

Implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan

Munzir ^{1,*}, Tutri Hanggari Citra Rini ¹, Mariya Aziz ²

¹ Akuntansi; Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong; Jl. KH. Ahmad Dahlan No.1, 08114831212; e-mail: tutrihanggari@gmail.com

² Ilmu Hukum; Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong; Jl. KH. Ahmad Dahlan No.1 08114831212; e-mail: mariyaaziz@gmail.com

* Korespondensi: Munzir, e-mail: munzirpahlevima@gmail.com

Diterima: 08/08/21; Review: 15/09/21; Diterima: 01/10/21

Cara citasi: Munzir, Tutri Hanggari Citra Rini dan Mariya Aziz. 2021. Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan. Balance Vocation Accounting Journal. Vol 5 (1) : halaman : 1-11

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Inti Kebun Sejahtera terhadap citra perusahaan dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program statistik SPSS versi 23, maka diperoleh hasil sebagai berikut: Nilai *Adjust R Square* (R^2) sebesar 0,785, berarti bahwa ke tiga variabel *Corporate Social Responsibility* PT. IKS (Inti Kebun Sejahtera) yaitu dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan secara bersama-sama berpengaruh sebesar 78,5% terhadap citra perusahaan Sedangkan sisanya sebanyak 21,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil analisis uji F diperoleh nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,050, berarti bahwa secara simultan ke tiga variabel *Corporate Social Responsibility* PT. Inti Kebun Sejahtera yaitu dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Hasil analisis uji t diperoleh hasil bahwa dari ke tiga variabel *Corporate Social Responsibility* PT. IKS (Inti Kebun Sejahtera) yaitu dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan.

Kata kunci: CSR, Citra perusahaan.

Abstract: This study aims to determine the impact of the implementation of *Corporate Social Responsibility* PT. Inti Kebun Sejahtera on corporate image by using multiple linear regression analysis method. Based on the results of the analysis using the SPSS version 23 statistical program, the following results were obtained: The value of *Adjust R Square* (R^2) was 0.785, meaning that the three *Corporate Social Responsibility* variables of PT. IKS (Inti Kebun Sejahtera), namely the economic dimension, social dimension and environmental dimension together have an effect of 78.5% on the company's image while the remaining 21.5% is influenced by other factors not examined. The results of the F test analysis obtained a significant value of 0.000 which is smaller than 0.050, meaning that simultaneously the three variables of *Corporate Social Responsibility* of PT. The nucleus of Kebun Sejahtera, namely the economic dimension, social dimension and environmental dimension together have a significant effect on the company's image. The results of the t-test analysis showed that of the three variables *Corporate Social Responsibility* PT. IKS (Inti Kebun Sejahtera), namely the economic, social and environmental dimensions have a significant effect on the company's image.

Keywords: CSR, Corporate image.

1. Pendahuluan

Dalam ketetapan World Summit on Sustainable Development (WSSD) di Johannesburg, Afrika Selatan 2002 untuk mengumpulkan semua perusahaan di dunia ini dalam rangka melakukan perbaikan yang berkelanjutan (*sustainable development*) merupakan makna dari *Corporate Social Responsibility*. Peran CSR dapat dilihat dari usaha untuk melakukan *good corporate governance*, *good corporate citizenship* dan *good business ethics* dari suatu substansi bisnis. Dengan tujuan agar organisasi tidak cukup hanya memikirkan kepentingan *investor* (pemilik modal), namun juga memiliki arah untuk memenuhi kepentingan seluruh *stakeholders* (Lihat, misalnya: Amba-Rao, 1993; Anderson, Jr, 1989; Kim, 2000; dan Raynard dan Forstater, 2002).).

Secara legitim, tanggung jawab sosial perusahaan telah dituangkan dalam UU No. 40 Tahun 2007, tentang Perseroan Terbatas, Bab V, Pasal 74. Pasal ini menjelaskan tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan untuk realitas mereka dalam kegiatan bisnis. Saat ini, menghadapi pengaruh globalisasi, mendorong inovasi data, dan penerimaan pasar, perusahaan harus benar-benar fokus pada CSR. Untuk melindungi perusahaan dari berbagai risiko, kehilangan rekan kerja dan bahaya terhadap citra perusahaan (*brand risk*) tidak cukup hanya tunduk pada undang-undang dan pedoman.

