

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/363943076>

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

Book · September 2022

CITATIONS

0

READS

169

1 author:



Andi Hartati

Universitas Tompotika Luwuk Banggai

12 PUBLICATIONS 4 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Bisnis Digital View project



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

Tim Penulis:

Sisca, Dindin Abdurohim BS, Alfiana, Puji Muniarty,
Ina Indriana, Suprpto, Mardhiah, Angga Ranggana Putra, Andi Hartati,
Gwenn Louida Lee Pattinama, Marlya Fatira AK, Christina Bagenda.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

Tim Penulis:

Sisca, Dindin Abdurohim BS, Alfiana, Puji Muniarty,
Ina Indriana, Suprpto, Mardhiah, Angga Ranggana Putra, Andi Hartati,
Gwenn Louida Lee Pattinama, Marlya Fatira AK, Christina Bagenda.



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

Tim Penulis:

**Sisca, Dindin Abdurohim BS, Alfiana, Puji Muniarty,
Ina Indriana, Suprpto, Mardhiah, Angga Ranggana Putra,
Andi Hartati, Gwenn Louida Lee Pattinama, Marliya Fatira AK, Christina Bagenda.**

Desain Cover:

Usman Taufik

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Udin Saripudin

Proofreader:

Neneng Sri Wahyuni

ISBN:

978-623-5811-74-1

Cetakan Pertama:

Januari, 2022

Hak Cipta 2022, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2022

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

PRAKATA

Corporate social responsibility (CSR) merupakan salah satu isu yang menarik dan banyak dibahas saat ini, konsep CSR ini merupakan manifestasi dari konsep *social sustainability*. Konsep *social sustainability* lahir sebagai kelanjutan konsep *economic sustainability* dan *environmental sustainability* yang telah dicetuskan sebelumnya dalam pertemuan di Yohannesberg pada tahun 2002 yang dilatarbelakangi oleh dua alasan berikut; pertama konsep *economic sustainability* dan *environmental sustainability* belum dapat meningkatkan kesejahteraan komunitas di berbagai negara di dunia dan kedua perlunya sebuah tatanan aturan untuk menyeimbangkan kesejahteraan pembangunan baik di negara-negara selatan maupun negara-negara utara. Untuk mengatasi hal tersebut dirumuskan suatu visi bersama dalam dunia usaha untuk mewujudkan kebersamaan aturan bagi kesejahteraan umat manusia yaitu konsep *social sustainability*. Dalam perkembangan selanjutnya ketiga konsep ini menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial yang dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR).

CSR merupakan isu penting dalam menjamin keberlangsungan dunia usaha saat ini. Dunia usaha tidak akan bisa berkembang tanpa memperhatikan situasi dan kondisi lingkungan sosial di mana perusahaan berada sehingga pelaksanaan CSR menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk mendukung aktivitas bisnisnya, bukan hanya sekedar pelaksanaan tanggung jawab melainkan menjadi suatu kewajiban bagi dunia usaha. Implementasi CSR harus menjadi suatu bagian dalam peran bisnis dan termasuk dalam kebijakan bisnis perusahaan, sehingga dunia bisnis bukan hanya merupakan suatu organisasi yang berorientasi pada pencapaian laba maksimal tetapi juga menjadi suatu organisasi pembelajaran, di mana setiap individu yang terlibat di dalamnya memiliki kesadaran sosial dan rasa memiliki tidak hanya pada lingkungan organisasi saja melainkan juga pada lingkungan sosial di mana perusahaan berada.

Bagi perusahaan sendiri CSR bukan hanya sekedar tanggung jawab sosial semata melainkan akan sangat berdampak pada citra diri perusahaan tersebut, Ambadar (2008) mengemukakan beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi: 1) perusahaan terhindar dari reputasi negatif perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan, 2) kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan di mana perusahaan bekerja, 3) perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, 4) perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar. Dengan kata lain CSR merupakan bagian dari kampanye perusahaan untuk mendapatkan simpati dari masyarakat yang merupakan pasar potensialnya.

Buku yang ada di hadapan para pembaca budiman ini mengupas tuntas mengenai CSR mulai dari sejarah, landasan hukum, implementasi, hingga dampak CSR bagi perusahaan. Buku ini ditulis oleh para akademisi dan praktisi yang berkompeten di bidangnya sehingga disajikan dengan menarik, ringan dan mudah difahami oleh khalayak. Semoga buku ini bisa menambah khazanah keilmuan khususnya dalam kajian mengenai *Corporate social responsibility* (CSR) serta bermanfaat bagi masyarakat luas.

Januari, 2022

Editor

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 EVOLUSI CSR DAN DUNIA YANG TERUS BERUBAH	1
A. Pendahuluan	2
B. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	3
C. Evolusi CSR	5
D. Pendekatan Organisasi Untuk CSR	8
E. Tipologi CSR	10
F. Mengelola CSR	15
G. Mengevaluasi CSR	18
H. Rangkuman Materi	18
BAB 2 MODEL DAN KERANGKA KERJA CSR	23
A. Pendahuluan	24
B. Konsep, Tujuan, <i>Stakeholders</i> dan Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).	25
C. Model dan Kerangka Kerja <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) ..	30
D. Rangkuman Materi	38
BAB 3 PEMANGKU KEPENTINGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM CSR	45
A. Pendahuluan	46
B. Pemangku Kepentingan CSR	48
C. Rangkuman Materi	56
BAB 4 LANDASAN FILOSOFIS DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS DALAM BISNIS	59
A. Pendahuluan	60
B. Pengertian	61
C. Pendekatan Filosofis dan Analisis Dampak Pemangku Kepentingan	62
D. Dasar Filosofis Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i>	62
E. Komponen Perilaku Etis	63

