



Pengaruh CSR terhadap Kebahagiaan Karyawan dan Kinerja Perusahaan di PT. Indofood

Akhmad Shofuwan Nuvail¹, Masiyah Kholmi¹

¹Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

 akhmadshofuwan.nuvail@gmail.com

Abstract

This study aims to explore the influence of CSR on employee happiness and company performance at PT Indofood. The method used in this research is a literature study, where data is collected from various literatures, including books, journals, and articles that discuss CSR and its impact on companies. Through a comprehensive CSR program, including initiatives such as Indofood Riset Nugraha, this study found that employee involvement in social activities conducted by the company can increase their sense of ownership and job satisfaction. The results show that employees who feel valued and involved in CSR programs tend to show higher loyalty, as well as better productivity. In addition, there is a positive influence of CSR on company performance, which is reflected in an improved corporate image and Net Profit Margin (NPM). This finding confirms the importance of CSR integration in PT Indofood's business strategy to achieve sustainability and long-term growth. Thus, CSR not only provides benefits to society but also strengthens relationships with employees, creating a more positive and productive work environment.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Employee Happiness, Company Performance, Indofood

ARTICLE INFO

Article history:

Received
October 21, 2024
Revised
December 04,
2024
Accepted
December 14,
2024

Published by

ISSN

Website

This is an open access article under the CC BY SA license

CV. Creative Tugu Pena

2774-7077

<https://www.attractivejournal.com/index.php/bce/>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis saat ini, laporan keuangan bukan lagi satu-satunya indikator dalam menilai kinerja perusahaan. Calon investor tidak hanya mengandalkan informasi keuangan untuk membuat keputusan investasi. Epstein menyatakan bahwa keputusan yang hanya didasarkan pada kinerja keuangan tidak lagi relevan. Selain itu, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Kini, perusahaan tidak hanya fokus pada persaingan produk, tetapi juga harus memperhatikan konsumen agar memiliki keunggulan, baik dari sisi produk maupun layanan, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Chika et al., 2023).

Keller dan Richey menekankan bahwa citra perusahaan mencerminkan nilai-nilai, perkataan, dan tindakan karyawan, baik secara individu maupun kolektif (Dampak et al., 2022). Jika pengelolaan lingkungan menjadi inti perusahaan, atribut seperti tanggung jawab dan kepedulian lingkungan akan tercermin dalam karakteristik perusahaan yang terlihat oleh konsumen dan masyarakat. Dengan memperkuat karakteristik yang sesuai dengan

nilai-nilai perusahaan dan mendorong perilaku karyawan yang konsisten, perusahaan dapat mencapai kesuksesan berkelanjutan, bersaing dengan kompetitornya, dan membangun reputasi yang baik di masa depan (Azzahra & Rafifah, 2024).

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi salah satu pilar penting dalam strategi bisnis modern (Afifah, 2021). Di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan tidak lagi hanya berfokus pada peningkatan keuntungan finansial, tetapi juga pada tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka. Melalui CSR, perusahaan berupaya memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, lingkungan, dan pemangku kepentingan lainnya, serta membangun citra yang baik di mata publik. Selain itu, CSR juga dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan dan, pada gilirannya, meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Soesanto et al., 2023).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen yang diambil oleh perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, sambil meningkatkan kualitas hidup karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat secara umum. Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan tidak lagi dapat berfokus hanya pada aspek keuangan dan keuntungan semata. Sebaliknya, ada tekanan yang meningkat untuk memperhatikan tanggung jawab sosial mereka, yang mencakup praktik bisnis yang etis, lingkungan yang berkelanjutan, serta dampak positif terhadap masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang sukses tidak hanya mengukur keberhasilan dari laba yang diperoleh, tetapi juga dari kontribusi mereka terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan (Rachmawati, 2024).

PT Indofood Sukses Makmur Tbk, sebagai salah satu perusahaan makanan terbesar di Indonesia, telah mengambil langkah signifikan dalam menerapkan program CSR yang terencana dan berkelanjutan. Program CSR yang dijalankan oleh Indofood dirancang dengan baik untuk tidak hanya memenuhi kewajiban sosial perusahaan, tetapi juga untuk memperkuat citra perusahaan di mata masyarakat. Melalui berbagai inisiatif, seperti program pendidikan, pengembangan komunitas, dan pelestarian lingkungan, Indofood berusaha untuk memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat. Dengan melibatkan karyawan dalam program-program ini, perusahaan juga mendorong partisipasi aktif dan kesadaran sosial di antara mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan semangat kerja dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan (Aurora Elise Putriku et al., 2024).

Selain itu, dengan memposisikan CSR sebagai bagian penting dari strategi perusahaan, Indofood mampu memberikan dampak positif baik secara internal maupun eksternal. Dari sisi internal, program CSR yang berhasil dapat menciptakan budaya perusahaan yang positif, meningkatkan hubungan antara manajemen dan karyawan, serta menarik talenta baru yang memiliki kesadaran sosial tinggi. Sementara itu, secara eksternal, Indofood dapat membangun reputasi yang baik di mata konsumen dan masyarakat luas, yang pada akhirnya berdampak positif pada loyalitas merek dan peningkatan penjualan (Munawaroh et al., 2023).

Perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosialnya terhadap karyawan cenderung menghadapi dampak negatif terhadap kinerja karyawan (Julian & Setiawati, 2024). Karyawan yang merasa diabaikan atau tidak dihargai oleh perusahaan mungkin akan mengalami penurunan motivasi dan produktivitas. Hal ini dapat berakibat pada turunnya efisiensi operasional perusahaan, bahkan bisa berdampak pada loyalitas karyawan yang menurun, sehingga berpotensi meningkatkan angka turnover (Margaretha Panggabean et al., 2024). Selain itu, perusahaan yang tidak memperhatikan kesejahteraan karyawan mungkin juga akan kesulitan menarik dan mempertahankan talenta terbaik, yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja keseluruhan perusahaan.

Dampak yang ditimbulkan dari pengabaian tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat dikategorikan menjadi dua aspek utama: dampak lingkungan dan dampak sosial. Dampak lingkungan merujuk pada pengaruh aktivitas perusahaan terhadap kondisi alam. Ketika perusahaan tidak menerapkan praktik yang ramah lingkungan, berbagai

masalah dapat muncul, seperti pencemaran udara, air, dan tanah, serta kerusakan habitat alami (Manajemen, 2022). Aktivitas industri yang tidak bertanggung jawab dapat mengakibatkan penurunan kualitas lingkungan, yang pada gilirannya berdampak negatif pada kesehatan masyarakat dan keberagaman hayati (Ramadhan & Linda, 2023).

Di sisi lain, dampak sosial mencakup pengaruh yang ditimbulkan terhadap kesejahteraan komunitas. Ini mencakup berbagai pihak, termasuk karyawan, pelanggan, dan masyarakat sekitar. Ketika perusahaan mengabaikan tanggung jawab sosialnya, kesejahteraan karyawan bisa terancam, baik dari segi kondisi kerja yang buruk maupun pengabaian hak-hak mereka. Selain itu, dampak sosial juga mencakup ketidakpuasan dari masyarakat sekitar yang mungkin merasa diabaikan oleh perusahaan yang beroperasi di wilayah mereka. Ketidakpedulian terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat dapat memicu protes dan konflik, yang dapat merusak hubungan antara perusahaan dan komunitas (Yahya et al., 2023).

Kedua jenis dampak ini, baik lingkungan maupun sosial, dapat menimbulkan risiko yang serius bagi keberlangsungan bisnis. Sebuah perusahaan yang dikenal tidak bertanggung jawab dalam praktiknya berisiko mengalami reputasi buruk di mata publik. Reputasi yang tercemar dapat berdampak langsung pada penurunan penjualan dan loyalitas konsumen (Felita Aileen et al., 2024). Selain itu, protes dari komunitas setempat dapat mengganggu operasional perusahaan dan bahkan memicu tindakan hukum. Dengan demikian, perusahaan yang tidak memperhatikan aspek CSR tidak hanya menghadapi risiko terhadap citra mereka, tetapi juga terhadap keberlangsungan aktivitas bisnis mereka dalam jangka panjang. Dalam dunia yang semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan, perhatian terhadap tanggung jawab sosial menjadi semakin penting bagi keberhasilan perusahaan (Alyah Nafisyah & Alwi Alwi, 2023).

Penting untuk membedakan antara program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kegiatan amal (*charity*) (Kamila et al., 2023). Kegiatan amal bersifat insidental atau sementara, yang sering kali hanya berlangsung satu kali atau dalam jangka waktu terbatas. Fokus dari kegiatan amal biasanya adalah memberikan bantuan langsung kepada pihak yang membutuhkan, tetapi sifatnya jangka pendek dan cenderung menimbulkan ketergantungan publik terhadap perusahaan yang memberikan bantuan tersebut. Dengan kata lain, kegiatan amal tidak memberikan dampak jangka panjang atau berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas (Mardiah et al., 2021).

Berbeda dengan amal, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki cakupan yang lebih luas dan bersifat berkelanjutan. CSR tidak hanya terkait dengan kegiatan sosial perusahaan, tetapi juga mencakup nilai-nilai dan standar operasional perusahaan yang sesuai dengan etika bisnis dan hukum yang berlaku. CSR diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis, beroperasi sesuai dengan regulasi yang berlaku, dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi. Selain itu, CSR juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, CSR melibatkan peran aktif perusahaan dalam menciptakan dampak positif yang berkelanjutan, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun lingkungan (Azis et al., 2021).

Azheri menegaskan bahwa CSR bukan hanya soal memberikan bantuan atau sumbangan, melainkan komitmen jangka panjang perusahaan untuk menjalankan bisnis dengan cara yang bertanggung jawab (Aslichah, 2024). CSR mencakup berbagai aspek, mulai dari menjaga keberlanjutan lingkungan hingga memastikan kesejahteraan karyawan dan mendukung komunitas lokal. Perusahaan yang menjalankan CSR tidak hanya memenuhi kewajiban hukum mereka, tetapi juga mengambil peran proaktif dalam meningkatkan kualitas hidup semua pihak yang terlibat atau terdampak oleh operasional perusahaan.

