

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MENGENAI GEO WISATA
(Studi Kasus dalam Implementasian CSR PT Geo Dipa)**

**Mochamad Alfaizi Noor
Rizkhy^{1*}, Ahmad Nuruddin
Wahyu Utomo², Reza
Firmansyah³, Mohammad
Sahrial Sedi⁴.**
^{1,2,3,4} Prodi Sosiologi Universitas
Muhammadiyah Malang.

Article history

Received : 17 Juli 2022

Revised : -

Accepted : 5 Agustus 2022

*Corresponding author

Email : alfaiziwarrior48@gmail.com

No. doi: 10.24198/focus.v5i1.40755

ABSTRAK

Berbagai permasalahan terjadi di Indonesia, sebagian besar disebabkan oleh ulah manusia itu sendiri atau memang alam yang sudah mulai mengikis. Ulah manusia juga hadir dari beberapa perusahaan yang membuat adanya pencemaran lingkungan, udara dan lain sebagainya. Maka peran individu atau sebuah organisasi turut andil dalam menangani permasalahan di Indonesia. Dan dari sanalah lahir sebuah gagasan CSR. CSR merupakan komitmen usaha untuk beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dan tanggung jawab kemitraan dari karyawan dan keluarganya, pemerintah, perusahaan komunitas lokal, dan komunitas luas. CSR dapat dilakukan dengan pemberdayaan masyarakat setempat secara nyata yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar.

Kata kunci: CSR, Pemberdayaan Masyarakat, Geo Wisata

ABSTRACT

Various problems occur in Indonesia, mostly caused by the actions of humans themselves or indeed nature that has begun to erode. Human actions are also present from several companies that make environmental pollution, air and so on. So the role of individuals or an organization contributes to dealing with problems in Indonesia. And that's where the idea of CSR was born. CSR is a business commitment to operate legally and contribute to improving the quality of life and partnership responsibilities of employees and their families, governments, local community companies, and the wider community. CSR can do with the empowerment of the local community in real terms needed by the surrounding community.

Key word: CSR, Community empowerment, Geo Tourism

PENDAHULUAN

Hakikat pembangunan ialah proses perubahan yang berlangsung secara terencana, sadar, serta berkelanjutan. Oleh karena itu pembangunan merupakan tanggung jawab bagi seluruh umat manusia,

baik masyarakat, swasta dan pemerintah. (Disemadi & Prananingtyas, 2020)

Masyarakat merupakan unsur yang sangat penting dalam kehidupan sosial. masyarakat juga mempunyai peran yang sangat besar bagi keberlangsungan segala aspek yang berada untuk keberlangsungan

hidup manusia. Lingkungan masyarakat, tidak sebatas apa yang disebut *physical setting*, tetapi melintasi batas-batas keragaman pengalaman dan penampilan manusia (*different of human experience and performance*). Sedangkan keseluruhan pengalaman dan penampilan manusia itu dikemas ke dalam kebudayaannya. (Obaid, 2013)

Manusia memang ditunjuk oleh Tuhan sebagai pemimpin di muka bumi ini maka dari itu sudah menjadi kewajiban manusia untuk dapat mengatur segala tindak tanduk perbuatan. Segala keputusan yang diambil oleh manusia sangat berdampak bagi alam atau manusia lainnya. Tanggung jawab-tanggung jawab yang diberikan terhadap manusia untuk menjaga hubungan alam atau sosial sebenarnya sangat berguna untuk kebaikan dalam keberlangsungan hidup manusia agar tetap merasakan aman, nyaman, dan damai.

Dalam berbagai hubungan yang ada pada kehidupan sosial, masyarakat juga sering dihadapkan pada permasalahan-permasalahan sosial yang mengharuskan masyarakat untuk terus menambah pengetahuan baik dalam segi pembangunan dan pemberdayaan untuk meningkatkan daya guna potensi yang dimiliki oleh masyarakat. Pemberdayaan merupakan salah satu bentuk usaha untuk menguatkan dan memahami potensi-potensi yang ada dalam masyarakat.