F. Permasalahan Lainnya Dalam Pengambilan Keputusan Etis	64
G. Rangkuman Materi	68
BAB 5 KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN: PERAN PERUSAHAAN	
DALAM MENCIPTAKAN KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN	71
A. Pendahuluan	72
B. Definisi Keberlanjutan dan Lingkungan	73
C. Keberlanjutan Lingkungan	74
D. Masalah-Masalah Lingkungan Dari Aktivitas Perusahaan	75
E. Masalah Lingkungan dan Kinerja Perusahaan	77
F. Regulasi Lingkungan	78
G. Peran Perusahaan Dalam Menjaga Keberlanjutan Lingkungan	79
H. Rangkuman Materi	86
BAB 6 PERAN PEMIMPIN PERUSAHAAN DALAM COPORATE	
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)	91
A. Pendahuluan	92
B. Industri dan CSR	93
C. Kelembagaan CSR	95
D. Peran Kepemimpinan CSR	96
E. Kepemimpinan Sebagai Penggerak CSR	103
F. Rangkuman Materi	106
BAB 7 PERAN MELIBATKAN PEMANGKU KEPENTINGAN DALAM CSR.....	111
A. Apa Saja Peran Stakeholder	116
B. Bagaimana Tanggung Jawab <i>Social Stakeholder</i>	116
C. Bagaimana Identifikasi <i>Stakeholder</i> pada Proyek	117
D. Nilai-Nilai Perlibatan Pemangku Kepentingan	121
E. Rangkuman Materi	124
BAB 8 MENCIPTAKAN, MENGUKUR, DAN	
MENKOMUNIKASIKAN DAMPAK CSR	127
A. Pendahuluan	128
B. <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Investasi Sosial	129
C. Memahami Dampak CSR	132
D. Ukuran Keberhasilan CSR	134
E. <i>Business In The Community</i> (BITC)	137
F. FTSE4good	137
G. <i>Dow Jones Sustainability Index</i> (DJSI)	138

H. <i>Business Ethics</i> 100	138
I. Accountability (AA) Rating®	139
J. Global Reporting Initiative (GRI)	139
K. Komunikasi CSR	141
L. Melibatkan Pegawai Dalam Komunikasi CSR	145
M. Media Sosial dan Komunikasi CSR	144
N. CSR dan Pembangunan Berkelanjutan	148
O. Rangkuman Materi	153
BAB 9 TOLOK UKUR CSR: KERANGKA KERJA, STANDAR, SERTIFIKASI DAN INDEKS	159
A. Pendahuluan	160
B. Kerangka Kerja CSR	161
C. Standar Pelaksanaan CSR	166
D. Sertifikasi	170
E. Indeks	172
F. Rangkuman Materi	174
BAB 10 CSR DAN MARKETING	179
A. Pendahuluan	180
B. CSR dan Manajemen Pemasaran	187
C. CSR, Strategi dan Bauran Pemasaran	191
D. CSR Dalam Konteks Sosial Marketing	192
E. Rangkuman Materi	194
BAB 11 PERGESERAN CSR DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0	199
A. Pendahuluan	200
B. <i>Corporate Social Responsibility In The Digital Era</i>	201
C. Mengenal Strategi CSR	201
D. Tujuan CSR	202
E. Dasar Hukum CSR	202
F. Strategi dan Lingkup Kegiatan CSR di Era <i>Digital</i>	203
G. Model Pelaksanaan CSR	205
H. Rangkuman Materi	206
BAB 12 LANDASAN HUKUM PELAKSANAAN CSR BAGI PERUSAHAAN	209
A. Pendahuluan	210
B. Landasan Hukum dan Regulasi CSR	211
C. Kebijakan Hukum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	215

D. Implementasi Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	219
E. Rangkuman Materi	223
GLOSARIUM	227
PROFIL PENULIS	232



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 1: EVOLUSI CSR DAN DUNIA YANG TERUS BERUBAH

Sisca, S.E., M.M.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung

BAB 1

EVOLUSI CSR DAN DUNIA YANG TERUS BERUBAH

A. PENDAHULUAN

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan – *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengacu pada kepercayaan umum yang dipegang oleh semakin banyak warga bahwa bisnis modern memiliki tanggung jawab kepada masyarakat yang melampaui kewajiban mereka kepada pemegang saham atau investor di perusahaan. Kewajiban investor, tentu saja, adalah untuk menghasilkan keuntungan bagi pemilik dan memaksimalkan kekayaan pemegang saham untuk jangka panjang. Pemangku kepentingan sosial lainnya yang bisnis juga memiliki tanggung jawab terhadapnya biasanya mencakup konsumen, karyawan, masyarakat luas, pemerintah, dan lingkungan alam. Konsep CSR berlaku untuk semua ukuran organisasi, tetapi diskusi tentang hal ini cenderung berfokus pada organisasi besar karena mereka cenderung lebih terlihat dan memiliki kekuatan lebih. Dan, seperti pepatah yang berlaku, semakin besar kekuatan yang dimiliki maka akan semakin besar juga tanggung jawab yang mengikutinya. Konsep lain yang terkait dengan CSR adalah kinerja sosial perusahaan – *Corporate Social Performance* (CSP). Untuk tujuan praktis, CSP dapat dilihat sebagai perpanjangan dari konsep CSR yang berfokus pada hasil aktual yang dicapai daripada gagasan umum tentang akuntabilitas atau tanggung jawab bisnis kepada masyarakat. Dengan demikian, CSP merupakan konsekuensi alami atau lanjutan dari CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Aras, G., & Crowther, D. (2009). *Corporate Governance and Corporate Social Responsibility in Context*. In G. Aras & D. Crowther (Eds.), *Global Perspectives on Corporate Governance and CSR* (pp. 1–42). Gower Publishing Limited.
- Clegg, S. R., Kornberger, M., & Pitsis, T. S. (2016). *Managing and Organizations: An Introduction to Theory and Practice* (K. Smy (ed.); 4th Edn). SAGE Publications, Inc.
- Daft, R. L. (2010). *Management* (J. W. Calhoun, M. S. Acuña, J. Sabatino, E. Newsom, E. Berger, & R. Belanger (eds.); 9th ed.). Cengage Learning.
- Griffin, R. W. (2013). *Management* (J. W. Calhoun, S. Person, J. Chase, & R. Belanger (eds.); 11th ed.). Cengage Learning.
- Mullins, L. J., & Christy, G. (2016). *Management and Organisational Behaviour* (Eleventh). Pearson Education Limited.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2002). *Management* (7th Edn). Pearson Education Company.
- Visser, W., Matten, D., Pohl, M., & Tolhurst, N. (2010). *The A to Z of Corporate Social Responsibility* (Rev. and u). John Wiley & Sons Ltd.