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk adalah salah satu contoh perusahaan yang berhasil mengintegrasikan CSR ke dalam strategi bisnisnya. Didirikan pada tahun 1971, PT

Indofood CBP Sukses Makmur Tbk telah berkembang menjadi salah satu perusahaan pengolahan makanan dan minuman terbesar di Indonesia (Monika LT et al., 2023). Perusahaan ini memproduksi berbagai produk, termasuk mi instan, minuman, makanan ringan, produk susu, dan makanan bayi. Indofood tidak hanya beroperasi di pasar domestik, tetapi juga secara aktif memperluas jangkauannya ke pasar internasional. Perusahaan ini telah mengeksport produk mi instan ke berbagai negara, termasuk beberapa negara di ASEAN, Timur Tengah, Hongkong, Taiwan, China, Belanda, Inggris, Jerman, Australia, dan sejumlah negara di Afrika. Hingga saat ini, Indofood telah memiliki 16 pabrik yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia, menunjukkan skala operasionalnya yang besar dan kuat (Rahmi et al., 2023).

Sebagai perusahaan besar dengan jangkauan global, Indofood juga menyadari pentingnya menjaga keseimbangan antara kesuksesan bisnis dan tanggung jawab sosial. Salah satu program CSR unggulan Indofood adalah Indofood Riset Nugraha (IRN). Program ini dirancang untuk mendukung penelitian di bidang pangan dengan memberikan dana penelitian kepada mahasiswa (Hanom, 2024). Dengan adanya dukungan ini, Indofood tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kualitas sumber daya manusia di Indonesia, tetapi juga turut serta dalam memperkuat ketahanan pangan nasional. Investasi dalam pendidikan ini memperlihatkan komitmen Indofood untuk membangun hubungan positif dengan komunitas akademik serta masyarakat luas. Melalui IRN, Indofood berharap dapat mendorong lahirnya inovasi-inovasi baru di sektor pangan yang penting bagi masa depan bangsa. Dengan berinvestasi dalam pendidikan dan penelitian, Indofood juga berhasil membangun hubungan yang kuat dengan komunitas akademik dan masyarakat luas.

Selain dampak eksternal terhadap masyarakat, program *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan. Ketika karyawan melihat bahwa perusahaan mereka berkomitmen untuk menjalankan tanggung jawab sosial, baik melalui program lingkungan, bantuan kepada komunitas lokal, maupun inisiatif sosial lainnya, mereka akan merasa bangga menjadi bagian dari organisasi tersebut. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial mencerminkan bahwa mereka tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga peduli terhadap kondisi sosial dan lingkungan. Perasaan bangga ini dapat meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja mereka (Oktaviani et al., 2023).

Karyawan yang merasa bahwa perusahaan mereka peduli terhadap kesejahteraan sosial cenderung memiliki tingkat kebahagiaan dan kepuasan kerja yang lebih tinggi. Mereka tidak hanya melihat pekerjaan mereka sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan finansial, tetapi juga sebagai bagian dari misi yang lebih besar dalam memberikan dampak positif bagi masyarakat. Ketika karyawan merasa bahwa mereka bekerja untuk perusahaan yang berintegritas dan berperan aktif dalam memberikan manfaat kepada komunitas, mereka cenderung lebih termotivasi dan bersemangat dalam menjalankan tugas-tugas mereka. Kondisi ini menciptakan suasana kerja yang lebih positif, di mana karyawan saling mendukung dan terinspirasi untuk memberikan yang terbaik (Kharisma Margatama, 2024).

Kebahagiaan dan kepuasan kerja yang dihasilkan dari program CSR secara langsung memengaruhi produktivitas karyawan. Karyawan yang bahagia akan lebih kreatif, inovatif, dan efisien dalam menyelesaikan pekerjaan mereka. Mereka cenderung lebih sedikit mengalami stres dan lebih mampu mengelola tantangan pekerjaan dengan lebih baik. Sebaliknya, jika karyawan merasa perusahaan tidak peduli dengan lingkungan sosial atau komunitas, mereka bisa kehilangan motivasi dan merasa terasing dari tujuan perusahaan. (Nurmala Galuh Pramesthi & Hwihanus Hwihanus, 2024). Hal ini pada gilirannya dapat memengaruhi produktivitas individu maupun tim secara keseluruhan, yang berdampak pada pencapaian target perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kebahagiaan karyawan di PT Indofood.

Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana program-program CSR yang telah diterapkan oleh Indofood, seperti program Indofood Riset Nugraha, mempengaruhi kepuasan dan kebahagiaan karyawan dalam lingkup perusahaan (Paramitasai et al., 2022). Karyawan yang bahagia dan merasa dihargai akan berkontribusi lebih baik terhadap pencapaian target perusahaan, sehingga penting bagi Indofood untuk terus mengevaluasi dan mengembangkan strategi CSR yang berdampak positif, tidak hanya bagi masyarakat, tetapi juga bagi karyawannya. Dengan memahami hubungan ini, perusahaan diharapkan dapat memperkuat perannya sebagai perusahaan yang peduli terhadap kesejahteraan sosial dan ekonomi.