Pemberdayaan menurut arti secara bahasa adalah proses, cara, perbuatan membuat berdaya, yaitu kemampuan untuk melakukan sesuatu atau bertindak yang berupa akal, ikhtiar atau upaya. (Undang-undang Republik Indonesia nomor 20, 2003). Masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu, yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. (Koentjaraningrat, 2009)

Dalam beberapa kajian mengenai komunitas, pemberdayaan masyarakat sering dimaknai sebagai upaya untuk memberikan kekuasaan agar suara mereka didengar guna memberikan kontribusi kepada perencanaan

dan keputusan yang memengaruhi komunitasnya. (Foy, 1994)

Secara konseptual pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari kata *power* yang berarti kekuasaan atau keberdayaan. Konsep pemberdayaan berawal dari penguatan modal sosial di masyarakat, yang meliputi penguatan-penguatan modal sosial. Kepercayaan (*trusts*), Patuh Aturan (*role*), dan Jaringan (*Networking*) memiliki modal sosial yang kuat maka kita akan mudah mengarahkan dan mengatur masyarakat serta mudah mentransfer pengetahuan kepada masyarakat.

Pemberdayaan merujuk pada peningkatan kemampuan individu khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam beberapa hal :

Dapat memenuhi kebutuhan dasarnya, sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas dalam mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan.

Menjangkau sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatnya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan, Berpartisipasi, dalam proses pembangunan dan keputusan yang memengaruhi mereka. (Suharto, 2005)

Pengembangan masyarakat tidak hanya sebatas teori tentang bagaimana mengembangkan daerah pedesaan tetapi memiliki arti yang memungkinkan adanya pengembangan di tingkat masyarakat. Pembangunan dan pengembangan masyarakat seharusnya mencerminkan tindakan masyarakat atas identitas diri. Oleh karena itu, komitmen untuk pengembangan masyarakat harus mengenali keterkaitan antara individu dan masyarakat di mana mereka berada. (Jimu, 2008)

Negara Indonesia salah satu negara yang memiliki beragam kekayaan sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan serta dilestarikan demi berkembangnya segala aspek masyarakat itu sendiri. Salah satu

potensi yang dimiliki oleh negara Indonesia ialah dalam aspek pariwisata. Salah satu pariwisata yang dapat dikembangkan di Indonesia ini adalah geo wisata.

Letaknya sangat strategis membuat Indonesia memilikik kekayaan sumber daya alam yang sangat besar, terutama kekayaan alam non hayatinya, keanekaragaman fenomena geologi yang membentang dari Sabang sampai Marauke. Bentang alam yang pegunungan yang sangat indah beserta segala bentukan khas geologinya yang unik merupakan segala bentuk potensi alam yang dimiliki. (H. Hermawan, 2016)

Istilah geowisata berasal dari kata dalam bahasa Inggris yaitu *geotourism*. Merupakan gabungan dari dua kata yaitu *geo* yang bermakna bentuk geografis, geomorfologi dan juga sumber daya alam lainnya, dan *tourism* atau pariwisata yang bermakna kunjungan ke kawasan wisata untuk apresiasi dan pendidikan. (H. Hermawan & Ghani, 2018)

Geowisata (*geotourism*) merupakan pariwisata minat khusus dengan memanfaatkan seluruh potensi sumber daya alam, sehingga diperlukan peningkatan pengayaan wawasan dan pemahaman proses fenomena fisik alam. (Nainggolan, 2016) Geowisata adalah pendekatan holistik untuk pariwisata berkelanjutan yang berfokus pada semua yang dapat didefinisikan untuk menciptakan pengalaman perjalanan yang otentik (Stokes, A. M., Cook, S. D., & Drew, 2003)