Faktor-faktor yang menekan publik dan di seluruh dunia akan terus mempengaruhi perilaku bisnis perusahaan. Faktor pendorong ini antara lain datang dari investor, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), rekan (terutama dari negara-negara yang wilayah bisnisnya sensitif terhadap CSR) dan pendukung yang memperjuangkan premi publik (*public inter est lawyers*). (Lihat Appplerle, 1990; Baron., 1996; dan Drucker, 1984). Untuk situasi ini CSR adalah tanggung jawab perusahaan atau dunia bisnis untuk menambah peningkatan keuangan yang layak dengan berfokus pada tanggung jawab sosial perusahaan dan memusatkan perhatian pada keselarasan antara pertimbangan moneter, sosial dan ekologi (Untung, 2008:1).

Ini tidak diragukan lagi sangat jauh dari keyakinan dan tujuan dari peranan CSR perusahaan dalam aktivitas publik. Sesuai Kim (2000) tindakan CSR perusahaan dapat dibedakan dalam tujuan yang berbeda, khususnya hukum, ekonomi, moral, dan filantropi. Meskipun demikian, tujuan ini bagaimanapun juga dapat diciptakan sesuai dengan kondisi nyata lokal yang diidentifikasi dengan faktor-faktor mendesak yang terjadi dalam kehidupan individu. Sangat mungkin tujuan CSR yang paling mengerikan, khususnya di negara-negara agraris, adalah untuk bekerja pada sifat pelatihan yang

didanai negara. Oleh karena itu, pelaksanaan CSR di Indonesia pada dasarnya dapat ditujukan untuk memperkuat ekonomi individu yang bergantung pada usaha kecil dan menengah dan bekerja pada sifat SDM daerah melalui bekerja pada kantor dan kerangka instruktif.

PT. Inti Kebun Sejahtera (IKS) yang terletak di Kelasari Kecamatan Moi Sign Kabupaten Sorong merupakan binaan dari KLIB (Kayu Lapis Indonesia Group) dimana KLIB merupakan perusahaan pembalakan kayu terbesar di Papua dengan penguasaan lahan hutan seluas 1,4 juta ha . Wilayah konsesi KLIB tersebar di beberapa wilayah di Papua. Ada dua macam minyak sawit yang disiapkan oleh PT. IKS (Inti Kebun Sejahtera) yang terlebih dahulu diambil dari biji produk alam kelapa sawit atau biasa disebut inti sawit yang diolah menjadi minyak kelapa yang dapat diterima. Kedua, dari daging atau kulit buah kelapa sawit yang diolah menjadi minyak kelapa, yang hasilnya tidak sebesar bagian sawit. Kedua langkah penyiapan kelapa sawit tersebut masih berupa minyak mentah yang nantinya akan di distriusikan dengan masyarakat perkotaan yang akan mengolahnya.

Didirikan sejak September 2012 dengan luas perkebunan kurang lebih 10.000 Ha. Wilayah perkebunan terdiri dari enam peternakan, yang masing-masing dipimpin oleh ketua perkumpulan yang mengisi sebagai kepala dan direktur spesialis/pekerja di setiap perkebunan masing-masing. Masing-masing dari perkebunan kelapa sawit ini juga dipisahkan menjadi beberapa blok yang telah ditentukan untuk mempermudah pengerjaan serta pengawasan kelapa sawit. Tenaga ahli/pekerja perkebunan kelapa sawit yang dimiliki oleh PT. IKS (Inti Kebun Sejahtera) umumnya adalah penduduk yang berdomisili di wilayah Katimin yang letaknya tidak jauh dari perkebunan kelapa sawit.