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 2: MODEL DAN KERANGKA KERJA CSR

Dr. Dindin Abdurohim BS, S.Sos., M.M., M.Si

Universitas Pasundan

BAB 2

MODEL DAN KERANGKA KERJA CSR

A. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR), sebagai suatu tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat, Dalam Implementasi *Corporate Social Responsibility* sudah menjadi bagian yang terintegasi dalam tujuan bisnis, dan dalam menetapkan kebijakan suatu perusahaan, yang mana dunia bisnis tidak hanya sebagai organisasi yang berorientasi pada profit, akan tetapi memiliki kesadaran sosial terhadap lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada.

Corporate Social Responsibility saat ini telah mengungkapkan bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*Corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja (Darma, 2019). Tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada triple bottom lines, yang terdiri dari *financial*, sosial dan lingkungan (Darma, 2018)

Corporate Social Responsibility merupakan suatu kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas (*Stakeholders*) daripada hanya sekadar kepentingan perusahaan itu sendiri, CSR sendiri merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggan (*customers*), karyawan (*employers*), komunitas masyarakat, investor, pemerintah, dan pemasok, (*supplier*) serta kompetitornya sendiri (Azheri, 2012: 5). Untuk itu dituntut terbentuk

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, Dindin.(2021). Pengembangan UMKM (Kebijakan, Strategi, *Digital* Marketing dan Model Bisnis UMKM). Penerbit : Refika Aditama, Bandung.
- Abdurohim, Dindin.(2020). Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM. Penerbit : Bintang Pustaka Madani, Yogyakarta.
- Agni Haryanto, (2020). CSR, pengertian, Model, Tujuan, Manfaat, dan Contohnya, <https://www.joconomic.com/blog/csr>.
- Azheri, Busyra,(2011). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntari menjadi Mondatory*. Penerbit: PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Ardani, Ni K.S dan Mahyuni, L.P,(2020). Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis* 17(1):12.
- Budiyono, Tri.(2011). Hukum Perusahaan.Penerbit : Griya Media. Salatiga
- Chariri, A & Ghazali, I.(2006). Teori Akuntansi, Penerbit :Universitas Diponegoro, Semarang
- Darma, G.S. (2019). Kacamata Media, Kesuksesan Bersyarat. Penerbit : Pustaka Larasan Press.
- Darma, G.S. (2018). Seuntai Pesan, Menjawab Zaman. Penerbit : Pustaka Larasan Press.
- Dewi, N.K.Y.W., dan Darma, G.S. (2019). Strategi Investasi & Manajemen Resiko Rumah Sakit Swasta di Bali, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 16 (2): 110-127.
- Fairuz, Ratu Annisa, dkk,(2018). *Corporate Social Responsibility di PT Prudential Life Assurance*”, *Prosiding Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat* 5(3):256.
- Larekeng, Renny Silvia, (2017). Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* melalui Program BRI Peduli. *Jurnal Online Kinesik*. 4(2):42.
- Lin Lindawati dan Marsella Eka Puspita,(2015). *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam peningkatan kinerja perusaha*a. *Jurnal Akutansi Paradigma*.6(1):161.

- Mardikanto, Totok dan Poerwoko Soebiato, (2013). Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik. Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Prajarto, Nunung. (2012). CSR Indonesia: sinergi pemerintah, perusahaan dan public. Penerbit : Fisipol UGM, Yogyakarta
- Priyanto. Susiloadi,. 2008. Implementasi *Corporate Social Responsibility* Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan. Jurnal Spirit Publik , Volume 4, Nomor 2 Halaman: 123 - 130
- Riswanto, Iwan, dkk,(2019). Implementation of *Corporate Social Responsibility Program in Gresik Petrochemical*”, Journal International by RJOAS. 1(85):499.
- Riyadi.(2012). Transformasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Pengembangan Masyarakat (Community Development). Jurnal Interaktif Brawijaya University.3(3).
- Rudito, B dan Melia F, (2013). CSR (*Corporate Social Responsibility*), Penerbit : Rekayasa Sains, Bandung.
- Rusdianto, Ujang.(2013). CSR Communications: A Framework for PR Practitioners. Penerbit: Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Suharto, Edi.(2007). Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Tanggung jawab sosial Perusahaan. Penerbit : PT Refika Aditama, Bandung
- Suryani Rezky A.dan Yan Hendra. (2018). Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai untuk peningkatan taraf hidup masyarakat”, Jurnal Interaksi 2 (1):93.
- Susiloadi,P. (2008). Implementasi *Corporate Social Responsibility* untuk mendukung pembangunan berkelanjutan”, Jurnal FISIP Universitas Sebelas Maret. 4(2):128.
- Vanclay, F. (2004). Impact Assesment and The Triple Bottom Line: Competing Pathways to Sustainability? Sustainability and Social Science: Roundtable Proceedings, 28.
- Wibisono,Yusuf.(2007). Membedah Konsep & Aplikasi CSR (*Corporate Social Responsibility*), PT Gramedia, Jakarta.
- Wood, Donna J. (1991). *Corporate Social Performance Revisited*. The Academy of Management. Review. 16(4).

- Wood, Donna J dan Barbara Gay.(1991). Towards a Comprehensive Theory of Collaboration. *Journal of Applied Behavioral Science*. V:27.
- Yusuf, Wibisono. dkk. (2019). Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* oleh Perusahaan Unicorn di Indonesia. *Jurnal Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat*. 5(3):255.



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 3: PEMANGKU KEPENTINGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM CSR

Dr. Dra. Alfiana M.M

Universitas Muhammadiyah Bandung

BAB 3

PEMANGKU KEPENTINGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM CSR

A. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan lahir dikarenakan adanya gerakan sosial berupa tekanan dari lembaga swadaya masyarakat (LSM) lingkungan, serta LSM perempuan serta adanya kesadaran perusahaan melakukan praktik CSR.

Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia dimulai sejak dikeluarkannya Undang-Undang no 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengatur tentang kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan bagi BUMN berupa penyisihan laba untuk keperluan pembinaan usaha kecil/ koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN. Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/2007 tentang program kemitraan badan usaha milik negara dengan usaha kecil dan program bina lingkungan menjelaskan tentang teknis pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang harus dilakukan seluruh BUMN (perum, Perseroan, Perseroan terbuka). Undang-Undang no 25 tahun 2007 tentang penanaman modal menjelaskan definisi tanggungjawab sosial perusahaan adalah tanggungjawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat yang berarti tanggungjawab sosial perusahaan mencakup bidang lingkungan dan budaya masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana (2021), Manajemen proyek 1, penerbit widina, kabupaten Bandung, hal 17-35
- Hardi, Jhon. (2016), Ringkasan sejarah CSR dunia ke Indonesia, Jhonhardi.com, diunduh 15-11-2021
- Vos, Janita F,J, (2003), *Corporate Social Responsibility and the identification of Stakeholders, Corporese social responsibility and environment Management, Cop. Soc. Environ Mgmt 10* , p 141-152
Published online in Wiley Inter Science
(www.interscience.wiley.com) DOI10.1002/scr039
- Undang no 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN)
Peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/2007 tentang program kemitraan badan usaha milik negara dengan usaha kecil dan program bina lingkungan
- Undang-Undang no 25 tahun 2007 tentang penanaman modal
.Undang-Undang no 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas
- Undang-Undang no. 4 tahun 2009 tentang pertambangan mineral dan batu bara
- Peraturan pemerintah no 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 4: LANDASAN FILOSOFIS DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS DALAM BISNIS

Puji Muniarty, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

BAB 4

LANDASAN FILOSOFIS DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN ETIS DALAM BISNIS

A. PENDAHULUAN

Pada tahun 1990-an, tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi suatu gagasan yang menyita perhatian banyak kalangan, dari masyarakat akademik, lembaga swadaya masyarakat (LSM), sampai para pelaku bisnis, tidak mengherankan jika laporan tahunan beberapa perusahaan multi nasional yang telah melakukan praktik CSR 47 keberhasilan meraih keuntungan tidak lagi ditempatkan sebagai satu-satunya alat ukur keberhasilan dalam mengembangkan eksistensi perusahaan (bambang sulistiyo, 2006). Ketika CSR dielaborasi oleh kedua undang-undang tersebut timbul beberapa kontroversi baik yang berkaitan dengan konsep CSR itu sendiri maupun yang berkaitan dengan tanggung jawab yang awalnya di derivasi dari etika bisnis menjadi sebuah norma hukum. Kemudian untuk mendapatkan yang lebih baik mengenai makna CSR sebaiknya dikaji terlebih dahulu persoalan etika bisnis, karena pada dasarnya CSR di derivasi dari etika bisnis.

Kondisi bisnis berkembang pesat baik dari segi produksi maupun distribusinya sesuai dengan perkembangan zaman. Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan, penghasilan, pemasukan, atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengelola sumber daya

DAFTAR PUSTAKA

- A.Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), hlm. 14.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015). *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang*. 3, 103–111.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015). *TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)*.
- Bambang Sulistiyo, “Wangi Sebelum Ada Peraturan”. *Gatra*, No. 44, Tahun XII, (20 September 2006) hlm. 81, Dikutip dari Ridwan Khairandy, *Hukum Perseroan Terbatas... Op.cit.*, hlm 484
- Haryanto, R. (2013). MORALIS (Paradigma Baru dalam Etika Bisnis Modern). *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 4(1), 65–82.
- Listyawati, P. R. (2016). Kajian Filosofis berparadigma Positivisme : Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai Kewajiban menurut Undang-Undang dalam Mewujudkan Good *Corporate Governance*. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.26532/jph.v3i2.1449>
- Maulidiana, Iina. (2018). *Pengaturan CSR Menuju Pembangunan Berkelanjutan*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/v8e4r>
- Noviani, N.S., Putri, A., Kemal, M.A., Ihsan, M., Insiani, F., Sholikah, N., Arumsari, A., Humairah, I.E., Artanayasa, W., Rusni. (2014). *Pengambilan Keputusan Etis Praktis*.
- Senior, A., Yunior, D. A. N., Kasus, S., Politeknik, P., & Manado, N. (2015). *BAB I*.



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 5: KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN: PERAN PERUSAHAAN DALAM MENCIPTAKAN KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN

Ina Indriana, S.E., M.Si

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

BAB 5

KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN: PERAN PERUSAHAAN DALAM MENCIPTAKAN KEBERLANJUTAN LINGKUNGAN

A. PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk yang demikian cepat yang disertai dengan meningkatnya permintaan terhadap barang dan jasa mendorong pertumbuhan industri dan pertumbuhan ekonomi. Dalam menjalankan aktivitasnya, industri sangat tergantung kepada sumberdaya alam seperti tanah, air, hutan, mineral dan bahan bakar. Permintaan yang demikian besar terhadap sumberdaya alam tersebut seringkali mendorong pada eksploitasi sumber daya alam secara *massive* yang berdampak pada kerusakan lingkungan. Aktivitas ekonomi yang ditandai dengan pertumbuhan industri yang demikian cepat baik secara langsung dan tidak langsung memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Alih fungsi lahan dari pertanian dan hutan menjadi lahan-lahan pabrik menyebabkan *deforestasi* dan berkurangnya lahan pertanian. *Deforestasi* disinyalir menjadi *contributor* terbesar dalam menghasilkan efek gas rumah kaca yang memicu perubahan iklim. *Deforestasi* juga mengakibatkan terus berkurangnya ketersediaan air, banjir, longsor, dan menurunkan kualitas tanah, penggunaan bahan baku dan bahan pendukung yang berbahaya dan beracun menghasilkan limbah bahan berbahaya dan beracun. Proses produksi, mengubah bahan baku menjadi barang siap dikonsumsi menghasilkan limbah dan berbagai potensi pencemaran. Penggunaan