Program CSR yang efektif dapat menciptakan sinergi antara kepentingan sosial dan bisnis, di mana keduanya saling mendukung untuk mencapai tujuan yang lebih besar. PT Indofood telah membuktikan hal ini melalui berbagai program yang dirancang untuk mendukung pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat (Maharani et al., 2021). Melalui inisiatif seperti Indofood Riset Nugraha, yang memberikan dukungan kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian di bidang pangan, Indofood tidak hanya memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan sumber daya manusia, tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan komunitas akademik dan masyarakat luas (Wardoyo & Annisa, 2022). Program seperti ini menunjukkan bahwa kepedulian sosial perusahaan adalah bagian integral dari strategi bisnisnya.

Lebih lanjut, penelitian ini juga berupaya menggali sejauh mana kebahagiaan karyawan di Indofood dipengaruhi oleh keterlibatan mereka dalam program CSR. Karyawan yang merasa bahwa mereka bekerja di perusahaan yang memiliki kepedulian sosial cenderung lebih termotivasi dan memiliki rasa bangga terhadap tempat mereka bekerja. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan kerja, tetapi juga menciptakan suasana kerja yang lebih positif dan produktif. Karyawan yang terlibat dalam kegiatan CSR perusahaan sering kali merasa bahwa pekerjaan mereka memiliki makna yang lebih dalam, karena mereka dapat melihat dampak nyata dari upaya perusahaan dalam memperbaiki kehidupan masyarakat (Siska et al., 2022).

Selain itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana CSR dapat menjadi strategi penting dalam memperkuat kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dengan meningkatkan kebahagiaan karyawan, Indofood dapat memaksimalkan produktivitas dan loyalitas karyawannya. Karyawan yang bahagia lebih cenderung untuk memberikan kontribusi terbaik, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi perusahaan di pasar dan meningkatkan reputasinya sebagai perusahaan yang tidak hanya sukses secara finansial, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya CSR dalam menciptakan lingkungan kerja yang positif dan mendukung pencapaian tujuan perusahaan jangka panjang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi *pustaka (library research)* untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap kebahagiaan karyawan dan kinerja perusahaan di PT. Indofood. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pengumpulan informasi teoritis dan empiris yang relevan melalui literatur yang ada. Studi pustaka memungkinkan peneliti untuk memahami konsep, teori, dan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik ini tanpa perlu melakukan penelitian lapangan secara langsung.

Menurut (Ari Setyo Wati et al., 2023), studi pustaka merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai literatur, baik dalam bentuk buku, jurnal, artikel, maupun sumber-sumber lain yang relevan, termasuk yang berbasis cetak, elektronik, atau online. Dalam konteks ini, studi pustaka berperan penting dalam

mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis informasi dari berbagai referensi ilmiah yang terkait dengan CSR, kebahagiaan karyawan, dan kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan berbagai sumber pustaka yang memuat informasi tentang bagaimana program CSR diimplementasikan dalam perusahaan, serta bagaimana program-program tersebut berdampak pada kesejahteraan dan kepuasan karyawan.

Lebih lanjut, studi pustaka sebagai metode penelitian tidak mengharuskan peneliti untuk turun ke lapangan atau bertemu dengan responden. Sebaliknya, semua data yang dibutuhkan dapat diperoleh dari sumber-sumber literatur yang tersedia, seperti dokumen resmi, laporan penelitian, dan kajian teoritis yang relevan. Dalam penelitian pustaka, penelusuran literatur tidak hanya dilakukan untuk menyiapkan kerangka penelitian, tetapi juga sebagai sumber utama untuk memperoleh data penelitian (Lusiana & Hasbiyah, 2024). Dengan menggunakan studi pustaka, peneliti dapat mengakses berbagai informasi yang telah tersedia dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan CSR dan dampaknya pada kebahagiaan karyawan serta kinerja perusahaan.

Metode studi pustaka memberikan fleksibilitas dalam pengumpulan dan analisis data, karena peneliti dapat memanfaatkan berbagai sumber literatur yang terpercaya dan valid. Selain itu, metode ini juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep-konsep yang telah diuji dalam berbagai konteks, sehingga dapat memberikan pandangan yang lebih luas dan komprehensif tentang pengaruh CSR terhadap aspek internal perusahaan, khususnya kebahagiaan karyawan dan kinerja (Monika LT et al., 2023). Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis yang signifikan dalam pengembangan konsep CSR dan bagaimana penerapannya dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan oleh PT Indofood mencakup Pembangunan Sumber Daya Manusia, di mana perusahaan percaya bahwa pendidikan merupakan elemen kunci dalam pengembangan sumber daya manusia. Komitmen perusahaan terlihat melalui penyediaan akses pendidikan formal dan non-formal untuk masyarakat, dukungan terhadap kegiatan riset, serta peningkatan kompetensi para guru (Afifah, 2021).

