani pelanggan. Menurut Frater Febri, penghasilan bulanan *Rita Barbershop* berkisar antara Rp. 100.000 sampai Rp. 200.000 dan biasanya pada Bulan Desember (menjelang Natal) penghasilannya bisa mencapai Rp. 300.000 karena permintaan pelanggan yang melonjak drastis.

Rita Barbershop juga mengadakan pembersihan rutin terhadap ruangan dan halaman sekitar ruangan *Rita Barbershop*. Rambut-rambut yang telah dicukur akan dikumpulkan dan kemudian dibuang serta dibakar di tempat sampah umum yang berlokasi dalam Komunitas Ritapiret. Pada hari Sabtu, anggota *Rita Barbershop* akan membersihkan alat-alat cukur (cliper, gunting, sisir, cermin, kursi, kain alas gunting) dan lantai ruangnya dipel sampai bersih. *Rita Barbershop* juga memperhatikan kehygienisan dalam penggunaan silet cukur. Satu silet digunakan untuk satu pelanggan demi menghindari penularan penyakit kulit dan infeksi. Di samping itu, hal

ini dilakukan sebagai standar praktik profesional, menjaga reputasi *Rita Barbershop* dan kepuasan pelanggan.

Rita Barbershop juga melaksanakan evaluasi terhadap berbagai kegiatan yang telah dilakukannya sebagaimana tampak dalam tabel 2 tentang Evaluasi *Rita Barbershop* tahun 2022.

5. Penerapan CSR dalam *Rita Barbershop*

Penerapan CSR di *Rita Barbershop* pada tahun 2019 merupakan contoh nyata dari penggunaan dana desa untuk keperluan masyarakat. Dana sebesar satu juta yang disisihkan oleh Kepala Desa Nita, Bapak Antonius B. Ludju, digunakan untuk keperluan membeli perlengkapan barbershop yang sangat dibutuhkan oleh anggota Komunitas Ritapiret. Beberapa poin penting penerapan CSR dalam *Rita Barbershop* adalah sebagai berikut.

1) Pemanfaatan Dana Desa: Pada tahun 2019, Kepala Desa Nita, Bapak Antonius B. Ludju, menyisihkan dana desa sebesar satu juta untuk setiap RT di Desa Nita. Ketua RT 006 Ritapiret memanfaatkan dana tersebut untuk membeli perlengkapan barbershop atas usulan para pastor dan frater dari Seminari Tinggi Interdiocesan Santo Petrus Ritapiret. Tujuan utama dari langkah ini adalah untuk meringankan biaya cukur rambut di luar Komunitas Ritapiret yang dirasakan cukup mahal oleh anggota Komunitas Ritapiret, yang berkisar antara Rp. 15.000 hingga Rp. 20.000 per orang. Selain itu, beberapa frater memiliki keahlian dalam mencukur rambut, sehingga perlengkapan tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal.

2) Pembentukan dan Pembangunan Barbershop: Pada tahun 2020, seksi barbershop resmi dibentuk dengan nama *Rita Barbershop* dan ruangan khusus dibangun untuk keperluan cukur rambut anggota Komunitas Ritapiret. *Rita Barbershop* yang saat itu diketuai oleh Frater Febri Mulyadi Angsemin bergerak untuk melayani seluruh anggota Komunitas Ritapiret dengan jadwal operasional yang jelas.

3) Program dan Layanan: *Rita Barbershop* memiliki berbagai program dan jadwal operasional yang jelas. Beberapa program utama termasuk:

- Merapikan Rambut Para Frater: Layanan ini beroperasi setiap hari untuk memastikan rambut para frater selalu rapi.
- Mengadakan Buku Pendaftaran: Ini bertujuan untuk memudahkan pencatatan dan kelancaran aktivitas pangkas rambut.
- Membersihkan Lingkungan Sekitar Tempat Pangkas Rambut: Jadwal pembersihan rutin dilakukan untuk menjaga kenyamanan dan kesehatan lingkungan.