DAFTAR PUSTAKA

- Aneka tambang. (2018). *Sustainability report: Strengthening Our Sustainability's Paradigm*. Jakarta, Indonesia. Retrieved from www.antam.com
- Arimura, T. H., Darnall, N., Ganguli, R., & Katayama, H. (2016). The effect of ISO 14001 on environmental performance: Resolving equivocal findings. *Journal of Environmental Management*, *166*, 556–566. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2015.10.032>.
- Bio Farma. (2019). *Sustainability report: Acceleration and Growth Toward Life Science Company*. Retrieved from www.biofarma.co.id
- Badan Pusat Statistik. (2011). Neraca Energi Indonesia. Jakarta. <https://www.bps.go.id>.
- Badan Pusat Statistik. (2016). Neraca Energi Indonesia. Jakarta. <https://www.bps.go.id>.
- Badan Pusat Statistik. (2018). Neraca Energi Indonesia. Jakarta. <https://www.bps.go.id>.
- Cai, W., & Li, G. (2018). The drivers of eco-innovation and its impact on performance: Evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, *176*, 110–118. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.109>
- Cai, & Zhou, X.-L. (2014). On the Drivers of Eco-Innovation: Empirical Evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, *79*, 239–248. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.05.035>.
- Castro, G. M., Amores-salvador, J., & Navas-lópez, J. E. (2016). Environmental Management Systems and Firm Performance: Improving Firm Environmental Policy through Stakeholder Engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *23*(June 2015), 243–256. <https://doi.org/10.1002/csr.1377>
- Chen. (2008). The Driver of Green Innovation and Green Image – Green Core Competence. *Journal of Business Ethics*, *81*, 531–543. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9522-1>.
- Coglianese, C., & Nash, J. (2001). *Bolstering Private Environmental Management*. John F. Kennedy School of Government Harvard

University Faculty Research Working Papers Series.

- Goodland, R. (1995). The Concept of Environmental Sustainability. *Annual Review*, (26), 1–24.
- Hart, S. L. (1995). A Natural-Resource-Based View of The Firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014.
- Indonesia, Solusi Bangun. (2020). *Sustainability report: Sustainable Progress Sustainable Future*. Jakarta, Indonesia. Retrieved from www.solusibangunindonesia.com
- Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah No.70 Tahun 2009 tentang Konservasi Energi. [https://jdih.esdm.go.id/peraturan/PP No. 70 Thn 2009.pdf](https://jdih.esdm.go.id/peraturan/PP%20No.%2070%20Thn%202009.pdf)
- Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah No. 101 Tahun 2014 tentang pengelolaan limbah bahan berbahaya dan beracun .
- Republik Indonesia. Undang-undang No. 32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup.
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah No.41 tahun 1999 tentang Pengendalian Pencemaran Udara.
- Republik Indonesia. Undang-undang No.23 Tahun 1997 tentang tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah No.5 Tahun 2014 tentang Baku Mutu Air Limbah
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah No.82 tahun 2001 tentang Pengelolaan Kualitas Air dan Pengendalian Pencemaran Air.
- Kemp, R. (2000). Technology and Environmental Policy — Innovation effects of past. In *Environmental Policy and Technical Change* (pp. 1–29).
- López-Gamero, M. D., Molina-Azorín, J. F., & Claver-Cortés, E. (2009). The whole relationship between environmental variables and firm performance: Competitive advantage and firm resources as mediator variables. *Journal of Environmental Management*, 90(10), 3110–3121. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2009.05.007>.
- Morelli, J. (2011). Environmental Sustainability: A Definition for Environmental Professionals. *Journal of Environmental Sustainability*, 1(1). <https://doi.org/10.14448/jes.01.0002>
- Ngwakwe, C. C., & Nyirenda, G. (2014). Environmental management

practices for sustainable development : agenda for harmonization.
Environmental Economics, 5(1), 76–85.

Rennings, K. (2000). Redefining innovation — eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological Economics*, 32, 319–332.

Watson, K., Polito, T., Carolina, N., & Geurts, T. G. (2004). Impact of Environmental Management System Implementation on Financial Performance A Comparison of Two *Corporate Strategies*. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 15, 622–628. <https://doi.org/10.1108/14777830410560700>

Ziegler, A., & Rennings, K. (2006). *Determinants of Environmental Innovations in Germany: Do Organizational Measures Matter? A Discrete Choice Analysis at the Firm Level*.



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 6: PERAN PEMIMPIN PERUSAHAAN DALAM COPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Suprpto, S.Pd., M.Si

Universitas Islam Majapahit

BAB 6

PERAN PEMIMPIN PERUSAHAAN DALAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

A. PENDAHULUAN

a. Pengantar

Kajian peran pemimpin perusahaan dalam CSR mencakup beberapa bagian: 1) Industri dan CSR; Kelembagaan CSR; 3) Peran Kepemimpinan CSR; dan Kepemimpinan sebagai Penggerak CSR. Melalui kajian dapat memperjelas tipe-tipe pemimpin perusahaan yang meliputi: 1) kepemimpinan transformasional; 2) kepemimpinan transaksional; 3) kepemimpinan visioner; 4) kepemimpinan partisipatif; dan 5) kepemimpinan etis. Bagian-bagian tersebut dapat memberi pandangan dan pengetahuan tentang bagaimana pemimpin perusahaan dalam menempatkan CSR sebagai bentuk tanggungjawab pada masyarakat dan lingkungan.

