

Program Corporate Social Responsibility PT SHARP Electronics Indonesia melalui Pemberdayaan Masyarakat “Kebun Gizi” di Desa Sirnabaya Teluk Jamber Kabupaten Karawang Jawa Barat

Siti Qona'ah

Akademi Komunikasi BSI Jakarta

Jl. Kayu Jati 5 no. 2, Pemuda, Rawamangun, Jakarta Timur

Email: siti.sqa@bsi.ac.id

Abstract

Empowering people with the theme of "Kebun Gizi" is a program of corporate social responsibility conducted by PT. SHARP Electronics Indonesia in 2016. Corporate Social Responsibility program which consists of planting crops in hydroponic systems. This study was to determine the program of Corporate Social Responsibility PT SHARP Electronics Indonesia through Community Empowerment. In this study, researchers used a qualitative approach and case studies, as a method of research which illustrates that "Kebun Gizi" is a part of corporate social responsibility activities in the field of community development in Dusun Pejaten RT 04/02, Desa Sirnabaya Teluk Jamber Karawang, West Java. Thus with corporate social responsibility through community empowerment can improve people's lives

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Community Empowerment, Kebun Gizi*

Abstraksi

Pemberdayaan masyarakat dengan tema “kebun gizi” merupakan program dari corporate social responsibility yang dilaksanakan oleh PT SHARP Electronics Indonesia Tahun 2016. Program Corporate Social Responsibility yang dilaksanakan terdiri dari kegiatan penanaman tanaman dengan system hidroponik. Penelitian ini untuk mengetahui program Corporate Social Responsibility PT SHARP Electronics Indonesia melalui Pemberdayaan Masyarakat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan study kasus, sebagai metode penelitian yang memberikan gambaran bahwa “kebun gizi” merupakan bagian kegiatan corporate social responsibility dalam bidang pemberdayaan masyarakat di Dusun Pejaten RT 04/02, Desa Sirnabaya Kecamatan Teluk Jamber Kabupaten Karawang Jawa Barat. Dengan demikian dengan corporate social responsibility melalui pemberdayaan masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility, Pemberdayaan Masyarakat, Kebun Gizi

I. PENDAHULUAN

Kekurangan gizi merupakan masalah utama yang di hadapi oleh Indonesia. Data Global Nutrition Report menyatakan, Indonesia termasuk negara yang memiliki masalah gizi yang kompleks, karena tidak hanya berhubungan dengan kesehatan saja namun juga ekonomi, sosial, budaya, pendidikan dan lingkungan.

Menurut Data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013 menunjukkan sebanyak 19,6 % anak di Indonesia masih kekurangan gizi, sebanyak 93,6% penduduk Indonesia masuk dalam kategori kurang makan buah atau sayur. Padahal, peran buah dan sayur berfungsi membantu meningkatkan daya tahan tubuh, menjaga kesehatan, dan mencegah berbagai penyakit. Rendahnya ketahanan pangan dan daya beli masyarakat, menjadi penyebab masalah ini.

Data Dinas Kesehatan (Dinkes) Kabupaten Karawang Jawa barat mencatat, hingga 6 Mei

2016 ada sekitar 166 balita yang terkena gizi buruk, dengan rincian 79 merupakan kasus lama dan 85 kasus baru. Faktor utama penyebab adanya kasus ini adalah karena pola asuh yang salah, minimnya pengetahuan sang ibu, hingga minimnya ketersediaan makanan di rumah

Corporate social Responsibility merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan terbatas (UUPT) yang terbaru yakni UU no 40 tahun 2007. Melalui undang-undang ini, Industri atau koperasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau industri, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial kualitas hidup masyarakat.

Bentuk kepedulian melalui program CSR yang dimaksudkan sebagai proses komunikasi

orang-orang atau perusahaan terhadap lingkungannya, dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) pertukaran informasi (3) menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2005)

PT SHARP Electronics Indonesia Sebagai perusahaan yang memiliki prinsip "Kesungguhan Hati dan Kreativitas", Sharp tidak hanya sekedar mengembangkan bisnis namun juga ingin meningkatkan kesejahteraan umat manusia melalui segala produk yang berguna dan inovatif. Salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat PT Sharp melaksanakan program corporate social responsibility yang berkerja sama dengan rumah zakat melalui pemberdayaan masyarakat dengan tema "kebun gizi" dilaksanakan pada tahun 2016 di Dusun Pejaten RT 04/02, Desa Sirnabaya Kecamatan Teluk Jamber Kabupaten Karawang Jawa Barat.