4) Pengelolaan Dana dan Keuntungan: Pada awalnya, biaya cukur rambut ditetapkan sebesar RP. 2.000 per orang. Namun, pada tahun 2022, tarif ini dinaikkan menjadi Rp. 5.000 per orang. Pendapatan dari layanan ini diserahkan kepada bendahara umum Komunitas Ritapiret untuk kemudian digunakan untuk kepentingan komunitas dan sebagian diberikan kepada anggota *Rita Barbershop* sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras mereka. Penghasilan bulanan *Rita Barbershop* berkisar antara Rp. 100.000 hingga Rp. 200.000, dan dapat mencapai Rp. 300.000 pada Bulan Desember karena tingginya permintaan pelanggan.

5) Kebersihan dan Standar Higenis: *Rita Barbershop* sangat memperhatikan kebersihan dan kehygienisan. Setiap Sabtu, anggota melakukan pembersihan alat-alat cukur dan ruangan secara keseluruhan. Selain itu, praktik penggunaan satu silet untuk satu kepala diterapkan untuk menghindari penularan penyakit kulit dan infeksi, serta menjaga standar profesional dan reputasi barbershop.

6) Evaluasi dan Perbaikan: *Rita Barbershop* melakukan evaluasi rutin terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi ini mencatat berbagai indikator positif seperti tampilan rapi para frater dan kebersihan tempat pangkas, serta mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan seperti kedisiplinan waktu dan pemeliharaan alat pangkas. Rekomendasi evaluasi ini meliputi pembuatan jadwal pangkas yang lebih ketat dan pengadaan alat pangkas baru untuk meningkatkan kualitas layanan.

6. Dampak CSR terhadap Komunitas dan Lingkungan

Berdasarkan data penjelasan di atas, berikut adalah dampak CSR yang diterapkan *Rita Barbershop* terhadap komunitas dan lingkungan.

1) Keterjangkauan Layanan: Implementasi CSR dalam *Rita Barbershop* telah membantu menurunkan biaya cukur rambut bagi anggota Komunitas Ritapiret. Dengan tarif yang lebih rendah dibandingkan barbershop komersial di sekitar lingkungan Komunitas Ritapiret, layanan ini menjadi lebih terjangkau dan mengurangi beban keuangan para frater dan anggota Komunitas Ritapiret.

2) Pengembangan Keterampilan: Program ini juga memberikan peluang bagi para frater yang memiliki keahlian mencukur rambut untuk mempraktikkan dan meningkatkan keterampilan mereka. Ini berkontribusi pada pemberdayaan individu di dalam komunitas dengan memberikan pengalaman dan keahlian berharga.

3) Peningkatan Kualitas Hidup: Dengan menyediakan layanan cukur rambut berkualitas dengan harga terjangkau, *Rita Barbershop* ini membantu meningkatkan penampilan dan rasa percaya diri anggota komunitas. Penampilan yang rapi dan bersih juga penting bagi para frater dalam menjalankan tugas-tugas mereka sebagai calon imam.

4) Kesejahteraan Ekonomi: Dana yang terkumpul dari layanan *Rita Barbershop* digunakan untuk kepentingan anggota komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan CSR dalam *Rita Barbershop* berkontribusi pada ekonomi Komunitas Ritapiret.

5) Pemberdayaan Komunitas: Inisiatif ini mendorong keterlibatan dan rasa memiliki di antara anggota komunitas. Dengan terlibat dalam pengelolaan dan operasional barbershop, anggota komunitas merasa lebih bertanggung jawab dan terlibat dalam kegiatan yang bermanfaat bagi seluruh komunitas.

6) Kesadaran Lingkungan: Pembersihan rutin dan perawatan alat-alat pangkas rambut menunjukkan komitmen *Rita Barbershop* terhadap kebersihan dan kesehatan lingkungan. Hal ini membantu menciptakan lingkungan

yang nyaman dan bebas dari penyakit bagi seluruh anggota komunitas.

7) Evaluasi Berkelanjutan: Evaluasi rutin terhadap kegiatan dan program *Rita Barbershop* memastikan bahwa layanan tetap relevan dan bermanfaat bagi banyak orang. Ini memungkinkan identifikasi masalah dan penerapan perbaikan yang diperlukan, sehingga dampak positif dapat terus ditingkatkan.

