

Eksplorasi Program *Corporate Social Responsibility* Perusahaan: Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Komunitas Miss Cimory

DOI: <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v8i1.4420>

Nyoman Sri Manik Parasari¹, Putu Sasmita Dewi², A.A. Istri Agung Maheswari³, Ni Putu Yunita Anggreswari⁴, Ketut Elly Sutrisni⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pendidikan Nasional
Jl. Bedugul No.39, Sidakarya, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali, Indonesia

*Email Korespondensi: manikparasari@undiknas.ac.id

Abstract – PT Cimory is a leading producer of dairy and food products in Indonesia that runs corporate social responsibility (CSR) programs with a focus on community empowerment, particularly through cooperation with local cattle farmers and the Miss Cimory initiative. The Miss Cimory program aims to improve the economic welfare of women or housewives through skills training, independence coaching, and support to be more independent, entrepreneurial to improve the family economy. With more than 4,000 participants and 68 Cimory Centers in various regions, the program contributes to improving skills and family income, as well as helping Cimory company expand product distribution. However, challenges faced include ensuring the program's sustainability, overcoming community resistance, and maintaining its quality and positive impact. To overcome these challenges, PT Cimory needs long-term support in terms of human and financial resources, as well as collaboration with local governments, NGOs, and local communities. Through the right approach, this CSR program can continue and provide sustainable benefits for the company and the community.

Keywords: PT Cimory; Empowerment; Training; Social Responsibility (CSR)

Abstrak – PT Cimory merupakan produsen terkemuka produk susu dan makanan di Indonesia yang menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan fokus pada pemberdayaan masyarakat, khususnya melalui kerja sama dengan peternak sapi lokal dan inisiatif Miss Cimory. Program Miss Cimory bertujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi wanita- wanita atau ibu rumah tangga melalui pelatihan keterampilan, pembinaan kemandirian, dan dukungan untuk dapat lebih mandiri, dapat berwirausaha guna untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Dengan lebih dari 4.000 peserta dan 68 Cimory Center di berbagai wilayah, program ini berkontribusi pada peningkatan keterampilan dan pendapatan keluarga, serta membantu perusahaan Cimory memperluas distribusi produk. Namun, tantangan yang dihadapi termasuk memastikan kelangsungan program, mengatasi resistensi masyarakat, dan menjaga kualitas serta dampak positifnya. Untuk mengatasi tantangan ini, PT Cimory perlu dukungan jangka panjang dalam hal sumber daya manusia dan finansial, serta kolaborasi dengan pemerintah daerah, LSM, dan komunitas setempat. Melalui pendekatan yang tepat, program CSR ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi perusahaan dan masyarakat.

Kata Kunci: PT Cimory; Pemberdayaan; Pelatihan; Tanggung jawab social (CSR)

I. PENDAHULUAN

Perusahaan adalah suatu organisasi yang terdiri dari sekelompok orang yang berkejasama dalam berbagai bidang untuk mencapai tujuan bersama, dimana tujuan yang dimaksud adalah keuntungan dan pertumbuhan bisnis dari perusahaan itu sendiri. Selain untuk mendapatkan keuntungan perusahaan juga harus dapat memberikan dampak dan kontribusi yang positif baik dalam bidang perekonomian, ataupun dalam bidang lingkungan yang mencakup ruang eksternal bagi perusahaan serta bidang sosial khususnya pada manusia sebagai SDM bagi perusahaan ataupun masyarakat yang berada disekitar lingkungan perusahaan tersebut (Soleman et al., 2022). Menurut Widjaja (2003) pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial, agama dan budaya. Setiap stakeholder pembangunan harus memiliki kesadaran yang sama yaitu ikut berpartisipasi dalam pembangunan. PT Cimory, sebagai salah satu produsen terkemuka produk susu dan makanan di Indonesia, menyadari pentingnya peran serta dalam pengembangan masyarakat. Melalui program CSR yang terstruktur, PT Cimory tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga berkomitmen untuk memberdayakan masyarakat lokal, khususnya melalui inisiatif yang mendukung peternak sapi lokal dan program pelatihan bagi ibu rumah tangga. Dengan lebih dari 4.000 peserta yang terlibat dalam program Miss Cimory, perusahaan ini berupaya untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan, meningkatkan keterampilan, dan mendukung kemandirian ekonomi masyarakat.