II. KAJIAN LITERATUR

2.1. Corporate Social Responsibility

Kotler & Nancy (2005:4) corporate social responsibility (CSR) adalah: komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktis bisnis yang baik dan berkontribusi sebagai sumber daya perusahaan.

Wibisono (2007:8) CSR di definisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negative dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (triple botton line) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan)

Tanggung jawab sosial di artikan sebagai berikut : merupakan kontribusi dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatannya. (csr review: 2007)

Dari uraian tersebut maka yang dimaksud corporate social responsibility adalah tanggung jawab perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dengan pembangunan berkelanjutan serta memperhatikan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan.

2.2 Manfaat Corporate Social Responsibility

Agar Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilaksanakan secara terus menerus, Perusahaan harus sudah menggunakan Prinsip Triple Botton Line yang berpijak pada pemikiran bahwa selain mengejar keuntungan, perusahaan juga harus melihat sisi kesejahteraan lingkungan atau dikenal dengan istilah 3 P (profit, People, Planet)

Wibisono (2007; 32) menyatakan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan 3 P. yaitu :

Profit (keuntungan) setiap perusahaan pasti akan berlomba-lomba untuk meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya.

People (masyarakat) masyarakat merupakan stakeholder penting bagi perusahaan dikarenakan dukungan masyarakat sangat di perlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Untuk mempekokoh komitmen dalam tanggung jawab sosial, perusahaan perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi kedepan. Karena melalui hubungan yang harmonis dan citra yang baik timbal baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga eksistensi perusahaan.

Planet (lingkungan) Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika merawat lingkungan, maka lingkunganpun akan memberikan manfaat kepada kita. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Wibisono (2007;78) menyatakan, tiga alasan mengapa kalangan dunia mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya antara lain :

- Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
- Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat saling ketergantungan. Dan juga untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat
- Tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau menghindari konflik.

Lebih lanjut Wibisono (2007:84) menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program corporate social responsibility: yaitu:

- Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan citra perusahaan
- Layak mendapatkan *social license to operate* masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan
- Mereduksi resiko bisnis perusahaan, oleh karena itu pelaksanaan program corporate social responsibility sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholder perlu mendapat perhatian.
- Melebarkan akses daya. Track record yang baik dalam pengelolaan corporate social responsibility merupakan

keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu meluluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

- e. Membentangkan akses menuju market
- f. Mereduksi biaya
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

a. Bidang Program Tanggung Jawab Social corporate

Menurut Iriantara (2007:61) bahwa “kita bisa melihat bagaimana ruang lingkup tugas yang bisa di jalankan seorang staff atau praktisi public relations dalam konteks tanggung jawab korporat dengan melihat bidang-bidang program tanggung jawab sosial”, bidang programnya antara lain.

- a. Komunitas dan masyarakat dengan memperkerjakan tenaga local, program pengembangan masyarakat
- b. Program-program karyawan seperti keberagaman di tempat bekerja (khusus dalam manajemen) dengan partisipasi dalam pengembalian keputusan
- c. Program penangan pelanggan/produk seperti program pelabelan – komunikasi dengan pelanggan berdasarkan standar perusahaan

Lebih lanjut Iriantara (2007:61) menyatakan, Kegiatan-kegiatan tanggung jawab social corporate antara lain :

- a. Memfasilitasi, melalui pemberian intensif bagi perusahaan untuk terlibat dalam agenda-agenda tanggung jawab sosial yang mendorong perbaikan sosial dan lingkungan
- b. Kemitraan, dengan mengembangkan kemitraan strategis antara pemerintah perusahaan dan masyarakat madani untuk menangani permasalahan-permasalahan sosial dan lingkungan yang kompleks
- c. Kesehatan dan pendidikan dengan memberikan pemahaman, pengetahuan tentang hal arti penting kebersihan dan kesehatan .

2.3. Pemberdayaan masyarakat

Zakiah menyatakan (2010 :44) Pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi

dalam berbagai pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya.

