

INOVASI MODEL BISNIS SOSIAL SINERGI PENJUALAN PROGRAM MAGANG UNTUK KEBERLANJUTAN PERUSAHAAN

*¹**Samin**, ²**Aziz Ashari**, ³**Muhammad Azwan**, ⁴**Moh. Ali Arridho Jaisan**, ⁵**Muhammad Abdul Wakil**

¹⁻⁵Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan
Email: ¹saminlorenzo04@gmail.com, ²azisashari@alkhairat.ac.id, ³anakpulau2375@gmail.com,
⁴moh.azwan24@gmail.com, ⁵pencarijatidiri41@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan model bisnis sosial yang mengintegrasikan kegiatan penjualan dengan program magang siswa sebagai upaya menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan antara dunia usaha dan dunia pendidikan. Mitra kegiatan adalah PT. Indo Bismar, perusahaan yang bergerak di bidang penjualan barang elektronik seperti laptop, HP, dan aksesoris. Melalui kemitraan dengan lembaga pendidikan, PT. Indo Bismar tidak hanya memperoleh peningkatan omzet melalui penjualan, tetapi juga berkontribusi dalam pengembangan kompetensi siswa melalui magang. Metode pelaksanaan meliputi analisis kebutuhan mitra, pendampingan perancangan sistem kemitraan, pelatihan menajemen magang, dan monitoring hasil implemintaasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kolaborasi ini mampu meningkatkan efektivitas promosi produk, memperkuat brand image perusahaan, serta memberikan pengalaman belajar yang relevan bagi siswa. Model ini diharapkan dapat menjadi alternatif inovatif bagi kerberlanjutan usaha berbasis tanggung jawab sosial.

Kata Kunci: bisnis sosial, kemitraan, magang industri, keberlanjutan perusahaan, pengabdian masyarakat

Abstract

This community service activity aims to develop a social business model that integrates sales activities with a student internship program, creating a mutually beneficial partnership between the business world and education. The project partner is PT. Indo Bismar, a company engaged in the sale of electronic goods such as laptops, mobile phones, and accessories. Through this partnership with educational institutions, PT. Indo Bismar not only increases sales revenue but also contributes to student competency development through internships. Implementation methods include analyzing partner needs, mentoring in designing a partnership system, training in internship management, and monitoring implementation results. Results indicate that this collaboration can increase the effectiveness of product promotions, strengthen the company's brand image, and provide relevant learning experiences for students. This model is expected to become an innovative alternative for the sustainability of socially responsible businesses.

Keywords: Social Business, Partnership, Industrial Internship, Corporate Sustainability, Community Service.

Pendahuluan

Era ekonomi kolaboratif menuntut perusahaan untuk tidak hanya fokus keuntungan finansial, tetapi juga pada dampak sosial yang dihasilkan. Salah satu pendekatan yang mulai berkembang

adalah model bisnis sosial, yaitu model bisnis yang mengintegrasikan orientasi keuntungan dengan nilai-nilai sosial. PT. Indo Bismar sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penjualan dan pengadaan barang elektronik menghadapi tantangan untuk meningkatkan omzet ditengah persaingan pasar yang ketat. Di sisi lain, lembaga pendidikan, khususnya sekolah menengah kejuruan(SMK), memerlukan mitra industri untuk memberikan pengalaman kerja nyata bagi siswanya. Kegiatan pengabdian ini berangkat dari gagasan sinergi penjualan dan program magang sebagai bentuk kemitraan saling menguntungkan. Melalui sekema ini, perusahaan memperoleh peningkatan jaringan dan penjualan, sementara lembaga pendidikan mendapatkan kesempatan magang bagi siswa untuk mengasah kompetensi kerja. Tujuan kegiatan ini adalah: Mengembangkan model bisnis sosial berbasis kemitraan pendidikan-industri. Meningkatkan efektivitas promosi dan omzet perusahaan malalui kegiatan sosial produktif. Memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan kompetensi siswa.

Seiring dengan pergeseran yang meliputi pola aspek sosial dan aspek-aspek pembangunan lain yang bersifat multidimensional; melengkapi manfaat dalam pertumbuhan ekonomi, manfaat pembangunan kemudian mengarah kepada perbaikan standar hidup yang lebih luas, yang meliputi aspek sosial dan aspek-aspek lain yang diukur dengan banyak indikator yang berbeda. Di antaranya adalah manfaat pembangunan yang diukur dengan *Human Development Index* (HDI atau indeks pembangunan manusia [IPM]), yang mengukur manfaat pembangunan dari aspek peningkatan kesehatan, pendidikan dan usia harapan hidup individu; maupun banyak indikator pengukur manfaat atau keberhasilan pembangunan yang lain.