Geowisata merupakan bentuk pemanfaatan yang dilakukan pemerintah ataupun masyarakat terhadap kekayaan alam yang dimiliki masyarakat Indonesia, senada dengan teori *Deep Ecology* yang melihat dunia sebagai kumpulan objek-objek yang terisolasi sebagai suatu jaringan fenomena yang saling terhubung dan saling ketergantungan secara fundamental. (Satmaidi, 2015)

Pemberdayaan, pengembangan masyarakat dapat dilakukan oleh siapapun yang mempunyai power dan kekuasaan untuk mengembangkan masyarakat guna menambah pengetahuan masyarakat dalam memanfaatkan potensi yang dimilikinya.

Salah satu pihak yang dapat melakukan adalah perusahaan yang memang berada disekitar masyarakat, mereka dapat memberikan pemberdayaan, pengembangan kepada masyarakat pada aspek penambahan pengetahuan dan pemanfaatan potensi yang dimiliki masyarakat. dalam menyelesaikan pelaksanaan tanggung jawab *Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis (Marnelly, 2012). Perusahaan ketika melaksanakan program CSR maka akan memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan, seperti yang dikatakan Eka Tjipta Foundation, CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) dan citra perusahaan (Widjaja & Pratama, 2008). Dari pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh sebuah perusahaan maka hal itu memberikan keunggulan bagi perusahaan itu sendiri, karenanya pada era ini masyarakat yang sudah memikirkan bukan hanya kepada harga tetapi yang berdampak baik bagi masyarakat luas. Meningkatnya citra perusahaan akan memiliki implikasi strategis bagi perusahaan itu sendiri karena reputasi yang baik merupakan salah satu keunggulan yang kompetitif. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan yang diambil pelaku bisnis atau pemangku kepentingan melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab kepada masyarakat. Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, pelaku bisnis atau perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan, hal ini difokuskan sebagai kegiatan yang berkesinambungan dan salah satu cara untuk mencegah krisis, yaitu dengan

peningkatan reputasi atau image (Yustisia Ditya Sari, 2013)

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting) disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitiandi bidang antropologi budaya, disebut sebagai penelitian kualitatif. (Sugiyono, 2017) Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini sebagai upaya mendeskripsikan bagaimana pemberdayaan masyarakat berbasis dalam permasalahan lingkungan. Penelitian jenis deskriptif menyajikan suatu gambaran yang terperinci tentang satu situasi khusus, setting sosial atau hubungan. Banyak temuan penelitian dalam jurnal yang digunakan untuk membuat putusan kebijakan adalah deskriptif. (Silalahi, 2010) Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data dengan studi kepustakaan (melalui jurnal, buku, maupun berita) dan kajian teoritis pada penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dan dianggap relevan dengan permasalahan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi Hasil dan Pembahasan

Masyarakat dan perusahaan merupakan sebuah unsur penting dalam negara. Masing-masing dari keduanya memiliki kontribusi terhadap pembangunan dalam negara. Perusahaan dan masyarakat hidup saling berdampingan, oleh karena itu perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang biasa disebut sebagai CSR (Corporate Social Responsibility). Segala aktivitas perusahaan dapat berakibat positif atau negatif bagi masyarakat, tergantung bagaimana perusahaan tersebut dapat bertanggung jawab dan mengimplementasikan nilai-nilai CSR yang di anut oleh perusahaan. Perusahaan yang ada di sekitar wilayah masyarakat juga memiliki

tanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat disekitarnya.