Sutoro eko, 2002 menyatakan Pemberdayaan sebagai proses mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan kekuatan penekan segala bidang dan sektor kehidupan

Permendagri RI nomor 7 tahun 2007 pasal 11 ayat 8 tentang kader pemerdayaan masyarakat adalah suatu strategy yang digunakan dalam pembangunan masyarakat sebagai upaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirin dalam kehidupan masyarakat berbangsa dan bernegara

Tujuan dari pemberdayaan menurut Hamidah (2005 59-60) adalah “menuju pada keadaan atau hasil yang ingin, dicapai oleh lembaga social yaitu masyarakat yang berdaya memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik bersifat fisik, ekonomi, maupun social seperi memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan insoirasi, memiliki mata pencahrian dan berpartisipasi dalam kegiatan social

2.4 Kebun Gizi

Kebun gizi menurut Citasehat foundation merupakan perkebunan dengan konsep tumbuhan yang ditanam memiliki nilai gizi bagi manusia. program ini memanfaatkan lahan sebagai akses pemenuhan gizi keluarga. Yang harapannya dengan program ini semakin banyak masyarakat yang bisa mengkonsumsi makanan bergizi (minimal sayur & Buah).

Lebih lanjut citasehat foundations menjelaskan Target Kebun Gizi yaitu Memiliki kebun gizi yang mandiri & di kelola oleh masyarakat, Meningkatnya konsumsi makan sayur dan buah, Masyarakat merasa mudah dalam mengkonsumsi sayur & buah.

Salah satu system yang digunakan dalam pengelolaan kebun gizi yaitu dengan system hidroponik.

Menurut infoagribisnis.com hidroponik adalah cara menanam tanaman dengan air tanpa menggunakan tanah

III. METODE PENELITIAN

Metodologi pada penelitian ini yaitu metode studi kasus. Menurut Kriyantono (2006 : 66) metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

Mulyana (2001:201) study kasus periset bertujuan memberikan uraian yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Karena itu study kasus memiliki ciri :

1. *Partikularistik* : artinya studi kasus berfokus pada situasi, peristiwa, program atau fenomena tertentu
2. *Deskriptif*. Hasil akhir metode ini adalah deskriptif detail dari topic yang dipilih
3. *Heuristic* metode study kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti, interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
4. *Induktif* Study kasus berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan kedalam konsep atau teori.

Data yang diperoleh akan di analisis secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis kemudian di tarik kesimpulan.

Pawito (2008:102) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretative tentang realitas atau gejala yang diteliti secara holistic dalam setting tertentu, disini dikandung arti bahwa temuan apapun yang di hasilkan pada dasarnya bersifat terbatas pada kasus yang di amati. Oleh karena itu, prinsip berfikir induktif lebih menonjol dalam penarikan kesimpulan dalam penelitian komunikasi-kualitatif.

Metode kualitatif menurut Bogdan & Taylor dalam Ruslan (2010:215) diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang di kaji dari sudut pandang yang utuh komprehensif dan holistic

Moleong (2002:11) mengemukakan bahwa salah satu karakteristik dalam penelitian kualitatif adalah deskriptif. Dalam hal ini data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang di kumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

Data yang di ambil peneliti dalam penulisan ini dapat melalui study kepustakaan atau sumber tertulis (*library research*)

IV. PEMBAHASAN

PT Sharp Electronics Indonesia terus meningkatkan kontribusinya terhadap lingkungan dan masyarakat melalui beragam program Corporate Social Responsibility. Pada bulan Agustus 2016, Sharp Indonesia meluncurkan program CSR yang berbasis pemberdayaan masyarakat bernama 'Kebun Gizi Sharp' berkerja sama dengan rumah zakat.

Direktur Program Rumah Zakat Heni Widiastuti, Menyatakan bahwa Rumah Zakat merasa senang dapat bekerjasama dengan Sharp yang memiliki perhatian khusus terhadap masalah gizi dan berharap program ini dapat berjalan terus dan dapat dilaksanakan di daerah lain.

Untuk tahap pertama, kebun gizi sharp dilaksanakan di Dusun Pajaten RT 04/RW 02, Desa Sirmabaya, Karawang, Jawa Barat. Program ini merupakan apresiasi PT Sharp Electronics Indonesia kepada penduduk desa yang terletak di ring 1 pabrik di Karawang. program Kebun Gizi ini akan meningkatkan kesehatan warga dan juga meningkatkan pengetahuan akan pentingnya mengonsumsi buah dan sayur dan mampu menjadi salah satu sumber penghasilan bagi warga.