Dalam upaya perusahaan untuk memberikan dampak positif bagi lingkungan ataupun masyarakat sekitar di perlukan suatu kegiatan atau aspek- aspek CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang merupakan langkah dasar dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan (Taufiq & Iqbal, 2021). CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu aksi nyata yang dilakukan perusahaan dalam bentuk komitmen bersama pemangku kepentingan atau pemegang kendali dari suatu perusahaan dan lembaga untuk berkontribusi menciptakan ekonomi yang berkelanjutan, peningkatan kualitas hidup para SDM perusahaan, dan juga komunitas lokal serta masyarakat sekitar melalui kolaborasi yang telah di laksanakan (Kholis, 2020). CSR (*Corporate Social Responsibility*) juga bisa dikatakan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan sebagai serangkaian tindakan yang bisa menekan dampak negatif yang di akibatkan perusahaan terhadap lingkungan maupun masyarakat sekitar, bahkan dengan penerapan CSR ini dapat meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat karena kesan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.

Dalam konteks ini, artikel ini akan membahas lebih dalam mengenai implementasi program CSR PT Cimory, tantangan yang dihadapi, serta dampak yang dihasilkan terhadap masyarakat dan perusahaan itu sendiri. Melalui pendekatan yang holistik dan kolaboratif, diharapkan program ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak yang terlibat. PT Cisarua Mountain Dairy Tbk atau biasa disingkat menjadi Cimory, merupakan perusahaan produsen produk minuman dan makanan berbasis protein seperti susu, yogurt dan makan olahan daging seperti sosis siap saji. Dalam proses operasionalnya tentunya memiliki dampak terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. CSR telah menjadi salah satu bagian penting dari operasional perusahaan cimory terutama dalam menekan dampak negatif yang di timbulkan dari operasional perusahaan Cimory. Sebagai perusahaan termuka, PT Cimory telah menerapkan tindakan CSR dalam berbagai bentuk guna untuk berkontribusi terhadap keberlangsungan hidup masyarakat.

Salah bentuk CSR yang sekarang di kembangkan oleh PT Cimory yaitu program pemerdayaan masyarakat. Program pemerdayaan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan kelompok tertentu, seperti kelompok Ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga

merupakan kelompok yang mengalami tantangan terutama dalam mengakses peluang ekonomi dan juga pengembangan keterampilan yang dapat meningkatkan taraf hidup mereka. Melalui program CSR yang terstruktur, PT Cimory tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga berkomitmen untuk memberdayakan masyarakat lokal, khususnya melalui inisiatif yang mendukung peternak sapi lokal dan program pelatihan bagi ibu rumah tangga. Dengan lebih dari 4.000 peserta yang terlibat dalam program Miss Cimory, perusahaan ini berupaya untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan, meningkatkan keterampilan, dan mendukung kemandirian ekonomi masyarakat.

Perusahaan Cimory, sebagai perusahaan yang terus berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial, telah mengembangkan program CSR yang telah berfokus pada pemerdayaan ibu rumah tangga melalui pelatihan komunitas yang sering disebut sebagai Miss Cimory. Miss Cimory adalah komunitas yang beranggotakan ibu – ibu rumah tangga yang telah mendapatkan pelatihan keterampilan yang relevan dengan industri, serta sudah di bekali kemampuan dalam mengelola keuangan, kewirausahaan dan juga pemasaran produk. Dalam meningkatkan tindakan yang telah dilakukan, maka di perlukannya eksplorasi yang lebih mendalam mengenai CSR Miss Cimory dalam pemerdayaan ibu rumah tangga. Sehingga melalui artikel ini akan membahas dan memberikan gambaran mengenai implementasi dan dampak program CSR Miss Cimory, serta tantangan dan peluang yang di hadapi dalam upaya memperdayakan komunitas masyarakat ini sehingga bisa menjadi gambaran serta masukan untuk perusahaan dalam mengoptimalkan tindakan CSR yang dilakukan PT Cimory.