PT. Geo Dipa Energi merupakan perusahaan yang senantiasa berusaha untuk mengimplementasikan nilai-nilai CSR kedalam aktifitas dan prinsip perusahaannya. Dalam melakukan program CSR-nya, PT. Geo Dipa memiliki empat pilar program community development yaitu GDE Peduli, GDE Maju, GDE Pintar, GDE Hijau. GDE Peduli merupakan komunikasi pada para pihak yang terkait dalam rangka meningkatkan citra perusahaan berupa sosialisasi kegiatan pekerjaan, penyuluhan ke sekolah-sekolah, beasiswa. GDE Maju berkaitan dengan pelayanan masyarakat atau kepentingan umum berupa pembangunan sarana dan infrastruktur, perayaan hari raya, sponsorship, sembako murah. GDE Pintar merupakan program yang memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandirian berupa: pemberdayaan masyarakat dalam mengelola kopi dan pohon aren, pemberdayaan masyarakat mengenai Geo wisata dan studi banding. GDE Hijau penanaman dan kegiatan pemeliharaan pohon yang dilakukan untuk membantu lingkungan dalam pemulihan dampak aktivitas manusia berupa program penanaman 10.000 pohon.

Kajian ini berfokus pada bagian program CSR PT. Geo Dipa yaitu GDE Pintar yang memfokuskan pada kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam geowisata dan studi banding. Demi mengimplementasikan kegunaan dan kewajiban perusahaan terhadap masyarakat maka PT. Geo Dipa Energi melakukan salah satu kewajibannya terhadap masyarakat dengan tujuan menyejahterakan masyarakat sekitar dengan cara pemberdayaan masyarakat mengenai geowisata dan studi banding.

Corporate Social Responsibility sendiri ialah program kebijakan perusahaan yang berbicara tentang korelasi antara masyarakat dan industri, dimana hal ini merupakan salah satu komitmen bisnis yang berperan untuk melakukan pembangunan ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari cara perusahaan mencoba

menciptakan komunikasi sosial dengan masyarakat sekitar guna meningkatkan kualitas hidup mereka dengan cara-cara yang baik bagi kegiatan dan pengembangan perusahaan.

GDE juga kembali meraih penghargaan dibidang CSR dari Majalah Top Business, kategori TOP CSR 2022. Penghargaan tersebut diberikan Top Business pada gelaran yang mengusung tema *Being a Responsible Company is the Key Strategy for Business Sustainable Growth* (Menjadi Perusahaan yang bertanggungjawab, yang merupakan kunci strategi untuk pertumbuhan bisnis berkelanjutan). (Albarsyah, 2022) GDE juga mendapatkan penghargaan kategori *Top Team Work on Implementing CSR* 2022, dimana GDE mendapatkan penghargaan tertinggi secara berturut-turut setelah tahun sebelumnya juga mendapatkan penghargaan untuk kategori yang sama. Top CSR Awards bukan hanya sekadar kegiatan penilaian dan pemberian penghargaan semata, namun didalamnya ada banyak proses penggalan nilai dari kegiatan perusahaan yang menjadi pembelajaran bersama untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pelaksanaan kegiatan CSR perusahaan. GDE yang telah bekerja keras dan bekerja cerdas dalam menjaga lingkungan dan mendorong program UMKM untuk terus dapat menyelenggarakan event yang berkualitas sesuai tuntutan bisnis dunia, yang bisa meningkatkan standarisasi perusahaan Indonesia kedepannya. (Energi, 2022)

Tidak hanya itu GeoDipa salurkan bantuan penunjang kegiatan belajar melalui program “Beasiswa Inspiratif GeoDipa” untuk 30 peserta didik yang berdomisili di Kabupaten Banjarnegara, Wonosobo dan Batang. Program tersebut merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam menjalankan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan untuk membentuk penguatan SDM dan pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) dalam meningkatkan kualitas pendidikan di sekitar wilayah kerja perusahaan. GeoDipa berusaha untuk selalu hadir memberikan manfaat yang seluas-

luasnya bagi masyarakat sekitar wilayah kerja perusahaan, salah satunya adalah melalui program beasiswa ini. GeoDipa bekerja sama dengan Yayasan Inspirasi Anak Bangsa serta Pemerintah melalui Dinas-Dinas terkait dalam meimplementasikan program ini.