Melalui program ini, Sharp Indonesia mengajak dan mengajarkan para warga dusun untuk melakukan penanaman sayur dan buah dengan system hidroponik. Pola tanam hidroponik yaitu budidaya menanam dengan memanfaatkan air tanpa menggunakan tanah dengan menekankan pada pemenuhan kebutuhan nutrisi bagi tanaman, menjadi pilihan. Hidroponik menggunakan air yang lebih efisien, sehingga cocok diterapkan pada daerah dengan pasokan air terbatas. Sayuran yang dihasilkan pun akan lebih terjamin kesehatannya.

Tujuan Program kebun gizi adalah untuk meningkatkan pola konsumsi sayuran dan buah guna memenuhi kebutuhan gizi masyarakat Indonesia dengan memberdayakan masyarakat dan sumber daya alam atau potensi setempat. Menggunakan pekarangan rumah warga sebagai kebun Sharp membangun Green House yang menjadi pusat pelatihan bagi warga. Kebun Gizi yang digagas Sharp, berisikan berbagai tanaman sayuran dan apotek hidup atau tanaman herbal.

Kebun Gizi Karawang PT. Sharp Electronics Indonesia melaksanakan panen sayuran hidroponik yang ketiga kalinya yang dihadiri oleh perwakilan PT. Sharp Electronic dan pihak manajemen Rumah Zakat Pusat.

Beberapa diantaranya perwakilan PT. Sharp Electronics Indonesia yang menghadiri kegiatan tersebut diantaranya Mr. Shigeo Noma selaku

Vice President Director, Mr. Haruiko Sano selaku General Manager Brand Strategy Group Division, bapak Unang Setio Senior selaku Manager HRD, bapak Sagoro Eddy, dan bapak Pandu Setio selaku Manager PR, CSR & Promotion. Sementara dari Rumah Zakat diwakili oleh bapak Rd. Herry Hermawan selaku Chief Operational Director, bapak Soleh Juarsah, bapak Aap Apipudin, bapak Indra, bapak Hafid F, dan Ibu Nur Aini.

Kegiatan panen diawali dengan pemaparan oleh bapak Hafid F yang memberikan penjelasan mengenai cara menanam sayuran dengan metode hidroponik dan cara memanen sayuran hidroponik kepada perwakilan manajemen PT. Sharp Electronics Indonesia.

Manajemen PT. Sharp Electronics Indonesia sangat antusias dan terkesan dengan sayuran hidroponik yang sudah siap panen karena sayurannya terlihat sangat segar dan besar. Pandu Setio selaku manager PR, CSR & Promotion PT. Sharp Electronics Indonesia sangat terkesan dengan kebun gizi ini, hasilnya sangat bagus dan Ke depannya, setelah kebun gizi ini semakin berkembang, sayuran yang dihasilkan bisa dijual serta masyarakat di sekitar kebun gizi juga sudah mampu menanam hidroponik di rumah masing-masing dan bisa dijual, kami berencana akan membuat kebun gizi di daerah pegunungan di Karawang.

Setelah panen selesai, perwakilan PT. Sharp Electronics Indonesia dan Rumah Zakat mencoba masakan tumis kangkung hidroponik yang sebelumnya telah dipetik sendiri di Kebun Gizi. Sayuran yang dipanen kali ini yaitu sawi caisin dan kangkung. Hasil panen langsung diserahkan sendiri oleh mitra kepada warga sekitar yang mengikuti kegiatan panen, kemudian sisanya akan dibagikan kepada warga sekitar kebun gizi yang tidak bisa hadir.

Eha salah seorang penggerak wanita Dusun Pajaten, Desa Sirnabaya, Karawang. menyampaikan bahwa banyak Manfaat yang di dapat dari program kebun gizi, selain memiliki kegiatan positif beliau dapat memanfaatkan sampah plastik jadi pot tanaman, serta pekarangan juga menjadi lebih hijau,

Haruhiko Sano, selaku General Manager Brand Strategy Group PT Sharp Electronics Indonesia Menyatakan bahwa Sharp bersama Rumah Zakat akan terus memantau serta memberikan pendampingan bagi warga desa, hingga akhirnya nanti mereka akan mandiri dan mampu menyebarkan pengetahuan kepada warga dusun lainnya.