II. METODE PELAKSANAAN

Dalam proses pelaksanaan eksplorasi terkait pengabdian perusahaan Cimory terhadap lingkungan masyarakat dibagi menjadi beberapa tahapan, pelaksanaan Comvni Visit atau kunjungan industri yang di laksanakan di Dairyland On The Valley Semarang pada Senin 15 Juli 2024 menjadi tahap awal dalam melakukan kegiatan eksplorai terkait kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Cimory. Teknik pengumpulan data yang di perlukan pada artikel ini di dapat melalui observasi, dokumentasi serta studi pustaka untuk memberikan gambaran dan penjelasan terkait dengan pelaksanaan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan Cimory. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Selain observasi data dari artikel ini di dukung dengan dokumentasi. Dokumentasi merupakan data yang di peroleh dari berbagai jenis data yang tersedia baik berupa dokumen dan foto serta media lainnya yang dapat memberikan informasi secara melalui pengumpulan dokumentasi memberikan maksud dan tujuan untuk menguatkan data yang disampaikan sebagai bukti kegiatan tersebut telah dilaksanakan (Apriyanti et al., 2019). Kemudian ada studi pustaka, dalam studi pustaka informasi dan data akan di peroleh dari jurnal, artikel, buku ataupun lembaga pemerintahan yang dapat mendukung dan memperjelas informasi sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas terkait kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilaksanakan perusahaan Cimory.

III. HASIL PENEMUAN DAN DISKUSI

PT Cisarua Mountain Dairy Tbk atau lebih dikenal dengan PT Cimory merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang produsen produk susu dan makan premium yang saat ini begitu terkemuka di Indonesia. PT Cimory ini memproduksi daging olahan, susu, dan telur dengan berbagai merek seperti Cimory, Kanzler dan Besto sitasi (Nisa Luthfiah Azzahra, 2023). Untuk memenuhi bahan baku untuk proses produksi PT Cimory telah berkerjasama dengan hampir 6000 petani lokal Indonesia, guna untuk menyajikan produk makanan dan minuman yang memiliki gizi dan tentunya kualitas yang baik untuk masyarakat Indonesia. Selain untuk

memenuhi proses produksi kerjasama dengan peternak lokal merupakan salah satu alasan di bentuknya perusahaan Cimory ini. Perusahaan Cimory berawal dari sebuah misi sosial, yang dimana pada saat itu pemilik perusahaan Cimory ingin membantu para peternak sapi yang ada di wilayah Cisarua Bogor dalam menjual susu sapi mereka, sehingga ini menjadi salah satu strategi atau bentuk program tanggung jawab sosial yang lebih dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan oleh perusahaan Cimory demi membantu keberlanjutan bisnis dan perekonomian serta dapat memberikan dampak yang positif bagi masyarakat sekitar (Cimory, 2022).

Menurut Meiliah, dkk (2023) Keberadaan SDM berperan penting dalam pengembangan pariwisata. SDM pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata (tourist) atau sebagai pekerja (*employment*). Peran SDM sebagai pekerja dapat berupa SDM di Lembaga pemerintah, SDM yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas para pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas kepariwisataan serta yang tidak kalah pentingnya masyarakat di sekitar kawasan wisata yang bukan termasuk ke dalam kategori diatas, namun turut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut.

Sebagai perusahaan yang memiliki kepedulian yang tinggi dengan lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan Cimory terus melaksanakan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai salah satu cara untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan tentunya bisa memberikan dampak yang positif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar. Oleh karena itu eksplorasi lebih mendalam terkait CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilaksanakan oleh PT Cimory ini perlu dilakukan agar nantinya dapat memberikan gambaran dan penjelasan yang jelas mengenai sejauh mana kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terutama dalam pemerdayaan masyarakat, kemudian tantangan serta dampak yang dirasakan oleh masyarakat sekitar terkait program ini agar bisa menjadi bahan evaluasi untuk membentuk strategi dan juga upacaya agar tindakan CSR ini dapat berjalan dengan optimal. PT Cimory sangat memiliki konses penuh dalam hal pemerdayaan masyarakat, itu bisa dilihat bagaimana kerjasama yang dilakukan dengan peternak lokal dalam mengelolah hasil susu yang didapatkan sehingga peternak lokal tidak perlu merasa bingung untuk mengelolah hasil susu sapi yang didapatkan. Demi mewujudkan bisnis yang berkelanjutan serta juga mengedepankan kesejahteraan lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan harus memastikan upaya – upaya dalam melakukan penekanan terhadap pemerdayaan lingkungan masyarakat maka tindakan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sangat penting untuk dilaksanakan demi terciptanya bisnis yang berkelanjutan dari perusahaan (Afriani et al., 2023)