Tahapan dan Implementasi

PT. Geo Dipa Energi, yang merupakan perusahaan joint venture antara PLN dan Pertamina, memperoleh kepemilikan untuk mengusahakan panas bumi di Dataran Tinggi Dieng sejak Agustus 2001. PT. Geo Dipa Energi Unit Dieng memiliki beberapa lokasi, sehingga perusahaan ini tidak memiliki luas area yang sesungguhnya, antara lokasi satu ke lokasi lainnya saling berjauhan. Kompleks PLTP Dieng Unit 1 terletak di 2 kecamatan, yaitu Kecamatan Batur (Kabupaten Banjarnegara) dan Kecamatan Kejajar (Kabupaten Wonosobo), meliputi areal seluas 107.351,995 hektare. Adapun energi listrik yang dihasilkan PLTP Geo Dipa Energi Dieng sebesar 60 MW yang setara dengan kebutuhan steam 400.000 kg/jam yang dipasok oleh 8 sumur produksi dari kemampuan maksimum produksi steam sebesar 1.277 ton/jam atau setara dengan 103,11 MW. (Priatna, 2015)

Keberadaan PLTP tersebut bisa menjadi wahana berkembangnya wisata edukatif. Hal tersebut misalnya mengemuka saat Kelompok Sadar (Pokdarwis) Wisata Dieng Pandawa bekerja sama dengan PT. Geo Dipa Dieng mengadakan pelatihan pemandu wisata bagi warga Desa Dieng Kulon, Pawuhan, dan Karangtengah (Kabupaten Banjarnegara), Desa Sembungan dan Jojogan (Kabupaten Wonosobo), dan Desa Rejosari (Kabupaten Batang). Program diwujudkan dengan melaksanakan beberapa kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan secara terpadu sejak Agustus hingga Desember 2020 ini. Semua program CSR disalurkan untuk kepentingan masyarakat Dieng.

Pengimplementasian program CSR yang dilakukan dapat dianalisa dengan teori ekosentrisme (deep ecology). Deep ecology memandang bahwa manusia merupakan bagian dari alam, oleh karenanya manusia harus bisa hidup berdampingan dengan alam.

Naess menyebutkan bahwa setiap organisme (termasuk juga manusia dan lingkungan hidup yang ada merupakan satu kesatuan dalam satu gambaran ekosistem dengan masing-masing nilai intrinsik yang melekat di dalam dirinya. (S. Hermawan, 2021)

Menuntut manusia untuk senantiasa merawat alam agar terjaminnya keberlanjutan kehidupan manusia dan makhluk lainnya di dunia ini. Karena jika manusia salah dalam memahami tentang hubungan dirinya dan alam maka merekalah yang akan mengalami kerugian. Dalam konteks pengelolaan lingkungan hidup, kekeliruan cara pandang manusia yang menganggap dirinya bukan merupakan bagian dari alam atau bagian dari keseluruhan ekosistem menyebabkan manusia tidak menyadari bahwa kerusakan ekologi akibat pengelolaan lingkungan hidup yang terlalu bertumpu pada kepentingan manusia (antroposentris) pada akhirnya berhadapan dengan diri manusia itu sendiri. Selain manusia dapat memelihara kehidupannya melalui program ini PT. Geo Dipa Energi mengajak masyarakat agar dapat mengembangkan potensi Geowisata dalam rangka memanfaatkan kekayaan alam yang dimiliki masyarakat sekitar, dengan pemberdayaan masyarakat itulah mereka dapat mengerti bagaimana cara agar dapat memanfaatkan alam tanpa merusak justru malah merawat dan melestarikan alam sekitar. Maka akan timbulah kesadaran pada masyarakat tentang pentingnya merawat alam.