SIMPULAN

Penerapan CSR di *Rita Barbershop* sejak tahun 2019 telah menunjukkan dampak positif yang signifikan bagi komunitas Ritapiret. Melalui pemanfaatan dana desa, pembentukan barbershop, serta berbagai program dan layanan, *Rita Barbershop* telah membantu menurunkan biaya cukur rambut, meningkatkan keterampilan, kualitas hidup, dan kesejahteraan komunitas. Manfaat utama penerapan CSR di *Rita Barbershop* adalah: 1) Layanan terjangkau (tarif lebih rendah dibandingkan barbershop komersial, meringankan beban keuangan komunitas); 2) Pengembangan keterampilan (Memberikan peluang bagi para freter untuk mempraktikkan

dan meningkatkan keterampilan mencukur rambut); 3) Peningkatan kualitas hidup (Layanan berkualitas dengan harga terjangkau meningkatkan penampilan dan rasa percaya diri); 4) Kesejahteraan ekonomi (Pendapatan layanan digunakan untuk kepentingan komunitas); 5) Pemberdayaan komunitas (Mendorong keterlibatan dan rasa memiliki di antara anggota komunitas); 6) Kesadaran lingkungan (Komitmen terhadap kebersihan dan kesehatan lingkungan melalui pembersihan rutin); 7) Evaluasi berkelanjutan (Evaluasi rutin memastikan layanan tetap relevan dan bermanfaat).

Secara keseluruhan, penerapan CSR di *Rita Barbershop* adalah contoh bagaimana bisnis kecil dapat memberikan kontribusi besar melalui praktik bisnis yang bertanggung jawab sosial. Inisiatif ini mengedepankan etika dan tanggung jawab sosial, menciptakan hubungan bisnis yang sukses dan meningkatkan kualitas hidup Komunitas Ritapiret. Praktik ini diharapkan bisa menginspirasi bisnis lain untuk melakukan hal yang sama.

DAFTAR REFERENSI

Arto, A., & Budi Susetyo Hutomo. (2015). "Enam Pilar Inektisida" Kebijakan Pengembangan dan Penguatan UMKM Berbasis Kerjasama Kemitraan dengan Pola CSR sebagai Strategi Peningkatan Peran Pemerintah dan Perusahaan untuk Menjaga Eksistensi UMKM dalam MEA 2015. *Economics Development Analysis Journal*, 2(2), 97–109.

Data hasil pengamatan penulis terhadap beberapa barbershop yang berada di sekitar Seminari Tinggi Interdiocese Santo Petrus Ritapiret (tempat tinggal penulis). (2024).

Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2020). Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.25072/jwy.v4i1.328>

Firdaus, N. (2012). Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Vol*, 22(1), 55–67.

Herdianto, R., & Kurniawati, L. (2022). Usaha Pengembangan The Cut Room Barbershop Melalui Penilaian Konsumen Pendahuluan Metode. *PARTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 1–5.

Lusia Kus Anna. (2017). *Penghasilan Menjanjikan dari Bisnis Barbershop*. Kompas.com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/07/13/083300320/penghasilan-menjanjikan-dari-bisnis-barbershop>

Pratama, D. R. (2019). Peran Kewirausahaan Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat: Tiga Cerita dari Kutai Timur. *UMBARA: Indonesian Journal of Anthropology*, 4(August), 115–129.

Reza A. A. Wattimena. (2017). *Manajer/Filsuf: Mengelola Bisnis dan Dunia dengan Sudut Pandang Filsafati*. Penerbit Ledalero.

Rochmaniah, A., & Sinduwiatmo, K. (2020). *Buku Ajar Corporate Social Responsibility Dan Community Development* (Dr. Isnaini Rodiyah (Ed.)). UMSIDA Press.

Sirine, H., Andadari, R. K., & Suharti, L. (2001). Kewirausahaan Sosial dan Penciptaan Nilai Bersama: Sebuah Kajian terhadap CSR Sido Muncul untuk Program Desa Rempah dan Buah. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 8(2), 119–131.

Supada, W. (2020). Efektivitas CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Praktik Public Relations. *D A N A P A T I: J u r n a l K o m u n i k a s i*, 1(1), 35–46.

T. Romi Marnelly. (2012). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2(2), 49–59.

Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial* (Nomor October 2019). Penerbit Gawe Buku.

Wijayanti, N. K., Adiranti, U., Ariyanti, A. S., & Djasuli, M. (2023). Konsep dan Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Bisnis : Studi Literatur. *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 232–238.