Melalui observasi, dokumentasi dan studi pustaka yang dilaksanakan maka ditemukan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Cimory terutama dalam pengembangan masyarakat yaitu terfokus pada kerja sama dengan peternak sapi lokal dalam mengelolah hasil ternak yang didapatkan. Selain bekerjasama dengan peternak sapi lokal upaya pengembangan masyarakat yang dilakukan PT Cimory juga terdapat program pelatihan dan pemerdayaan ibu rumah tangga melalui komunitas yang dibentuk oleh PT Cimory yang dikenal dengan Miss Cimory. Program Miss Cimory merupakan suatu kegiatan atau program yang dibentuk atas landasan, komitmen dan prinsip-prinsip sosial yang dijunjung tinggi oleh perusahaan Cimory, dimana fokus dari program Miss Cimory sendiri yaitu kepada pelatihan pembinaan kemandirian dari ibu –ibu rumah tangga di Indonesia yang memiliki kemampuan dan juga tekad untuk mencari solusi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarganya sehingga bisa memecahkan rantai kemiskinan.(Hernawan et al., 2024).

Program CSR PT Cimory, khususnya inisiatif Miss Cimory, merupakan contoh nyata dari upaya perusahaan dalam memberdayakan masyarakat dan menciptakan dampak sosial yang positif. Melalui program ini, PT Cimory tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi

juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan yang lebih luas. Berikut program CSR yang dilaksanakan PT. Cimory , yaitu :

1. Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga

Salah satu fokus utama dari program Miss Cimory adalah pemberdayaan ibu rumah tangga. Dalam banyak kasus, ibu rumah tangga menghadapi tantangan dalam mengakses peluang ekonomi dan pengembangan keterampilan. Program ini memberikan pelatihan yang relevan dengan kebutuhan industri, seperti keterampilan memasak, pengolahan makanan, dan manajemen usaha kecil. Dengan pelatihan ini, para peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru, tetapi juga kepercayaan diri untuk memulai usaha mereka sendiri. Hal ini berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga dan kesejahteraan secara keseluruhan.

2. Kerja Sama dengan Peternak Lokal

Selain pemberdayaan ibu rumah tangga, PT Cimory juga menjalin kerja sama yang erat dengan peternak sapi lokal. Melalui kolaborasi ini, perusahaan membantu peternak dalam mengelola hasil susu yang mereka produksi. Dengan memberikan pelatihan dan dukungan teknis, PT Cimory memastikan bahwa peternak lokal dapat meningkatkan kualitas produk susu mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan mereka. Kerja sama ini tidak hanya menguntungkan peternak, tetapi juga memastikan pasokan bahan baku yang berkualitas bagi perusahaan.

3. Tantangan dalam Implementasi Program

Meskipun program ini menunjukkan hasil yang positif, PT Cimory juga menghadapi berbagai tantangan dalam implementasinya. Salah satu tantangan utama adalah memastikan keberlanjutan program. Untuk itu, perusahaan perlu memastikan bahwa program ini mendapatkan dukungan jangka panjang, baik dari segi sumber daya manusia maupun finansial. Selain itu, resistensi dari masyarakat yang mungkin kurang memahami manfaat program juga menjadi hambatan. Oleh karena itu, penting bagi PT Cimory untuk melakukan sosialisasi yang efektif dan melibatkan masyarakat dalam setiap tahap program.

4. Dampak Positif bagi Perusahaan dan Masyarakat

Dampak positif dari program CSR ini tidak hanya dirasakan oleh masyarakat, tetapi juga oleh PT Cimory itu sendiri. Dengan meningkatkan keterampilan dan pendapatan masyarakat, perusahaan dapat memperluas jangkauan distribusi produk mereka. Program Miss Cimory juga membantu membangun citra positif perusahaan di mata konsumen, yang semakin memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, keberhasilan program ini berkontribusi pada keberlanjutan bisnis PT Cimory di masa depan.