Mengingat kewajiban dan tanggung jawab sosial sebagaimana dituangkan dalam Undang-Undang, PT. IKS secara konstan dan otomatis menjalankan gagasan CSR dalam menjalankan bisnisnya pengurus. Secara garis besar, teknik pelaksanaan CSR PT. IKS mencakup beberapa wilayah di sekitar organisasi. Daerah inklusi dipisahkan menjadi 3 ring (zona), khususnya ring I yang meliputi wilayah di sekitar organisasi, ring II yang meliputi wilayah di luar ring I, dan ring III yang meliputi wilayah di luar ring I dan ring II. Teknik pengembangan berbasis lokal ini juga didukung oleh berbagai jenis latihan sesuai dengan kualitas kegiatan setiap distrik, seperti administrasi publik di bidang kesejahteraan, agama dan pendidikan.

Meskipun demikian, dapat dipahami bahwa unsur-unsur kemajuan keadaan perusahaan saat ini berjalan sangat cepat sehingga memerlukan berbagai perkembangan dan manifestasi dari pelaksanaan CSR yang dapat dirasakan secara ideal di daerah setempat. Unsur-unsur keadaan perusahaan saat ini, seperti adanya tuntutan otonomi daerah, sehingga harapan/cita-cita citra perusahaan menjadi semakin tinggi. Sejujurnya, batas pemerintah daerah masih dibatasi oleh hambatan anggaran lokal untuk pembangunan secara menyeluruh. Disinilah peran CSR perusahaan, khususnya PT. IKS, untuk melakukan kapasitas sosial di luar kegiatan inti perusahaan, sehingga kepentingan masyarakat yang lebih luas dapat terpenuhi sebanyak yang diharapkan, dengan tujuan agar citra organisasi dapat meningkat.

Untuk situasi ini, peran manajemen sangat penting dengan tujuan akhir untuk menggambarkan berbagai proyek dan kegiatan dalam CSR PT. IKS, sehingga terjalin hubungan mutualisme yang menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat setempat yang lebih luas. Akhirnya, kegiatan program yang berbeda dalam kegiatan CSR PT. IKS diandalkan untuk membangun kepercayaan publik atau gambaran besar perusahaan. Melihat gambaran di atas, penting untuk melakukan penelitian tentang dampak implementasi program CSR terhadap citra perusahaan.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan deskriptif dan analitik dengan menggunakan pendekatan *cross sectional*. Penggunaan desain ini dimaksudkan untuk menggambarkan dampak antara berbagai faktor CSR keuangan, pengukuran sosial dan pengukuran ekologi pada gambaran perusahaan. Metodologi *cross sectional* digunakan karena berbagai informasi dari dua faktor dikumpulkan dan diperkirakan secara bersamaan ketika eksplorasi dipimpin. Dilihat dari karakteristik dan rumusan masalah saat ini, penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, yaitu semacam eksplorasi yang mencoba memperjelas hubungan antar variabel. Dalam pembahasan tersebut, metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan analitik. Metode ini dilengkapi dengan menggambarkan fenomena saat ini dan kemudian mengarahkan penelitian untuk memperjelas fenomena yang terjadi yang didalamnya terdapat hubungan antara faktor-faktor.

Penelitian ini akan dilakukan di lingkungan kawasan industri PT. IKS, Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat. Periode observasi dilakukan terhadap objek

penelitian dalam waktu 2 bulan, khususnya pada bulan Oktober 2020 - Desember 2020. Hal ini bergantung pada pertimbangan untuk mendapatkan data yang valid yang diidentifikasi dengan implementasi program CSR PT. IKS di Kabupaten Sorong.

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang artinya bahwa itu ditentukan dengan mempertimbangkan tujuan penelitian tergantung pada langkah-langkah yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan tujuan agar sampel yang diambil dalam penelitian ini dapat ditujukan kepada masyarakat, maka dapat ditentukan jumlah sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 1999). Berdasarkan persamaan di atas dan 5% ruang ketidaktepatan, maka menunjukkan bahwa tingkat keyakinan sampel yang mewakili populasi adalah 95%, sehingga sampel penelitian yang diperlukan adalah responden. Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh besarnya sampel penelitian adalah 122 orang.