Metode Penelitian

Metode pelaksanaan program ini menggunakan pendekatan kolaboratif dan partisipatif, di mana PT Indo Bismar mengintegrasikan kegiatan penjualan produk dan/atau jasa dengan program magang berbasis sosial. Pendekatan ini dirancang untuk menciptakan nilai ekonomi sekaligus menghasilkan dampak sosial melalui pengembangan kompetensi generasi muda. Dalam konteks sistem kapitalisme, organisasi umumnya terbagi menjadi organisasi profit yang berorientasi pada pencapaian keuntungan dan organisasi nonprofit yang berfokus pada tujuan sosial. Konsep bisnis sosial hadir sebagai alternatif yang menjembatani kedua orientasi tersebut, yang secara konseptual berkaitan erat dengan kewirausahaan sosial, tanggung jawab sosial perusahaan, manajemen nonprofit, serta pembangunan ekonomi global. Sebagaimana dikemukakan oleh Muhammad Yunus, model *non-loss non-dividend* merupakan “jalan ketiga” antara bisnis konvensional dan kegiatan amal. Meskipun model bisnis sosial yang dikembangkan oleh Yunus relatif baru dan masih terbatas dalam kajian empiris, pendekatan ini memberikan kerangka inovatif bagi perusahaan dalam mengintegrasikan kepentingan ekonomi dan sosial. Inovasi yang diterapkan dalam program ini memadukan tiga komponen utama, yaitu bisnis inti perusahaan yang berfokus pada peningkatan

penjualan dan penguatan merek, program magang sebagai sarana pembelajaran praktis bagi mahasiswa atau siswa, serta penciptaan dampak sosial melalui pembukaan akses pelatihan, pemberdayaan, dan peningkatan keterampilan.

Tahapan pelaksanaan program diawali dengan tahap analisis dan perencanaan, yang mencakup identifikasi kebutuhan perusahaan terhadap tenaga magang serta potensi kontribusi mereka dalam mendukung kegiatan penjualan. Pada tahap ini juga dilakukan pemetaan mitra pendidikan, seperti universitas, SMK, dan lembaga pelatihan, serta penyusunan rancangan model bisnis sosial dengan mempertimbangkan aspek ekonomi dan sosial secara seimbang. Selain itu, ditetapkan pula indikator keberhasilan program yang meliputi peningkatan penjualan, tingkat penyerapan peserta magang, kepuasan pelanggan, serta dampak sosial yang dihasilkan.

Tahap berikutnya adalah pengembangan konsep dan desain program yang bertujuan untuk merancang model sinergi antara kegiatan penjualan dan program magang. Pada tahap ini, perusahaan melaksanakan proses rekrutmen peserta magang melalui kerja sama dengan universitas mitra, dilanjutkan dengan pemberian pelatihan dasar yang meliputi orientasi perusahaan, etika kerja, serta pelatihan penjualan. Peserta magang kemudian ditempatkan pada unit penjualan atau pemasaran yang relevan, dengan target magang yang diintegrasikan secara langsung dengan target penjualan, seperti keterlibatan dalam kampanye produk baru berbasis digital marketing. Selama pelaksanaan, dilakukan pemantauan kinerja secara berkala serta bimbingan rutin oleh mentor internal perusahaan untuk memastikan pencapaian tujuan pembelajaran dan kinerja.

Selanjutnya, dilakukan tahap evaluasi dan pengukuran dampak yang bertujuan untuk menilai keberhasilan dan efektivitas inovasi yang diterapkan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan data penjualan sebelum dan sesudah pelaksanaan program, menilai peningkatan kompetensi serta tingkat kepuasan peserta magang, serta menganalisis dampak sosial yang dihasilkan, seperti peningkatan peluang kerja dan penguatan hubungan antara dunia industri dan akademik. Selain itu, efektivitas kolaborasi antar departemen dalam mendukung program juga menjadi bagian dari penilaian, yang selanjutnya dirangkum dalam laporan hasil implementasi untuk disampaikan kepada manajemen dan mitra universitas.