Diharapkan melalui program ini Sharp Indonesia mampu meningkatkan kesehatan dan pengetahuan masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi sayuran serta membantu kesuksesan program

pemerintah Indonesia untuk mengurangi anak-anak penderita gizi buruk.



petugas Rumah Zakat sedang menjelaskan kepada warga mengenai cara menanam benih sayuran. (Foto: Dok. Sharp)

V. PENUTUP

PT Sharp Electronics Indonesia berkerja sama dengan Rumah Zakat melaksanakan corporate social responsibility melalui perberdayaan Masyarakat dengan tema Rumah Gizi dalam meningkatkan kualitas hidup dalam kehidupan masyarakat,

Kegiatan yang dilaksanakan berupa penanaman sayur dan buah dengan system hidroponik memanfaatkan pekarangan rumah warga sebagai kebun gizi Sharp membangun Green House yang menjadi pusat pelatihan bagi warga berikan berbagai tanaman sayuran dan apotek hidup Pada hakikatnya PT Sharp Electronics Indonesia dalam melaksanakan corporat social responsibility bertujuan untuk meningkatkan pola konsumsi sayuran dan buah guna memenuhi kebutuhan gizi masyarakat Indonesia dengan memberdayakan masyarakat dan sumber daya alam atau potensi setempat serta membantu kesuksesan program pemerintah Indonesia untuk mengurangi anak-anak penderita gizi buruk.

DAFTAR PUSTAKA

A.B. Susanto, CSR dalam Perspektif Ganda, Harian Bisnis Indonesia, 2 September 2007

A.B. Susanto, Memberikan Gerakan Hijau, Majalah Ozon, 5 Februari 2003.

Gibson CH. 1991 A concept analysis of empowerment.J. Adv. Nurs.

- Hamidah Lilik, membangun masyarakat memberdayakan rakyat bandung : refika Aditama 2005
- Iriantara Yosol, 2007, Community Relations, Konsep dan Aplikasinya, PT Remaja Rosdakarya, Offset Bandung.
- Kriyantono, Rachmat, 2006, Teknik Riset Komunikasi PT. Raja Grafindo Persada Jakarta
- Moleong, Lexy, J, 2002 Metode Penelitian Kualitatif, PT Remaja Rosda Karya, Bandung
- Pawito, 2008, Penelitian Komunikasi Kualitatif, LKIS, pelangi, Aksara, Yogyakarta.
- Permendagri RI no 7 tahun 2007 tentang kader pemberdayaan masyarakat bandung fokus media
- Proper alat ukur csr dikutip dari csr review, majalah bulanan vol 1. No 1, 2007, Jakarta
- Rodwell CM. 1996, An analysis of the concept of empowerment. J. Adv. Nurs.
- Ruslan, Rosady, 2011, Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi cetakan ke 5 rajawali pers Jakarta
- Sutoro eko, 2002 pemberdayaan masyarakat desa, materi diklat pemberdayaan masyarakat desa, yang diselenggarakan badan diklat propinsi kaltim, samarinda, desember 2002)
- Wibisono, yusuf, 2007, Membedah Konsep & Aplikasi CSR, Fasco Publishing, Gresik
- Zakiah, Pemberdayaan Perempuan oleh Lajnah Wanita, Jurnal Pengkajian Masalah sosial Keagamaan, XVII, 01 Januari-Juni 2010
- http://www.beritasatu.com/kesehatan/38202_9-dorong-peningkatan-kesehatan-masyarakat-lewat-kebun-gizi.html
- <http://citasehat.org/enironment/kebun-gizi/>
- <https://ekbis.sindonews.com/read/1134135/34/ata-si-masalah-gizi-sharp-indonesia-hadirkan-kebun-gizi-1472142207>
- <http://www.homelivingindonesia.com/articles/event/2570-sharp-luncurkan-kebun-gizi>
- <http://www.infoagribisnis.com/2015/05/cara-menanam-sayuran-hidroponik>
- <https://www.rumahzakat.org/warga-bahagia-sambut-panen-kebun-gizi-pt-sharp/>
- <https://www.sharp-indonesia.com/ind/csr>
- <http://www.radarcirebon.com/tanam-sayur-di-kebun-gizi-sharp.html>

Riwayat Penulis

Siti Qona'ah S. Sos. MM lahir di Bandung 26 Maret 1973 adalah dosen di Bina Sarana Informatika sejak bulan Mei 2007. Pendidikan S1 yang ditempuh di Fakultas komunikasi Jurusan Public Relations di Institut Ilmu Sosial dan Politik (IISIP) selesai pada tahun 1997. Saat ini beliau sudah menyelesaikan pendidikan Strata dua (S2) Magister Manajemen pada Universitas BSI Bandung pada tahun 2012. Sebelum aktif di dunia pendidikan beliau bekerja pada bidang Penelitian, Penyiaran dan Perbankan.