

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
RIWAYAT HIDUP	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	10
D.1 Kegunaan Teoritis	10
D.2 Kegunaan Praktis	10
E. Tinjauan Pustaka.....	11
F. Kerangka Pemikiran	15
F.1 Landasan Teoritis.....	15
F.2 Landasan Konseptual.....	19
G. Langkah-Langkah Penelitian.....	21
G.1 Lokasi Penelitian.....	21
G.2 Paradigma dan Pendekatan	21
G.3 Metode Penelitian.....	23
G.4 Jenis Data	23
G.5 Sumber Data.....	24
G.6 Teknik Pengumpulan Data.....	25
G.7 Teknik Keabsahan Data	27
G.8 Analisis Data	27

BAB II	30
KAJIAN PUSTAKA	30
2.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	30
2.1.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	30
2.1.2 Prinsip dan Jenis <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	33
2.1.3 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	38
2.1.4 Model Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	43
2.2 Pemberdayaa Masyarakat.....	44
2.2.1 Pengertian Pemberdayaan Masyarakat	44
2.2.2 Tujuan Pemberdayaan Masyarakat	55
2.3 Pemberdayaan Ekonomi	59
2.3.1 Pengertian Pemberdayaan Ekonomi	59
2.3.2 Tujuan Pemberdayaan Ekonomi	61
BAB III	64
HASIL DAN PEMBAHASAN	64
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	64
3.1.1 Sejarah Program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Ibum Mall.....	64
3.1.2 Visi dan Misi Program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Ibum Mall.....	69
3.1.3 Logo Program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Ibum Mall	71
3.1.4 Struktur Organisasi Program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Ibum Mall	72
3.1.5 Penghargaan Program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Ibum Mall.....	73
3.2 Hasil Penelitian	78
3.2.1 Penguatan Faktor Distribusi, Pemasaran, dan Produksi Melalui Program CSR Ibum Mall Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	78
3.2.2 Penguatan Dalam Memperoleh Informasi, Pengetahuan, dan Keterampilan Masyarakat Melalui Program CSR Ibum Mall	91
3.3 Pembahasan.....	100
3.3.1 Penguatan Faktor Distribusi, Pemasaran, dan Produksi Melalui Program CSR Ibum Mall Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	100
3.3.2 Penguatan Dalam Memperoleh Informasi, Pengetahuan, dan Keterampilan Masyarakat Melalui Program CSR Ibum Mall	105
BAB IV	111
PENUTUP	111
A. Kesimpulan	111

B. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	119