Tahap akhir dari metode pelaksanaan ini adalah tindak lanjut dan pengembangan keberlanjutan program. Pada tahap ini, program magang ditetapkan sebagai bagian integral dari strategi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sekaligus sebagai sarana rekrutmen jangka panjang. Perusahaan juga mengembangkan sistem *talent pipeline* dengan mengidentifikasi peserta magang yang berpotensi untuk direkrut sebagai karyawan, sehingga program ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan sumber daya manusia dan penciptaan nilai tambah yang berkelanjutan bagi perusahaan dan masyarakat.

Hasil Dan Pembahasan

Implementasi Program

PT. Indo Bismar telah resmi menjalin kerja sama dengan dua lembaga pendidikan kejuruan, yaitu SMKN 1 Jiwan dan SMK Ma’arif Batu, sebagai upaya meningkatkan kualitas vokasi pendidikan dan mempersiapkan lulusan yang kompeten serta siap memasuki dunia kerja. Kerja sama ini ditandai dengan penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU) yang menggaris bawahi kolaborasi antara dunia industri dan pendidikan untuk menciptakan ekosistem pendidikan yang relevan dan berdaya saing. Program kerja sama yang dijalankan mencakup berbagai aspek penting seperti praktik kerja lapangan (PKL), penyelarasan tenaga kerja, penyelarasan sinkronisasi dengan kebutuhan industri, serta pelatihan dan workshop bagi pengajar tenaga di lembaga pendidikan tersebut. Melalui langkah ini, PT. Indo Bismar berkomitmen memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan sumber daya manusia berkualitas di Indonesia. Kerja sama antara PT. Indo Bismar dengan SMKN 1 Jiwan menitikberatkan pada peningkatan relevansi pendidikan vokasi dengan dunia kerja. SMKN 1 Jiwan mendapatkan kesempatan untuk memperluas jaringan kerja sama dengan sektor industri, sehingga kualitas lulusan vokasi yang dihasilkan lebih siap bersaing. PT. Indo Bismar menyediakan berbagai program unggulan khusus untuk mendukung proses pembelajaran dan praktik siswa di lingkungan industri yang nyata dan profesional. Melalui kolaborasi ini, diharapkan lulusan SMKN 1 Jiwan tidak hanya memiliki pengetahuan teoritas, tetapi juga keterampilan praktis yang sesuai kebutuhan pasar kerja.

Selain itu, kerja sama dengan SMK Ma’arif Batu difokuskan pada tiga bidang utama, yakni praktik kerja lapangan (PKL), magang tenaga kerja lulusan, dan kolaborasi dalam pengembangan pendidikan. PKL yang difasilitasi PT. Indo Bismar memberikan kesempatan kepada siswa untuk mendapatkan pengalaman langsung di dunia industri, mengasah keterampilan teknis, serta memahami dinamika kerja di lapangan. PT. Indo Bismar juga membuka peluang buruknya bagi lulusan SMK Ma’arif Batu yang memenuhi kualifikasi, mendemonstrasikan keyakinan perusahaan terhadap kualitas lulusan di lembaga tersebut. Kerja sama dalam bidang pendidikan meliputi pelatihan dan lokakarya bagi guru untuk meningkatkan kompetensi mengajar serta merancang kurikulum yang lebih relevan dengan kebutuhan industri guna menyiapkan lulusan yang lebih kompetitif. PT. Indo Bismar, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan multi produk IT, telah menunjukkan komitmen nyata dalam pengembangan pendidikan vokasi melalui kerja sama dengan lembaga pendidikan kejuruan di wilayah setempat. Salah satu bentuk konkret kerja sama tersebut adalah dengan SMK Ma’arif Batu dan STIDKI Ar Rahmah, di mana kolaborasi ini mencakup berbagai aspek mulai dari penyaluran Prakte Kerja Lapangan (PKL), perekrutan tenaga kerja, hingga penguatan kompetensi pendidikan berbasis teknologi digital (SMK Ma’arif

Batu, 2023; STIDKI Ar Rahmah, 2025). Kerja sama tersebut bukan hanya meningkatkan relevansi pendidikan kejuruan dengan kebutuhan industri, tetapi juga memberikan kontribusi penting dalam penguatan sumber daya manusia yang adaptif dan siap kerja di era digital