Selain itu, PT Indofood juga memberikan Beasiswa Indofood Sukses Makmur (BISMA) setiap tahun bagi anak-anak karyawan yang berprestasi. Pada tahun 2011, sekitar 1.570 anak telah menerima beasiswa dari tingkat sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Melalui program ini, perusahaan berupaya mendorong siswa yang merupakan anak karyawan untuk mengembangkan potensi mereka secara maksimal, dengan lebih dari 15.000 anak karyawan yang telah mendapatkan beasiswa sejak program ini diluncurkan (Afifah, 2021).

Indofood juga fokus pada peningkatan nilai ekonomi dengan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan bersama para pemangku kepentingan melalui program kemitraan yang bertujuan untuk mempromosikan pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Program kemitraan ini ditujukan untuk keluarga petani, peternak, pelaku usaha kecil dan menengah, serta masyarakat di sekitar perusahaan.

Indofood mengembangkan kemitraan dengan para petani melalui program pertanian berkelanjutan. Kerjasama ini melibatkan petani kentang, singkong, gula kelapa, cabai, dan kelapa sawit. Dalam program kemitraan ini, Indofood memberikan pelatihan, bimbingan, dan pendampingan dalam berbagai aspek, mulai dari budidaya, penanaman, pemanenan, hingga pasca-panen komoditas.

Dan yang terakhir, penelitian ini mengungkapkan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Indofood, khususnya melalui program Indofood Riset Nugraha (IRN), memberikan dampak signifikan terhadap kebahagiaan karyawan serta

kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil analisis data, beberapa temuan utama dapat disimpulkan sebagai berikut:

Penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan yang terlibat dalam program CSR merasa lebih dihargai dan termotivasi (Hanom, 2024). Program Indofood Riset Nugraha (IRN), yang mendukung penelitian di bidang pangan, tidak hanya memberikan dampak positif kepada masyarakat melalui peningkatan sumber daya manusia, tetapi juga memberi kesempatan bagi karyawan untuk terlibat dalam kegiatan yang bernilai sosial. Partisipasi karyawan dalam kegiatan seperti ini menciptakan rasa bangga dan kepuasan kerja yang lebih tinggi. Karyawan yang merasa bahwa perusahaan tempat mereka bekerja peduli terhadap kesejahteraan masyarakat cenderung memiliki rasa memiliki yang lebih besar terhadap perusahaan (Jamil Shabran et al., 2024). Hal ini berkontribusi langsung terhadap kebahagiaan mereka dalam bekerja.

Dari survei yang dilakukan, sebanyak 75% karyawan Indofood mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih bahagia bekerja di perusahaan yang secara aktif menjalankan program-program CSR (Rachmawati, 2024). Karyawan mengaitkan kebahagiaan tersebut dengan nilai-nilai sosial yang diusung oleh PT Indofood, yang selaras dengan prinsip etika dan tanggung jawab sosial yang diterapkan oleh perusahaan. Kebahagiaan karyawan ini berperan penting dalam menciptakan suasana kerja yang kondusif, di mana karyawan lebih termotivasi dan produktif.

Selain berdampak pada kebahagiaan karyawan, program CSR juga berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Salah satu indikator utama kinerja perusahaan yang diamati dalam penelitian ini adalah Net Profit Margin (NPM). Data menunjukkan bahwa setelah implementasi program CSR, termasuk program IRN, terjadi peningkatan yang signifikan dalam NPM perusahaan. Selain itu, citra perusahaan di mata publik dan stakeholder juga mengalami peningkatan signifikan. Program IRN, yang menunjukkan komitmen Indofood dalam mendukung penelitian dan pendidikan di bidang pangan, membantu memperkuat reputasi perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab sosial (Rachmawati, 2024). Peningkatan citra ini berdampak langsung pada loyalitas konsumen dan *stakeholder*, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan penjualan produk. Dengan meningkatnya loyalitas konsumen, Indofood dapat mempertahankan posisi kompetitif di pasar, yang turut mendukung keberlanjutan pertumbuhan bisnis perusahaan.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Indofood tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga memiliki dampak positif yang signifikan terhadap karyawan dan kinerja perusahaan. Salah satu inisiatif CSR utama yang diambil oleh perusahaan adalah program Indofood Riset Nugraha (IRN), yang berfungsi sebagai jembatan antara PT Indofood dan komunitas akademik. Program ini juga berhasil meningkatkan keterlibatan karyawan dalam kegiatan sosial, menciptakan rasa kebersamaan dan kepedulian yang lebih mendalam terhadap isu-isu yang dihadapi masyarakat.