5. Kolaborasi dan Dukungan dari Pemangku Kepentingan

Untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan program CSR, kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan sangat penting. PT Cimory perlu menjalin kemitraan dengan pemerintah daerah, LSM, dan komunitas setempat untuk mendapatkan dukungan yang diperlukan. Melalui kolaborasi ini, program dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan memastikan bahwa inisiatif yang dijalankan tidak hanya bersifat formalitas, tetapi benar-benar memberikan manfaat yang nyata.

Komitmen perusahaan Cimory terhadap program Miss Cimory sangatlah kuat, ini di buktikan dengan adanya 68 Cimory *Center* yang tersebar di seluruh pulau Jawa, Bali, Dan Lampung serta pada akhir tahun 2022 sudah ada lebih dari 4000 wanita yang telah bergabung di dalam program Miss Cimory ini. Dengan adanya Cimory Center ini menjadi wadah atau tempat untuk para wanita yang mengikuti program Miss Cimory dalam mendapatkan pelatihan dan pembinaan melalui sosialisasi dan edukasi serta tips – tips untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam penjualan mereka. Selain itu Cimory center juga sebagai

tempat untuk membagi pengalaman dan juga kendala – kendala yang di hadapi dalam menjalankan tugas sebagai Miss Cimory. Sistem kerja dari Miss Cimory sendiri yaitu



Gambar 1. Proses Pelatihan Miss Cimory

penerimaan kompensasi berdasarkan kinerja atau hasil penjualan produk – produk Cimory per dua mingguan.

Dalam menjalankan program Miss Cimory ini pasti memiliki dampak yang signifikan baik perusahaan Cimory maupun masyarakat terutama ibu – ibu rumah tangga yang mengikuti program Miss Cimory. Bagi perusahaan Cimory dengan adanya program ini dapat membantu perusahaan terutama dalam memasarkan dan juga mendistribusikan produk – produk Cimory sehingga jangkanya lebih luas dan tentunya ini akan berdampak pada keberlanjutan bisnis perusahaan Cimory Sendiri (Wahyuni, 2023). Dimana kegiatan tersebut dimulai dari mulai membaca pesan, komunikasi dua arah, berpartisipasi, dan memberi rekomendasi online. Dalam melakukan engagement melalui media sosial, organisasi diharapkan melakukan dengan cara friendly, menyenangkan, terbuka, empati, dan suportif (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Selain perusahaan, tentunya para wanita atau ibu – ibu rumah tangga yang bergabung pada program ini akan merasakan dampaknya juga, seperti dapat membantu dalam peningkatan



Gambar 2. Dokumentasi peserta Miss Cimory dalam melaksanakan tugasnya

perekonomian keluarga, kemudian memberikan banyak pemebelajaran dan juga pelatihan yang mampu meningkatkan skill atau keterampilan para wanita sehingga lebih percaya diri dan tentunya berani untuk lebih mandiri dan bisa berwirausaha. Dengan program Miss Cimory sangat membantu wanita ataupun ibu –ibu dalam menyalurkan keterampilan dan juga kemampuan mereka, namu demikian tentunya banyak tantangan yang di hadapi perusahaan dalam menjalankan Miss Cimory ini, seperti bagaimana program ini dapat terus berjalan dan terus dapat memberikan dampak positif baik untuk perusahaan dan masyarakat tanpa mengurangi kualitas (Editor, 2019).

Kemudian program CSR ini sering mendapatkan resistensi atau kurangnya partisipasi masyarakat yang disasar dari program ini. Dari tantangan – tantangan tersebut perusahaan Cimory harus bisa memastikan bahwa program ini bisa terus mendapatkan dukungan jangka panjang baik dari segi sumber daya manusia maupun finansial sehingga program Miss Cimory ini dapat terus berlanjut dan terus memberikan dampak positif baik perusahaan dan juga masyarakat sekitar. Selain itu Perusahaan Cimory juga harus memastikan program ini bisa disusun dengan baik sehingga sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat untuk menghindari prespsi masyarakat yang menyatakan program ini hanya formalitas atau pun pecitraan. Hal ini bisa diakukan dengan dibuatkan sosialisai baik secara langsung atau pun memanfaatkan teknologi sehingga program ini bisa lebih dikelan masyarakat luas terutama masyarakat yang menjadi sasaran dari program CSR Miss Cimory ini. Selain itu program ini tentunya memerlukan kolaborasi dengan pihak pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, LSM ataupun komunitas setempat agar dapat bekerjasama menjadikan program ini terus bisa berjalan dengan optimal dan memberikan dampak yang positif untuk perusahaan dan pastinya masyarakat.