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, model estimasi terhadap pengaruh variabel CSR terhadap citra perusahaan dapat dituliskan dengan persamaan regresi linier berganda berikut:

$$Y_t = a + b_1X_{1t} + b_2X_{2t} + b_3X_{3t} + e_t$$

Dimana:

Y = variabel citra perusahaan

a = besarnya intersep atau konstanta

X1 = variabel dimensi ekonomi

X2 = variabel dimensi sosial

X3 = variabel lingkungan

b1–b3 = besarnya koefisien dari variabel X1, X2 dan X3

e = standar error atau kesalahan pengganggu

Penggunaan analisis regresi linier berganda dengan tujuan untuk memperoleh nilai prakiraan yang tidak memihak. Maka penelitian harus memenuhi asumsi-asumsi klasik yang mendasari model regresi, antara lain: asumsi normalitas, analisis

multikolinieritas analisis heteroskedastisitas uji dan asumsi autokorelasi (Gujarati, 1999: 173; Ghozali, 2001: 75).

3. Hasil dan Pembahasan

Implementasi program CSR bertujuan untuk mewujudkan peningkatan citra perusahaan. Sejak awal, tanggung jawab PT. IKS dalam menjaga keseimbangan dan keharmonisan hubungan dengan masyarakat sangat solid. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan kegiatan sosial kemasyarakatan yang dilancarkan oleh perusahaan tersebut yang mendapat apresiasi positif dari daerah setempat.

Berdasarkan analisis statistik yang dilakukan dapat diketahui seberapa besar pengaruh CSR PT. PT. IKS dalam meningkatkan citra perusahaan. Hasil analisis statistik tersebut dapat dituliskan pada persamaan berikut:

$$Y = 0,112 + 0,280X1 + 0,179X2 + 0,499 X3 \quad (3,86) \quad (2,07) \quad (5,99)$$

Keterangan: Angka dalam kurung merupakan nilai t hitung

Berdasarkan pada hasil estimasi tersebut pengaruh CSR terhadap citra perusahaan dapat dijelaskan oleh besarnya koefisien dari masing-masing variable X1, X2 dan X3. Secara lebih lengkap makna dari besarnya koefisien masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel berikut.

Tabel 1.
Koefisien Estimasi Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	Makna
Konstanta	0,112	Apabila dianggap tidak ada kegiatan CSR perusahaan, maka citra perusahaan sebesar 0,112
Dimensi Ekonomi (X1)	0,280	Apabila terjadi kenaikan dalam variabel Dimensi Ekonomi sebesar 1 persen dan variabel lain dianggap konstan, maka citra perusahaan akan meningkat secara rata-rata sebesar 0,280 persen
Dimensi Sosial (X2)	0,179	Apabila terjadi kenaikan dalam variabel Dimensi Sosial sebesar 1 persen dan variabel lain dianggap konstan, maka citra perusahaan akan meningkat secara rata-rata sebesar 0,179 persen

Dimensi Lingkungan (X3)	0,499	Apabila terjadi kenaikan dalam variabel Dimensi Lingkungan sebesar 1 persen dan variabel lain dianggap konstan, maka citra perusahaan akan meningkat secara rata-rata sebesar 0,499 persen
-------------------------	-------	--

Berdasarkan pada Tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa secara umum semua variabel bebas dalam penelitian ini seperti variabel Dimensi Ekonomi (X1), Dimensi Sosial (X2) dan variabel Dimensi Lingkungan (X3) berpengaruh terhadap citra perusahaan. Namun demikian diantara semua variabel bebas yang ada, hanya variabel Dimensi Lingkungan (X3) yang memiliki pengaruh terbesar terhadap peningkatan citra perusahaan di sekitar lingkungan perusahaan PT. IKS yakni dengan koefisien pengaruh sebesar 0,499.

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji secara nyata hipotesis utama yang diajukan dalam penelitian ini. Uji harus dimungkinkan baik sampai batas tertentu atau sepanjang waktu. Uji hipotesis secara parsial diarahkan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang besar dari setiap faktor bebas terhadap variabel terikat. Sementara itu, uji hipotesis secara simultan diarahkan untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Lebih lengkapnya hasil uji hipotesis tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2.
Koefisien Estimasi Regresi Linier Berganda

Uji Hipotesis	Nilai t/F hitung	P value
Uji t		
Dimensi Ekonomi (X1)	3,86	0,000
Dimensi Sosial (X2)	2,07	0,039
Dimensi Lingkungan (X3)	5,99	0,000
Uji F	70,101	0,000

Berdasarkan pada Tabel 2 tersebut dapat dijelaskan bahwa secara statistik, semua hasil uji hipotesis (uji t/uji F) menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini secara sederhana dapat dilihat dari besarnya nilai P value yang dihasilkan dari olah data dengan menggunakan program SPSS for Window. Tingkat signifikansi untuk uji t menunjukkan bahwa variabel Dimensi Ekonomi (X1) dan Dimensi Sosial (X2) memiliki tingkat signifikansi sebesar 99% (alfa 1%).