Kebahagiaan karyawan merupakan salah satu faktor kunci yang berpengaruh terhadap produktivitas dan kinerja perusahaan (Munawaroh et al., 2023). Salah satu elemen penting yang dapat meningkatkan kebahagiaan karyawan adalah rasa keterlibatan mereka dalam kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Ketika karyawan merasa bahwa pekerjaan mereka tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga pada kesejahteraan masyarakat, hal ini menciptakan motivasi intrinsik yang tinggi. Karyawan yang merasa bahwa mereka bagian dari suatu misi yang lebih besar cenderung merasa lebih bersemangat dalam menjalankan tugas mereka sehari-hari.

Keterlibatan dalam program-program CSR, seperti Indofood Riset Nugraha (IRN), memberikan karyawan kesempatan untuk berkontribusi secara langsung pada isu-isu sosial dan lingkungan yang penting (Julian & Setiawati, 2024). Misalnya, melalui partisipasi

dalam kegiatan penelitian atau pengembangan solusi untuk masalah sosial, karyawan tidak hanya merasa bahwa mereka melakukan pekerjaan yang bermakna, tetapi juga berkontribusi pada perubahan positif dalam masyarakat. Hal ini sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan kerja mereka secara keseluruhan, karena karyawan merasa bahwa usaha dan kontribusi mereka memiliki dampak yang nyata.

Selain itu, karyawan yang merasa dihargai dan memiliki peran dalam kegiatan CSR cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi terhadap perusahaan (Afifah, 2021). Ketika karyawan melihat bahwa perusahaan tempat mereka bekerja berkomitmen untuk berkontribusi pada masyarakat, mereka merasa bangga menjadi bagian dari organisasi tersebut. Kebanggaan ini mendorong mereka untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka. Dalam jangka panjang, hal ini dapat berkontribusi pada retensi karyawan dan pengurangan turnover, yang menjadi masalah signifikan bagi banyak perusahaan. Dengan menurunnya angka turnover, perusahaan dapat menghemat biaya pelatihan dan rekrutmen, serta membangun tim yang lebih stabil dan berpengalaman.

Lebih jauh lagi, kebahagiaan karyawan yang tinggi juga dapat berdampak positif pada budaya perusahaan secara keseluruhan. Karyawan yang bahagia cenderung menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif, meningkatkan kolaborasi dan komunikasi antar tim. Hal ini bukan hanya menguntungkan bagi individu, tetapi juga menciptakan sinergi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi. Ketika setiap karyawan merasa terlibat dan dihargai, mereka lebih cenderung untuk berkontribusi dengan ide-ide kreatif yang dapat memajukan perusahaan.

Program CSR yang efektif tidak hanya berfungsi untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga merupakan alat yang ampuh untuk meningkatkan kebahagiaan dan keterlibatan karyawan (Anita, 2021). Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan CSR ke dalam budaya mereka akan melihat hasil positif yang berlipat ganda, baik dari segi kepuasan karyawan maupun kinerja keseluruhan perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi manajemen PT Indofood untuk terus memperkuat dan mengembangkan inisiatif CSR, sehingga menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kebahagiaan dan keberdayaan karyawan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam strategi bisnis PT Indofood. Dalam bisnis yang terus berubah dan berkembang, perusahaan tidak hanya dituntut untuk berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga untuk memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas operasional mereka. Keberlanjutan program-program sosial yang diimplementasikan oleh PT Indofood tidak hanya memperkuat hubungan dengan karyawan dan masyarakat, tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif yang jelas di pasar yang semakin peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Perusahaan yang mengadopsi pendekatan CSR yang holistik akan lebih mampu menarik konsumen yang memiliki kesadaran sosial, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan (Dampak et al., 2022).

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan terhubung, perusahaan-perusahaan yang mampu beradaptasi dan menunjukkan tanggung jawab sosial cenderung akan lebih berhasil (Manajemen, 2022). Masyarakat dan konsumen kini lebih memilih untuk berkolaborasi dengan perusahaan yang memiliki nilai-nilai sosial yang sejalan dengan mereka. PT Indofood, dengan program CSR yang inovatif dan komprehensif, tidak hanya berinvestasi pada masa depan karyawan dan masyarakat, tetapi juga memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan yang berkelanjutan bagi perusahaan itu sendiri. Melalui inisiatif seperti Indofood Riset Nugraha (IRN), perusahaan menunjukkan komitmennya untuk tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial, tetapi juga memposisikan dirinya sebagai pemimpin dalam praktik bisnis yang etis (Hanom, 2024).

Lebih lanjut, integrasi CSR dalam strategi bisnis juga dapat mempengaruhi cara perusahaan beroperasi dan mengambil keputusan. Ketika perusahaan mengedepankan

tanggung jawab sosial sebagai bagian integral dari strategi bisnisnya, keputusan yang diambil akan lebih mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat mengarah pada pengembangan produk yang lebih berkelanjutan, praktik operasional yang lebih efisien, dan inovasi yang berfokus pada solusi sosial. Selain itu, karyawan yang terlibat dalam kegiatan CSR akan merasa lebih termotivasi dan berkomitmen, yang berdampak positif pada produktivitas dan kinerja keseluruhan perusahaan.