Setelah mempelajari ini dapat:

1. Memiliki pemahaman tentang kajian industri dan CSR
2. Memiliki pemahaman tentang kelembagaan CSR
3. Memiliki pemahaman tentang peran kepemimpinan CSR
4. Memiliki pemahaman tentang kepemimpinan sebagai penggerak CSR

DAFTAR PUSTAKA

- Angus-Leppan, T., Metcalf, L., & Benn, S. (2010). *Leadership Styles and CSR Practice: An Examination of Sensemaking, Institutional Drivers and CSR Leadership*. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 189–213. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0221-y>
- Bachriadi, Dianto & Gunawan Wiradi (2011) *Enam Dekada Ketimpangan: Masalah Penguasaan Tanah di Indonesia*. Bandung: Agrarian Resource Centre, Bina Desa and Konsorsium Pembaruan Agraria.
- Barić, A. (2017). *Corporate Social Responsibility and Stakeholders: Review of the Last Decade (2006-2015)*. *Business Systems Research*, 8(1), 133–145.
- Brammer, S., Jackson, G., & Matten, D. (2012). *Corporate Social Responsibility and Institutional Theory: New Perspectives on Private Governance*. *Socio-Economic Review*, 10(1), 3–28. <https://doi.org/10.1093/ser/mwr030>
- Changar, M., & Atan, T. (2021). *The Role of Transformational and Transactional Leadership Approaches on Environmental and Ethical Aspects of CSR*. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su13031411>
- Chuck Robbins. (2017). *Corporate Social & Environmental Responsibility Report* (Issue 2102). https://www.tarkett.com/sites/default/files/CSR_Report_2017_English.pdf
- Dash Sanket Sunand Xavier; Nidhi Mishra. (2019). *Institutional Theory as a Driver of CSR: An Integrative Framework*. *Organizational Project Management*, 140–152. <https://doi.org/10.4337/9781788110976.00017>
- David Crowther & Güler Aras. (2008). *Corporate Social Responsibility*. In www.bookboon.com. Ventus Publishing ApS.
- Demir, A. T. B. (2019). *Roles of Leadership Styles in Corporate Social Responsibility to Non- Governmental Organizations (NGOs)*.

- International Journal of Social Sciences & Educational Studies, 5(4).
<https://doi.org/10.23918/ijsses.v5i4p174>
- Du, S., Swaen, V., Lindgreen, A., and Sen, S. (2013). *The Roles of Leadership Styles in Corporate Social Responsibility*. *Business Ethics*, 114(1), 155–169.
- Hohnen, P. (2007), *Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business*, International Institute for Sustainable Development, Winnipeg, Canada.
- Mallory, D. B., & Rupp, D. E. (2015). “*Good*” *Leadership : Using Corporate Social Responsibility to Enhance Leader – Member Exchange Background : CSR and LMX*. OXFORD HANDBOOKS ONLINE, October 2021, 1–29.
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199326174.013.0013>
- Strand, R. (2011). *Exploring the Role of Leadership in Corporate Social Responsibility : A Review*. *Leadership , Accountability and Ethics*, 8(4), 84–96.
- Sultana U, Darun M, Yao L. *Transactional or Transformational Leadership: Which Works Best for Now?*. *International Journal of Industrial Management (IJIM)*. 2015; June.
- Veríssimo, J. M. C., & Lacerda, T. M. C. (2015). *Does Integrity Matter for CSR Practice in Organizations? The Mediating Role of Transformational Leadership*. *Business Ethics*, 24(1), 34–51.
<https://doi.org/10.1111/beer.12065>
- Xenikou, A. (2017). *Transformational Leadership, Transactional Contingent Reward, and Organizational Identification: The Mediating Effect of Perceived Innovation and Goal Culture Orientations*. *Frontiers in Psychology*, 8. doi:10.3389/fpsyg.2017.01754



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 7: PERAN MELIBATKAN PEMANGKU KEPENTINGAN DALAM CSR

Dra. Hj. Mardhiah, M.M

Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul 'Ulum Tanjungpinang, Kepulauan Riau

BAB 7

PERAN MELIBATKAN PEMANGKU KEPENTINGAN DALAM CSR

Pemangku Kepentingan dalam pengambilan kepentingan atau disebut juga *Stakeholder*. *Stakeholder* adalah pihak yang berkepentingan dengan perusahaan dan dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh bisnis. Pemangku kepentingan utama dalam suatu perusahaan antara lain investor, karyawan, pelanggan, kreditur dan pemasoknya.

Pada awalnya, *Stakeholder* hanya penyebutan untuk individu atau kelompok yang berkecimpung langsung dalam sebuah bisnis. Namun perubahan *mindset* dan berjalannya waktu, arti *Stakeholder* mencakup banyak pihak lain, baik itu masyarakat, pemerintah, LSM, perguruan tinggi, media dan sebagainya. Dalam perusahaan, *stakeholder* adalah investor atau pemegang saham (*shareholder*) terutama pemegang saham mayoritas, karena mereka pihak yang berkepentingan dan paling berpengaruh di lingkungan entitas bisnis tersebut.

Selain itu pemangku kepentingan adalah seseorang, organisasi atau kelompok dengan kepentingan terhadap suatu sumber daya alam tertentu (Brown et. al. 2001). *Stakeholder is a person who has something to gain or lose through the outcomes of a planning process, prograne or project* (Dialogue by Design, 2008).

Selanjutnya menurut Clarkson (artikel tahun 1994) pemangku kepentingan secara lebih khusus sebagai suatu kelompok atau individu yang menanggung suatu jenis resiko, baik karena sudah melakukan investasi (material atau sumber daya manusia) di perusahaan tersebut,

DAFTAR PUSTAKA

- Branco, Manuel Castelo dan Lucia Rodriguez, "Positioning *Stakeholder* Theory within the Debate on *Corporate Social Responsibility*", *EJBO* (Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies), Vol. 12, No. 1 (2007), hlm. 5-15.
- Carr, A. Z., "A Three-Dimensional Conceptual Model of *Corporate* Social Performance", *Academy of Management Review*, Vol. 4, No. 4 (1979), hlm. 497-505.
- Riyadi, E. S. Landasan Teoritis bagi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: dari Pemegang Saham (Shareholder) ke Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*). *Dignitas* Volume V, No. II (2008).