Hal ini terjadi karena nilai p value hasil perhitungan pada tabel di atas lebih kecil dari tingkat alfabanya (nilai p value $< 1\%$). Sedangkan untuk variabel Dimensi Lingkungan (X3) memiliki tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$), sehingga variabel ini signifikan pada level 5% (nilai p value $< 5\%$). Untuk variabel F hitung tingkat signifikansi sebesar 99% ($\alpha = 1\%$), sehingga variabel ini signifikan pada level 1% (nilai p value $< 1\%$). Sebagai hasil akhir dari uji hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial, masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap citra perusahaan dan secara simultan semua variabel bebas memiliki pengaruh signifikan pula terhadap citra perusahaan Batam.

3.1. Pengaruh Dimensi Ekonomi Terhadap Citra Perusahaan

Dari hasil penelitian di atas, dapat dijelaskan bahwa program CSR dari dimensi keuangan perusahaan diarahkan untuk meningkatkan citra perusahaan di tengah masyarakat. Implementasi program-program CSR PT. IKS diselesaikan dengan cara yang sangat sistematis, terstruktur dan periodik. Kegiatan-kegiatan tersebut secara konsisten berfokus pada masalah ekonomi yang dihadapi masyarakat, seperti aksesibilitas lapangan pekerjaan, bantuan usaha dan pemberdayaan UMKM. Kegiatan-kegiatan yang berbeda ini dapat diselesaikan ketika perusahaan memiliki visi, misi, strategi kebijakan dan program yang jelas dan terkoordinasi dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan pada hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa CSR dimensi ekonomi PT. IKS dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan citra perusahaan. Hal ini terjadi karena secara konseptual program-program CSR dimensi ekonomi perusahaan sudah diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan ekonomi seperti terungkap pada rumusan visi dan misi perusahaan. Berdasarkan tujuan-tujuan CSR tersebut, implementasi kegiatan-kegiatan CSR perusahaan senantiasa akan mengikuti arah dari kepentingan perusahaan di tengah tengah komunitas lingkungan hidup masyarakat. Tujuan-tujuan CSR tersebut seperti

tujuan dalam kerangka tanggung jawab ekonomi yang secara garis besar mampu memberikan dampak yang baik bagi masyarakat dan juga perusahaan.

3.2. Pengaruh Dimensi sosial Terhadap Citra perusahaan

Isu-isu sosial akan terus tercipta seiring dengan elemen-elemen yang terjadi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Isu-isu sosial tersebut tercipta sebagai wujud dari penyesuaian masyarakat yang harus ditanggapi oleh perusahaan. Banyaknya ketidakmampuan perusahaan dalam menangkap isu-isu sosial yang timbul secara lokal akan berdampak pada gesekan/konflik yang terjadi di tengah komunitas kehidupan sosial masyarakat tersebut.

Berdasarkan penemuan-penemuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa unsur sosial PT. IKS memiliki pilihan untuk menggarap citra perusahaan. Hal ini terjadi mengingat dalam kesiapan program CSR-nya, PT. IKS secara konsisten berfokus pada isu-isu social yang hangat berkembang di masyarakat. Hal ini jelas terlihat dalam pendekatan perusahaan secara keseluruhan dalam menempatkan CSR perusahaan sebagai instrumen investasi sosial perusahaan untuk membangun lingkungan bisnis yang harmonis di antara kepentingan para stakeholdernya, khususnya para visioner bisnis dan perwakilannya, komunitas masyarakat dan lingkungan hidup sekitarnya.