IV. SIMPULAN

Program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dijalankan oleh PT Cimory, khususnya melalui inisiatif Miss Cimory, telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pemberdayaan masyarakat, terutama bagi ibu rumah tangga di Indonesia. Melalui pelatihan keterampilan dan pembinaan yang terfokus pada kemandirian ekonomi, program ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan peserta, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga mereka. Dengan lebih dari 4.000 peserta dan 68 Cimory Center yang tersebar di berbagai daerah, inisiatif ini telah berhasil menciptakan jaringan dukungan yang penting bagi para wanita untuk berwirausaha dan mandiri secara ekonomi. Kegiatan ini dilaksanakan secara sederhana, para peserta semangat untuk datang dan mengajukan berbagai pertanyaan terkait bagaimana mengembangkan usaha pariwisata mereka agar lebih maju. Namun, meskipun program ini menunjukkan hasil yang positif, PT Cimory juga menghadapi berbagai tantangan, seperti memastikan keberlanjutan program, mengatasi resistensi dari masyarakat, dan menjaga kualitas serta dampak positif dari inisiatif ini. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan dukungan jangka panjang dalam hal sumber daya manusia dan finansial, serta kolaborasi yang erat dengan pemerintah daerah, LSM, dan komunitas setempat. Dengan pendekatan yang tepat dan komitmen yang kuat, program CSR PT Cimory dapat terus memberikan manfaat berkelanjutan bagi perusahaan dan masyarakat. Keberhasilan program ini tidak hanya akan memperkuat posisi PT Cimory di pasar, tetapi juga akan berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi yang lebih luas di Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan dan mengoptimalkan program CSR-nya agar dapat memberikan dampak yang lebih besar dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Afriani, Antong, & Usman, H. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat Pada PT Pratomo Putra Teknik Palopo. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 7(1), 16–26.
- Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono, Y. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1). <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.839>
- Cimory, P. (2022). *Profil Perusahaan Cimory*. Surabaya.

- Editor, E. (2019). Daftar Isi. *Ijtihad*, 33(1). <https://doi.org/10.15548/ijt.v33i1.28>
- Hernawan, A., Novianto, A., & Wulansari, A. D. (2024). *Kemitraan Semu dalam Ekonomi Gig di Indonesia: Analisis Terhadap Kondisi Pekerja Berstatus Mitra*. December 2023. <https://www.researchgate.net/publication/376261824>
- Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility Konsep dan Implementasi. In *Economic & Business Publishing*. <https://www.kemenkeu.go.id/media/6749/buku-pintar-dana-desa.pdf>
- Meiliyah Ariani, Zulhawati, Dede Farhan Aulawi. (2023). Pelatihan Pengembangan Sumberdaya Manusia Dan Tata Kelola Di Bidang Pariwisata Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Abdi MOESTOPO*.Vol 6, No 2 (2023), pp.224-236. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/abdimoestopo/article/view/3093/1353>
- Nisa Luthfiah Azzahra, D. S. M. R. F. (2023). Analisis Strategi Bisnis pada Peningkatan Kepuasan KonsumenPerusahaan Susu Cimory. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(2), 174184. <https://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jumia/article/view/1235%0Ahttps://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jumia/article/download/1235/1010>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1).
- Soleman, M. R., Rate, P. Van, & Maramis, J. B. (2022). Pengaruh Umur Perusahaan, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Textil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013-2018. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 196. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39614>
- Taufiq, A. R., & Iqbal, A. (2021). Analisis Peran Corporate Social Responsibility terhadap Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan pada Industri Ritel. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.23887/jia.v6i1.29046>
- Wahyuni, N. S. (2023). Studi Kasus Aspek Merk , Kualitas dan Fitur Produk Minuman Olahan Susu Sapi Cimory. *E-Paper Pengantar Ilmu Pertanian*, January, 32–42.
- Widjaja, HAW. 2003. Otonomi Desa Merupakan Otonomi Asli Bulat dan Utuh. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.