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 8: MENCIPTAKAN, MENGUKUR, DAN
MENGKOMUNIKASIKAN DAMPAK CSR

Angga Ranggana Putra, S.A.B., MBA

Universitas Pertamina

BAB 8

MENCIPTAKAN, MENGUKUR, DAN MENGKOMUNIKASIKAN DAMPAK CSR

A. PENDAHULUAN

Selain menghasilkan keuntungan, perusahaan bertanggung jawab untuk berkontribusi secara sosial. Di Indonesia, tanggung jawab sosial diwajibkan dan diatur hukum atau undang-undang khususnya bagi perusahaan yang berusaha pada industri yang memanfaatkan sumber daya alam. Kehadiran perusahaan ditengah masyarakat diharapkan berperan dalam membangun kehidupan sosial yang berkelanjutan. Kontribusi perusahaan pada kehidupan sosial adalah tanggung jawab sosial perusahaan atau populer dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Dasar perusahaan menjalankan bisnis adalah menghasilkan keuntungan maksimum. Oleh sebab itu, kegiatan CSR sudah seharusnya dimaknai sebagai kegiatan investasi yang menghasilkan timbal balik. Tentunya bukan semata-mata timbal balik keuangan, namun timbal balik sosial. CSR yang dilaksanakan harus memiliki nilai investasi sosial (*social investment*). Dengan demikian, dalam menerapkan CSR perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menciptakan, mengukur, dan mengkomunikasikan dampak CSR kepada pemegang atau pemangku kepentingan, seperti konsumen, pegawai, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan investor. Tujuan dari kemampuan menciptakan, mengukur, dan mengkomunikasikan dampak CSR adalah memaksimalkan

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarti, Meilanny, & Raharjo, T. S. (2014). *Corporate Social Responsibility dari Sudut Pandang Perusahaan*. 21–24.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). *Managing Corporate Corporate Social Responsibility: A Communication Approach*. Wiley.
- Ernawan, R. (2014). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*.
- Hopkins, M. (2005). Measurement of *Corporate Social Responsibility*. *International Journal Management and Decision Making*, 6(3/4), 213–231.
- Jalal, & Kurniawan, F. (2013). Investasi Sosial: Perspektif CSR Strategis untuk Pengembangan Masyarakat oleh Perusahaan. *Social Investment Indonesia: The Indonesian Social Investment Forum*.
- Kliklegal.com. (2017). *Mengenal Sejumlah Regulasi yang Mengatur CSR di Indonesia*. <https://kliklegal.com/mengenal-sejumlah-regulasi-yang-mengatur-csr-di-indonesia/>
- Kurnia, A., Shaura, A., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Sustainable Development dan CSR. *Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 231–237.
- Maulidiana, L. (2018). *Pengaturan CSR Menuju Pembangunan Berkelanjutan* (1st ed.). CV. Anugrah Utama Raharja.
- Porter, M. E., & Kramer, M. (2006). Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and *Corporate Social Responsibility*. *Harvard Business Review*, 94(12), 78–92.
- Santoso, M. B., Adinegara, R., Ismanto, S. U., Mumajad, I., & Mulyono, H. (2018). Penilaian Dampak Sosial Pelaksanaan CSR Menggunakan Metode Social Return on Investment (SROI). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 153–167.
- Sunaryo, S. (2015). *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan*. 779.
- www.socialinvestmen.id. (2019). *Investasi Sosial dan SROI*. <https://socialinvestment.id/artikel/investasi-sosial-dan-sroi/>
- www.unilever.co.id. (2021). *Setiap U Berupaya Menciptakan Hidup yang*

Berkelanjutan dan Bertanggung jawab.
<https://www.unilever.co.id/about/setiap-u-beri-kebaikan/setiap-u-berupaya-menciptakan-hidup-yang-berkelanjutan-dan-bertanggung-jawab/>



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 9: TOLOK UKUR CSR: KERANGKA KERJA, STANDAR, SERTIFIKASI DAN INDEKS

Andi Hartati, S.Sos, M.A

Universitas Tompotika Luwuk

BAB 9

TOLOK UKUR CSR: KERANGKA KERJA, STANDAR, SERTIFIKASI DAN INDEKS

A. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) yang diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam undang-undang No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. CSR merupakan perwujudan komitmen yang dibangun oleh perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosialnya di sekitar perusahaan.

CSR pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka sustainability yang mencakup aspek ekonomi, sosial budaya dan lingkungan yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *Stakeholders*, baik secara internal (pekerja, *shareholder*, dan penanaman modal), maupun eksternal (kelembagaan, pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat di sekitar perusahaan pada dasarnya merupakan pihak yang perlu mendapatkan apresiasi. Apresiasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan hidup mereka melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh kegiatan CSR perusahaan. Hal ini didasarkan pada

DAFTAR PUSTAKA

26000, I. (2010). International Standard. *ISO 2010*.

Anatan, L. (2009). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*: Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha Christian University*, 8(2), 66–77. majour.maranatha.edu/index.php/jurnal-manajemen/article/view/220

Bice, S. (2017). *Corporate Social Responsibility as Institution: A Social Mechanisms Framework*. In *Journal of Business Ethics* (Vol. 143, Issue 1, pp. 17–34). <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2791-1>

Camilleri, M. A. (2019). *A Cost-Benefit Analysis of ISO's Standard on Social Responsibility: A Review and Appraisal*. 159–175. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92651-3_10

Development, U. N. C. on S. (2012). Sustainable Development 20 Years From The Earth Summit. *United Nation*.

Dianawati, W. (2018). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (Csr)*. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 20(2), 226–241. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2016.v20.i2.78>

Dida, S., Subekti, P., Lukman, S., & Dewi, R. (2017). *Book Chapter Public Relations and*.

Faiqoh, S., & Mauludy, M. I. A. (2019). Penerapan Gri-G4 Sebagai Pedoman Baku Sistem Pelaporan Berkelanjutan Bagi Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 16(2), 111. <https://doi.org/10.19184/jauj.v16i2.7260>

Fasoulis, I., & Kurt, R. E. (2019). Embracing sustainability in shipping: Assessing industry's adaptations incited by the, newly, introduced "triple bottom line" approach to sustainable maritime development. *Social Sciences*, 8(7). <https://doi.org/10.3390/socsci8070208>

Hasyir, D. (2016). Perencanaan CSR Pada Perusahaan Pertambangan: Kebutuhan Untuk Terlaksananya Tanggungjawab Sosial Yang Terintegrasi Dan Komprehensif. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 8(1), 105–118.