Di sisi lain, kerja sama dengan STIDKI Ar Rahmah menonjolkan dukungan PT. Indo Bismar dalam bentuk hibah perangkat teknologi seperti leptop dan tablet yang digunakan untuk menunjang kegiatan pembelajaran, penelitian, serta program pengabdian masyarakat yang terintegrasi dengan pengembangan kompetensi dakwah berbasis teknologi. Pendekatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi industri pendidikan tidak hanya memberikan manfaat dalam ranah ekonomi, tetapi juga dalam pengembangan kompetensi sosial dan keagamaan yang relevan dengan konteks lokal (STIDKI Ar Rahmah, 2025). Sebagai mana dikemukakan oleh Wibowo (2016), integrasi antara pendidikan kejuruan dan kebutuhan industri harus mampu menjawab berbagai kebutuhan sosial yang berkembang dalam masyarakat. Oleh karena itu, kerja sama PT. Indo Bismar dengan dua lembaga pendidikan kejuruan setempat menjadi model kemitraan yang efektif dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan pendidikan vokasi serta peningkatan daya saing lulusan di era globalisasi teknologi.

Dampak terhadap Perusahaan

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelaksanaan program magang di PT. Indo Bismar berhasil meningkatkan omzet penjualan sebesar 12% dalam periode tiga bulan pelaksanaan. Hal ini mengindikasikan bahwa kehadiran peserta magang memberikan kontribusi nyata terhadap aktivitas penjualan perusahaan. Menurut Susanto (2025), keterlibatan langsung peserta magang dalam proses penjualan dan kegiatan pemasaran dapat mendukung peningkatan kinerja bisnis melalui penguatan fungsi penjualan dan promosi secara efektif.

Lebih lanjut, keikutsertaan siswa magang dalam pengelolaan media sosial dan marketplace perusahaan berperan penting dalam memperluas jangkauan promosi digital. Suryatno (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa partisipasi aktif peserta magang dalam strategi pemasaran berani mampu meningkatkan keterlibatan serta visibilitas merek, sehingga membantu perusahaan meraih pasar yang lebih luas dan beragam. Kegiatan ini juga menunjukkan bagaimana peran program magang bukan hanya sumber tenaga kerja sementara, tetapi juga pendukung transformasi digital perusahaan.

Selain dampak kuantitatif berupa peningkatan omzet, program magang membawa pengaruh kualitatif dalam promosi inovasi. Prahendratno dkk. (2023) menjelaskan bahwa integrasi peserta magang dalam tim pemasaran memunculkan ide kreatif dan pendekatan baru dalam menjangkau konsumen, yang sangat dibutuhkan perusahaan untuk tetap kompetitif di era digital. Pendekatan

kolaboratif ini membuktikan magang memberikan nilai tambah tidak hanya praktis, tetapi juga strategis.

Terakhir, dampak sosial dari program magang mencerminkan konsep bisnis yang berkelanjutan, di mana fokus perusahaan tidak hanya pada keuntungan, tetapi juga memberdayakan sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan secara langsung. Arifin (2023) menegaskan bahwa program investasi magang adalah pengembangan modal manusia yang berdampak positif pada keberlangsungan pertumbuhan perusahaan dan peningkatan reputasi bisnis di masyarakat luas.

Dampak terhadap Siswa

Program magang memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pengalaman kerja nyata siswa, khususnya dalam bidang pemasaran, administrasi penjualan, dan layanan purna jual. Pengalaman ini memungkinkan siswa untuk menerapkan teori akademis yang dipelajari ke dalam praktik industri secara langsung, sehingga memperkuat pemahaman dan kesiapan mereka menghadapi dunia kerja (Jurnal Pendidikan Tambusai, 2025). Melalui proses magang, siswa memperoleh kesempatan untuk mengembangkan kompetensi teknis sekaligus keterampilan perangkat lunak yang dibutuhkan dalam lingkungan profesional.

Salah satu aspek penting yang meningkat adalah keterampilan komunikasi interpersonal, yang menjadi modal utama suksesnya interaksi di tempat kerja. Penelitian Wardoyo (2025) menunjukkan bahwa magang mampu meningkatkan kemampuan siswa dalam berkomunikasi secara efektif, termasuk kemampuan negosiasi, penyampaian informasi, dan kolaborasi tim yang lebih baik. Keterampilan komunikasi yang dirasakan ini juga berfungsi sebagai fondasi bagi pengembangan profesionalisme siswa di masa depan.

Selain itu, magang juga berhasil membentuk dan memperkuat profesionalisme siswa, yang meliputi kedisiplinan, tanggung jawab, etika kerja, dan manajemen waktu. Berdasarkan survei pascamagang, 85% siswa merasa ada peningkatan signifikan dalam aspek ini, yang sangat penting untuk keberhasilan karier (Irawan, 2025). Profesionalisme yang meningkat juga mengindikasi kesiapan siswa untuk menghadapi tuntutan dunia kerja modern yang menuntut sikap kerja yang matang dan integritas.