3.3. Pengaruh Dimensi Lingkungan Program Terhadap Citra perusahaan

Implementasi program CSR merupakan realisasi dan aktualisasi atas upaya perusahaan untuk tetap dekat dengan masyarakat. Seperti yang ditunjukkan oleh Budimanta et al. (2008:24) CSR pada dasarnya merupakan komponen penting dalam struktur pengelolaan yang diidentikkan dengan lingkungan atau kelestarian lingkungan.

Berdasarkan pada hasil penelitian ini memberikan hasil bahwa unsur-unsur lingkungan PT. IKS dapat mempengaruhi peningkatan citra organisasi. Hal ini terlihat

dari berbagai indikator program kegiatan yang dilakukan secara periode dan terus menerus. Proses penghijauan, pelestarian lingkungan dan manajemen limbah pabrik yang baik merupakan contoh dari beberapa program CSR perusahaan yang dapat dirasakan secara positif oleh masyarakat yang erat kaitannya dengan lingkungan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat dirumuskan kesimpulan penelitian sebagai berikut.

4.1. Penerapan program-program CSR PT. IKS tersebar pada berbagai aktivitas utama seperti: pendidikan, kesehatan, kemiskinan, sosial, agama, infrastruktur, dan lingkungan hidup.

4.2. Variabel-variabel seperti CSR dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan citra perusahaan.

4.3. Diantara variabel-variabel tersebut, variabel dimensi lingkungan memiliki pengaruh yang paling besar dalam mempengaruhi peningkatan citra perusahaan di lingkungan kawasan industri PT. IKS Sorong.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasi kepada pihak-pihak yang membantu dalam proses penelitian yang dilakukan terutama keluarga, sahabat, dosen dan mitra atau masyarakat sekitaran perusahaan PT. IKS yang bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan informasi atau petunjuk dan kemudahan dalam penelitian.

Referensi

- Albert, M. & Hahnel, R. 2005. *Traditional Welfare Theory*, www.zmag.org/books/1/html (diakses: 2 -02 - 2009).
- Amba-Rao, S.C. 1993. *Multinational Corporate Social Responsibility, Ethics, Interactions, and Third World Government: An Agenda for the 1990s*. *Journal of Business Ethics*, 12(7): 553- 572.
- Anderson, Jr., J.W. 1989. *Corporate Social Responsibility: Guidelines for Top Management*. New York: Quorum Books.
- Aupplerle, K.E. 1990. *An Empirical Measure of Corporate Social Orientation Studies in Theory and Measurement*. Dalam L.E Preston (Ed.), *Corporation and Society Research: Studies in Theory and Measurement*. Greenwich, CT: JAI Press. Pp. 237-264.
- Baron, D.P. 1996. *Business and its Environment*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

- Budimanta, A., Prasetijo, A. & Rudito, B. 2008. Corporate Social Responsibility, Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia. Jakarta: Indonesian Centre for Sustainability Development (ICSD).
- Drucker, P.F. 1984. The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 26(2): 53-63.
- Freemond, R.E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Pitman.
- Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gujarati, D.N. 1999. *Basic Econometrics* 2nd edition. Singapore: McGraw-Hill.
- Kim, K.S. 2000. *Corporate Social Responsibility And Strategic Management : An Empirical Study of Korean MNCs in The United States*. Unpublished Dissertation. West Heaven, Connecticut: The University Of Heaven.
- Raynard, P. & Forstater, M. 2002. *Corporate Social Responsibility : Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries*, Reports, United Nations Industrial Development Organization, Vienna
- Santoso, K. 2007. Corporate Social Responsibility. Makalah disampaikan pada Wokshop Optimalisasi Program CSR yang Berkelanjutan dalam Rangka Meningkatkan Corporate Image dan Citra perusahaan Sekitar Perusahaan, 21-22 November. LPPM-IPB.
- Susanto, A.B. 2007. *Corporate Social Responsibility: A Strategic Management Approach*. The Jakarta Consulting Group Partner in Change, Jakarta
- Umar, H. 1999. *Riset Strategi Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Untung, H.B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wokutch, R.E. 1990. Corporate Social Responsibility Japanese Style. *Academy of Management Executive*, 4(2): 56-74.
- Zadek, S., Pruzon, P. & Evans, R. 1997. *Building Corporate Accountabilty. Emerging Practices in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting*. London: Earthscan Papers.