KESIMPULAN

Program CSR PT. Geo Dipa masuk kedalam dalam kelompok GDE Pintar dengan program pemberdayaan masyarakat Geowisata dan studi banding merupakan komitmen perusahaan untuk menciptakan lingkungan hidup dan sosial menjadi lebih baik. Hal tersebut merupakan salah satu dari CSR. Program tersebut sejalan dengan konsep sustainable development sekaligus, GDE pintar dengan pemberdayaan masyarakatnya pula dapat merubah pola pikir atau pandangan masyarakat terhadap pemaknaan tentang alam dan dirinya. Program ini harus

tetap berlanjut dan meningkatkan intensitas pemberdayaan masyarakat untuk dapat terus merubah pandangan masyarakat dan kemampuan masyarakat dalam pengelolaan alam di bidang geowisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Albarsyah. (2022). GDE Raih Penghargaan Bintang 5 CSR. *TopBusiness*. opbusiness.id/62215/gde-raih-penghargaan-bintang-5-csr.html
- Undang-undang Republik Indonesia nomor 20, (2003).
- Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2020). Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.25072/jwy.v4i1.328>
- Energi, G. dipa. (2022). *Dua Kalli Raih Penghargaan Tertinggi Bidang CSR, Bukti GeoDipa Berhasil Berikan Manfaat Yang Berkelanjutan*. geodipa.co.id. <https://www.geodipa.co.id/dua-kali-raih-penghargaan-tertinggi-bidang-csr-bukti-geodipa-berhasil-berikan-manfaat-yang-berkelanjutan/>
- Foy, N. (1994). Foy, Nancy. (1994). *Empowering People at Work*, London: Grower Dalam Prasetyo Peternakan, 2015. *Konsep dan Teori Pemberdayaan Masyarakat*,. Company.
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal pariwisata*, 105-117.
- Hermawan, H., & Ghani, A. Y. (2018). *GEOWISATA Solusi Pemanfaatan Kekayaan Geologi yang Berwawasan Lingkungan*.
- Hermawan, S. (2021). *Demokrasi Lingkungan Hidup* (1 ed.). Setara Press.
- Jimu, M. I. (2008). *Community Development. Community Development: A Cross-Examination of Theory and Practice Using Experiences in Rural Malawi*. *Africa Development*, Vol. XXXIII, No. 2, 2008,

- pp. 23–3. Dalam Prasetyo Peternakan, 2015. *Konsep dan Teori Pemberdayaan Masyarakat, Dal.*
<https://prasfapet.wordpress.com/2015/05/07/konsep-dan-teoripemberdayaan-%0Amasyarakat/>
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. RinekaCipta.
- Marnelly, T. R. (2012). Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 49–59.
- Nainggolan, R. (2016). Informasi Geologi Lingkungan Berbasis Partisipasi Masyarakat sebagai Kawasan Geowisata Danau Toba di Kabupaten Samosir. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 22–28.
- Obaid, M. Y. (2013). Religiusitas Lembaga Pendidikan yang Berwawasan Lingkungan. *Jurnal Al-Ta'dib*, 6(1), 137–149.
<https://ejournal.iainkendari.ac.id>
- Priatna. (2015). *Panas Bumi Dieng* (hal. 35–36). Geomagz.
- Satmaidi, E. (2015). *Konsep Deep Ecology dalam Pengaturan Hukum Lingkungan* (Vol. 4).
- Silalahi, U. (2010). *Metode penelitian sosial* (A. Gunarsa (ed.); 2 ed.). Refika Aditama.
- Stokes, A. M., Cook, S. D., & Drew, D. (2003). *Geotourism: The New Trend in travel. Travel Industry America and National Geographic Traveler*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (26 ed.). Alfabeta.
- Suharto, E. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Refika Aditama.
- Widjaja, G., & Pratama, Y. (2008). *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR* (1 ed.). Forum Sahabat.
- Yustisia Ditya Sari. (2013). Implementasi Corporate Social Reponsibility (CSR) Terhadap Sikap Komunitas Pada Program Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIK)*, Vol. 3 (No, 106–130.
<http://repository.petra.ac.id/16749/>