Lebih jauh lagi, magang membuka akses bagi siswa untuk membangun jaringan profesional yang berguna dalam karir pengembangan jangka panjang. Prahendratno dkk. (2023) menyatakan bahwa jejaring yang terjalin selama magang tidak hanya meningkatkan peluang kerja setelah masa pendidikan, tetapi juga mendukung pertumbuhan keahlian dan pengembangan karier secara kontinyu. Oleh karena itu, program magang memberikan manfaat yang jauh melebihi pengalaman kerja semata, menjadi investasi penting bagi masa depan siswa.

Pembelajaran Sosial dan Keberlanjutan

Program magang yang dilaksanakan oleh PT. Indo Bismar tidak hanya berdampak pada aspek bisnis, tetapi juga menjadi bagian strategi bisnis sosial perusahaan. Model ini mengumumkan bahwa integrasi kegiatan sosial berupa pendidikan, khususnya pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia melalui program magang, mampu memberikan kontribusi secara langsung terhadap keinginan ekonomi perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori bisnis sosial yang menyatakan bahwa perusahaan dapat memadukan tujuan keuntungan dengan tanggung jawab sosial demi menghasilkan nilai ganda yang berkelanjutan (Gunadarma, 2025).

Lebih lanjut, magang sebagai program pembelajaran sosial memberikan kontribusi dalam membentuk kesadaran peserta sosial mengenai peran dan tanggung jawab mereka dalam komunitas dan lingkungan kerja. Mahasiswa yang magang di organisasi sosial, seperti yang dialami oleh mahasiswa IISIP Jakarta, mendapatkan pengalaman berharga tentang nilai-nilai kemanusiaan seperti empati, kepekaan sosial, serta kepedulian terhadap isu-isu sosial yang kompleks (Farhan, 2025). Dimensi sosial ini menambah dimensi pendidikan yang lebih komprehensif dan membentuk sumber daya manusia yang beretika dan berintegritas.

Dari sisi keterlibatan, keterlibatan siswa magang membantu perusahaan dalam mengadopsi model bisnis yang adaptif dan responsif terhadap perubahan sosial dan lingkungan. Menurut Balqis (2025), magang di industri telekomunikasi membuka wawasan siswa tentang bagaimana inovasi sosial menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga berdampak positif terhadap masyarakat luas. Hal ini memperkuat posisi perusahaan sebagai entitas bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab sosial.

Akhirnya sinergi antara pendidikan dan bisnis melalui program magang memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak. Perusahaan memperoleh tenaga kerja yang cerdas dan inovatif, siswa mendapatkan pendidikan praktis dan kesiapan kerja, sementara masyarakat menerima kontribusi sosial yang terus menerus. Konsep keinginan ini landasan menjadi penting dalam pembangunan ekonomi inklusif yang memperhatikan aspek sosial dan lingkungan secara seimbang (Gunadarma, 2025).

Simpulan

kegiatan pengabdian masyarakat yang melibatkan PT. Indo Bismar dan lembaga pendidikan kejuruan menunjukkan bahwa inovasi model bisnis sosial berbasis kemitraan tersebut dapat berjalan dengan efektif dan memberikan manfaat ganda. Sinergi antara program magang siswa dan aktivitas bisnis PT. Indo Bismar tidak hanya meningkatkan omzet penjualan perusahaan, tetapi juga meningkatkan kualitas dan kesiapan tenaga kerja muda melalui penerapan ilmu praktis di dunia industri. Dalam kolaborasi ini, PT. Indo Bismar menyediakan lapangan magang, pelatihan, dan dukungan yang relevan untuk mengasah kompetensi siswa sesuai kebutuhan pasar kerja, sekaligus

memperkuat kurikulum pendidikan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan industri terkini

Dengan demikian, kemitraan ini tidak hanya berhasil menciptakan nilai ekonomi bagi perusahaan tetapi juga nilai sosial melalui pemberdayaan sumber daya manusia yang unggul dan berdaya saing. Model ini menjadi contoh praktik terbaik yang dapat direplikasi oleh perusahaan lain dalam mendukung pengembangan kejuruan pendidikan dan memperkuat ekosistem inovasi bisnis yang berkelanjutan. Pengalaman ini membuktikan bahwa sinergi antara industri dan institusi pendidikan adalah fondasi penting dalam membangun kapasitas tenaga kerja yang handal sekaligus meningkatkan kinerja bisnis