Dengan demikian, penting bagi manajemen PT Indofood untuk terus memperkuat dan mengembangkan inisiatif CSR sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Investasi dalam program-program sosial tidak hanya akan menghasilkan dampak positif bagi masyarakat, tetapi juga menciptakan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Di era di mana konsumen semakin kritis dan peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, perusahaan yang mampu menunjukkan komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih baik. Melalui langkah-langkah ini, PT Indofood dapat memastikan bahwa mereka tidak hanya menjadi pemimpin di industri makanan dan minuman, tetapi juga contoh bagi perusahaan lain dalam menerapkan tanggung jawab sosial yang nyata dan berkelanjutan (Wardoyo & Annisa, 2022).

CSR menjadi elemen kunci yang membantu perusahaan meraih tujuan jangka panjang. Dengan membangun reputasi yang kuat sebagai perusahaan yang bertanggung jawab, PT Indofood dapat menarik perhatian lebih banyak investor dan konsumen, sehingga menciptakan siklus positif yang mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan. Keterlibatan karyawan dalam kegiatan CSR akan terus menjadi aset berharga bagi PT Indofood, karena karyawan yang bahagia dan terlibat akan selalu berkontribusi lebih baik, menjadikan perusahaan ini sebagai contoh yang patut dicontoh dalam dunia industri.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kebahagiaan karyawan dan kinerja perusahaan di PT Indofood menunjukkan bahwa program-program CSR yang diimplementasikan secara efektif memiliki dampak yang signifikan bagi kedua aspek tersebut. Karyawan yang terlibat dalam kegiatan CSR merasa lebih dihargai dan terlibat dalam misi sosial perusahaan, yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan kerja dan loyalitas mereka. Dengan adanya keterlibatan dalam program-program seperti Indofood Riset Nugraha, karyawan tidak hanya merasa memiliki peran dalam perusahaan, tetapi juga mendapatkan motivasi intrinsik yang mendorong mereka untuk bekerja lebih produktif. Dari sisi kinerja perusahaan, pengungkapan dan implementasi CSR terbukti memberikan nilai tambah yang positif bagi reputasi dan citra PT Indofood di mata publik dan pemangku kepentingan. Program-program CSR yang berfokus pada pembangunan sumber daya manusia dan peningkatan nilai ekonomi tidak hanya menguntungkan masyarakat, tetapi juga meningkatkan Net Profit Margin (NPM) perusahaan. Oleh karena itu, integrasi CSR dalam strategi bisnis perusahaan sangat penting untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan yang berkelanjutan, sekaligus memperkuat hubungan dengan karyawan dan masyarakat di sekitar.

REFERENSI

- Afifah, N. (2021). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 5(3).
- Alyah Nafisyah, & Alwi Alwi. (2023). Analisis Perbandingan ROA Dan DER PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Dengan PT. Mayora Indah Tbk. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu*

- Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 193–204.
<https://doi.org/10.61132/rimba.v1i3.108>
- Anita. (2021). Kinerja Perusahaan: Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Pertumbuhan Pendapatan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 19(2).
- Ari Setyo Wati, Mayrilyn Kayla Dedyanti, Nabilah Febriyanti, & Maria Yovita R Pandin. (2023). Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Financial Resilience Pada Industri Food And Beverage (F&B) Dalam Masa Krisis Ekonomi. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 136–154.
<https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i3.1358>
- Aslichah, A. (2024). Analisis Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Loyalitas Pelanggan di Sektor Perbankan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8190–8200.
<https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10544>
- Aurora Elise Putriku, Lenti Susanna Saragih, Novita Sari Br Siboro, Mutiara Dwi Rizqina, & Michael Sihombing. (2024). Menganalisis Strategi Pemasaran Indomie (PT Indofood Sukses Makmur Tbk) Dalam Pasar Internasional. *Jurnal Bisnis Inovatif Dan Digital*, 1(3), 60–71. <https://doi.org/10.61132/jubid.v1i3.179>
- Azis, A., Wardhani, R., & Kusuma, A. H. (2021). Analysis of Islamic Social Reporting Disclosure in Companies Listed on the Jakarta Islamic Index. *Scientific Journal of Accounting and Finance*, 10(1), 35–47.
- Azzahra, N., & Rafifah, J. (2024). PENGARUH PENERAPAN GREEN ACCOUNTING, PROFITABILITAS, DAN MEDIA EXPOSURE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1192, 304–317.
- Chika, Firly, Heppy, Liza, Ridho, Utari, & Yunika. (2023). ANALISIS PENGELOLAAN LIMBAH SEBAGAI BENTUK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 186–191.
- Dampak, A., Keberlanjutan, D., Puspahadi, D., & Radyati, M. R. N. (2022). “DESA MITRA” PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk. *Journal of Comprehensive Science*, 1(4), 473–481.
- Felita Aileen, Amelia Setiawan, & Hamfri Djajadikerta. (2024). Meningkatkan Nilai Perusahaan: Peran Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dan Intellectual Capital Dalam Industri Food & Beverage Di Bei (2018-2022). *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 871–883.
<https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.382>
- Hanom, A. F. (2024). Peran Corporate Social Responsibility Program Indofood Riset Nugraha Dalam Membentuk Brand Differentation. *Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Jamil Shabran, NR Erinos, & Afriyenti Mayar. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(03), 740–748.
- Julian, A., & Setiawati, E. (2024). The Effect Of Corporate Social Responsibility (CSR) And Company Size On Firm Value With Profitability As A Moderating Variable (Empirical Study On Manufacturing Companies In The Consumer Goods Industry Sector Listed On The IDX For The 2019-2021 Period). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 871–883. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Kamila, S., Khasanah, U., & Nuryati, T. (2023). Pengaruh Corporate Social responsibility, Capital Intensity, dan Transfer Pricing terhadap Tax Avoidance. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 2(3), 286–290. <https://doi.org/10.54543/etnik.v2i3.168>
- Kharisma Margatama, C. (2024). Program CSR PLN dalam Bedah Rumah di Kupang NTT: Perspektif Komunikasi Korporat dalam Konteks Budaya Lokal. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(4), 375–386. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i4.2635>

- Lusiana, L., & Hasbiyah, W. (2024). PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, SALES GROWTH DAN CAPITAL INTENSITY TERHADAP TAX AVOIDANCE (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER NON CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2018-2022). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1192, 304–317.
- Maharani, A. J., Roswaty, R., & Purnamasari, E. D. (2021). Pengaruh Return on Asset dan Debt to Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 2(1), 29–43. <https://doi.org/10.47747/jbme.v2i1.412>
- Manajemen, S. M. (2022). Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(3), 77–90. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i3.18720>
- Mardiah, D., Suwarno, E., Herawati, M., & Renfiana, L. (2021). Analisis Perbandingan Rasio Likuiditas Dalam Mengukur Kinerja Keuangan Pt Garudafood Putra Putri Jaya Tbk Dan Pt Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (2019-2021). *Jurnal Sudut Pandang*, 8–23.
- Margaretha Panggabean, P., Sabarini, L., Yuma Putri, A., Carly Auraliana, K., & Putri Ananda, D. (2024). Penerapan Analisis Du Pont Untuk Menilai Performa Keuangan PT Indofood Sukses Makmur Tahun 2019-2022. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(5), 429–436. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i5.2638>
- Monika LT, A., Panjaitan, B. J. M., Tumangger, E. M. K., & Ulfa, R. N. (2023). Analysis of Financial Ratio at PT. Indofood Sukses Makmur Tbk in 2020-2022. *Asian Journal of Management Analytics*, 2(2), 197–210. <https://doi.org/10.55927/ajma.v2i2.3885>
- Munawaroh, W. S., Wirananda, H. A., Muslim, U., & Al-Washliyah, N. (2023). Analysis Of The Influence Of Corporate Social Responsibility On Financial Performance On Companies Listed In Bursa Efek Indonesia Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 117–123. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nurmala Galuh Pramesthi, & Hwihanus Hwihanus. (2024). Analisis Fundamental Makro, Fundamental Mikro Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Kepemilikan Dan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(3), 01–11. <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i3.3651>
- Oktaviani, S. A., Tripalupi, R. I., & Wardiyah, M. L. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Return on Asset terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2018-2022. *EKALAYA : Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 1(3), 1–14. <https://doi.org/10.59966/ekalaya.v1i3.201>
- Paramitasai, N., Amanda, C. A., & Informatika, I. (2022). Jurnal educatio amerta 2022,. *Educatio Amerta*, 1(1), 1–6.
- Rachmawati, E. I. (2024). Analisis Dampak Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 10429–10445.
- Rahmi, N. U., Gunawaty, G., Malau, L. P., & Sitepu, M. H. B. (2023). Pengaruh Rasio Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 21–29. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.615>
- Ramadhan, A. R., & Linda, R. (2023). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Tahun 2015-2021 Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Embistek Ekonomi, Manajemen Bisnis, Syariah, Dan Teknologi*, 2(2), 175–187. <https://embistek.org/jurnal/index.php/embistek>
- Siska, Halimahtussakdiah, & Rifka Harahap, S. (2022). Pengaruh Corporate Social

- Responsibility, Tingkat Utang dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 569–594. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Soesanto, E., Nur Kaifa, F., Kafah Aulia, S., Maharani, K., Muqtafi, A. Z., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2023). Analisis Pengaruh K3 Terhadap Sistem Manajemen Sekuriti pada PT. Indofood Tbk. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(2), 406–413. <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>
- Wardoyo, D. U., & Annisa, A. D. R. & D. U. (2022). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP TAX AVOIDANCE. *Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 87–94.
- Yahya, S. A., Maulida, A., & Anggriani, D. (2023). Online Analysis of Reputation Management PT. Infodood About Indomie Has No Seasoning. *EDUCATIONIST: Journal of Educational and Cultural Studies*, 1(3), 287–296.
-

Copyright Holder :

© Akhmad Shofuwan Nuvail1, Masiyah Kholmi (2021).

First Publication Right :

© Bulletin of Community Engagement

This article is under:

CC BY SA