PT Indo Bismar Didirikan pada tahun 2000 di Surabaya oleh Dr. Siswanto, MM, seorang pengusaha muda dengan latar belakang di bidang servis komputer dan informasi teknologi. Awalnya, perusahaan ini bergerak di bidang penjualan grosir dan retail produk IT seperti laptop, komputer, dan smartphone. Dengan fokus pada pelayanan maksimal dan hubungan kekeluargaan dengan pegawai dan pelanggan, PT Indo Bismar berkembang pesat dan menjadi salah satu toko suku cadang komputer terbesar di wilayah Surabaya

Seiring berjalannya waktu, perusahaan memperluas usahanya dengan membuka cabang-cabang ritel di berbagai kota di Jawa Tengah dan Jawa Timur, yang kini mencapai lebih dari 24 cabang. Selain penjualan IT, perusahaan juga memiliki diversifikasi usaha melalui Bismar Group yang meliputi rental mobil, restoran, laundry, dan properti.

Visi perusahaan adalah menjadi yang unggul, terkemuka, dan terdepan di bidang multi produk teknologi informasi di Indonesia. Misi mereka meliputi menghadirkan produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing, aktif dalam promosi online dan offline, serta menjamin kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, PT Indo Bismar telah berkembang dari usaha kecil di bidang IT menjadi perusahaan multi produk dengan jaringan retail yang luas dan usaha bisnis lainnya, berlokasi di pusat di Surabaya dan melayani berbagai segmen masyarakat dan institusi di Indonesia.

program magang di PT Indo Bismar tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis secara kuantitatif dan kualitatif, tetapi juga memberikan nilai strategis, sosial, dan pendidikan yang mendukung keinginan perusahaan dan pengembangan sumber daya manusia. Program ini menjadi investasi penting bagi masa depan siswa serta memperkuat posisi PT Indo Bismar sebagai perusahaan yang inovatif dan bertanggung jawab sosial.

Daftar Pustaka

Arifin, M. (2023). Pengembangan modal manusia melalui program magang. *Jurnal Manajemen Sumber Daya*, 8(1), 45-53.

Balqis, N. (2025). Magang merdeka dan inovasi sosial di industri telekomunikasi. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi*, 12(1), 45-53.

- Samin, Inovasi Model Bisnis Sosial Sinergi Penjualan Program Magang Untuk Keberlanjutan Perusahaan
- Certo, s., & Miller, T. (2008). *Social entrepreneurship: Key issues and concepts. Busines Horizons*. 51, 267---271.
- Farhan, M. (2025). Pengalaman mahasiswa IISIP Jakarta dalam program magang industri sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Kemanusiaan*, 13(1), 56-68.
- Fitriani, D., & Suryana, A. (2022). Kemitraan Dunia Usaha dan Dunia Pendidikan dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa SMK. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 10(2), 45–54.
- Gunadarma, F. (2025). Implementasi inovasi sosial dalam strategi bisnis berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(2), 101-112.
- Irawan, A. A. (2025). Efektivitas magang kerja institusional dalam membentuk profesionalisme mahasiswa. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 2(2), 45-53.
- Jurnal Pendidikan Tambusai. (2025). Pengaruh program magang terhadap keterampilan teknis siswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 10410–10416.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI. (2020). Panduan Pelaksanaan Program Magang Industri bagi Siswa SMK.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating Shared Value. Harvard Business Review*.
- Prahendratno, R., Santoso, A., & Wibowo, D. (2023). Inovasi promosi digital dalam bisnis modern. *Jurnal Pemasaran Digital*, 10(2), 78-92.
- Prahendratno, R., Santoso, A., & Wibowo, D. (2023). Peran jaringan profesional dalam karir lulusan magang. *Jurnal Pengembangan Karier*, 9(1), 66-75.
- Suryatno, B. (2022). Peran program magang dalam pemasaran digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(3), 123-131.
- Susanto, E. (2025). Kontribusi program magang terhadap kinerja bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 19(1), 101-115.
- Susilo, H., & Purnamasari, R. (2023). Model Bisnis Sosial dan Dampaknya terhadap Keberlanjutan Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 88–99.
- Wardoyo, S. (2025). Dampak program magang terhadap peningkatan keterampilan komunikasi siswa. *Jurnal Pendidikan dan Pengembangan SDM*, 11(3), 89-97.
- Yunus, M. (2010). Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs. PublicAffairs.