- Juliarto, R. H. (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan. *Undip*, 6(4), 1–8.
<https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.897>
- Mahendra, R. (2015). ISO 26000 sebagai Standar Global dalam Pelaksanaan CSR. *ISO Center Indonesia*, 7, 11–13.
<https://isoindonesiacenter.com/sekilas-tentang-iso-26000/>
- Rahmi, E. (2011). Standarisasi Lingkungan (ISO 26000) sebagai Harmonisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Instrumen Hukum di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum, ISO 26000*, 1–14.
- Riyadi, R. (2010). Transformasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Pengembangan Masyarakat (Community Development). *Interaktif*, 3(2), 1–12.
- Schmidpeter, R., & Idowu, S. O. (2015). *Corporate Social Responsibility in Europe: United in Sustainable Diversity – a Summary* (Issue May).
https://doi.org/10.1007/978-3-319-13566-3_27
- Silviani, R., & Panggabean, R. R. (2015). Evaluasi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *Binus Business Review*, 6(2), 241.
<https://doi.org/10.21512/bbr.v6i2.973>



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 10: CSR DAN MARKETING

Gwenn Louida Lee Pattinama, S.E., M.M

Universitas Kristen Indonesia Maluku

BAB 10

CSR DAN MARKETING

A. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk rasa tanggung jawabnya terhadap lingkungan sosial disekitarnya. Tanggung jawab ini diberikan kepada pemangku kepentingan maupun masyarakat luas sebagai bentuk perhatian perusahaan dan tanggung jawabnya atas pemanfaatan lingkungan sosial perusahaan. CSR juga merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan (Suharto, 2010). CSR juga merupakan proses interaktif yang merangkul pemangku kepentingan secara sukarela dimana pemangku kepentingan tersebut dapat berasal dari internal perusahaan (karyawan) dan juga berasal dari eksternal perusahaan (pelanggan, pemasok, pemegang saham, investor, dan masyarakat lokal).

Secara umum program CSR dalam pelaksanaannya memiliki beberapa tujuan, sebagai berikut :

1. Mendukung upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah terutama pada tingkat desa dan masyarakat untuk meningkatkan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya yang lebih baik di sekitar wilayah kegiatan perusahaan.
2. Memberikan kesempatan bekerja dan berusaha bagi masyarakat
3. Membantu pemerintah dalam rangka mengentaskan kemiskinan dan pengembangan ekonomi wilayah (Rudito, Budimanta, & Prasejo, 2004)

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. M., Alsharqi, O. Z., Al-Borie, H. M., Ashoor, M. M., & Al-Orige, A. S. (2016). *Corporate Social Responsibility and Brand Image : An Empirical Investigation of Private Sector Hospital in Saudi Arabia. International Business Research*, 91-97.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Green, T., & Peloza, T. (2011). How Does *Corporate Social Responsibility* Create Value for Consumer ? *Journal of Consumer Marketing*. 28 (1), 48-56.
- He, Y., & Lai, K. K. (2014). *The Effect of Corporate Social Responsibility on Brand Loyalty : The Mediating Role of Brand Image*.
- Kerin, R., & Peterson, R. (2007). *Strategic Marketing Problem. Case and Comments*. Eleventh Edition. Person Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Nancy, L. (2005). *Corporate Social Responsibility ; Doing the Most Good you're your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Kottler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Edisi bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Lopez, S., & Gloria , L. (2017). The *Corporate Social Responsibility* and the Marketing Strategy : Influence on the Customer's Purchase Decision. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 8. No. 2, 74-82.
- Madariaga, J. G., & Rifera, F. R. (2017). *Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, Corporate Reputation, and Firms' Market Value : Edivance from Automobile Industry. Spanish Journal of Marketing*, 21 (S1):39-53.
- Maignan, I., & Ferrel, O. C. (2004). *Corporate Social Responsibility and Marketing : An Integrative Framework. Journal of the Academy of Marketing Science*, 3 - 19.

- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do Consumers Expect Companies ? The Impact of *Corporate Social Responsibility* on Buying Behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 35 (1), 45-72.
- Rahman, M., Serrano, M. R., & Lambkin, M. (2017). *Corporate Social Responsibility* and Marketing Performance : The Moderating Role Of Advertising Intensity. *Journal of Advertising Research*, 368-378.
- Rudito, B., Budimanta, A., & Prasejo, A. (2004). *Corporate Social Responsibility : Jawaban Bagi Modal Pembangunan Masa Kini*. Jakarta: ICSD.
- Suharto. (2010). *CSR & Comdev : Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. B. (2007). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: The Jakarta COUNSULTING GROUP.
- Susiloadi, P. (2008). Implementasi *Corporate Social Responsibility* untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. *Spirit Publik*, Vol. 4. No. 2, 123-130.
- TopBusiness. (2021, Oktober 12). Rubrik Ekonomi. Ambon, Maluku, Indones.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing.
- Yulianita, N. (2008). CSR Sebagai Aktivitas "Social Marketing Public Relations". *Mediator*, Vol.9 No. 1, Juni, 125.



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 11: PERGESERAN CSR DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Marlya Fatira AK, S.E. M.Si.

Perguruan Tinggi Vokasi: Politeknik Negeri Medan

BAB 11

PERGESERAN CSR DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

A. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility sering dikenal dengan istilah CSR merupakan aktivitas yang dilakukan perusahaan berdasarkan kebutuhan dan keinginannya dengan melandaskan kepada etika bisnis dari perusahaan tersebut. Aktivitas yang dilakukan pada divisi CSR akan memberikan dampak pada citra perusahaan yang akhirnya akan membentuk opini positif bila pesan kebaikan dari aktivitas CSR dapat dilaksanakan dengan baik. Dalam hal ini, setiap perusahaan akan berupaya untuk membangun citra positif perusahaan memanfaatkan program CSR yang ada. Dalam perkembangannya di era yang serba *Digital* saat ini, yang disebut sebagai era revolusi industri 4.0 maka upaya untuk menyalurkan CSR guna membangun citra positif perusahaan dilakukan tidak lagi secara konvensional, melainkan memanfaatkan teknologi *Digital* serta pemanfaatan media sosial. Kondisi ini menjadikan kemudahan dan keterkaitan langsung dari masyarakat dan pihak perusahaan yang peduli terhadap pemberdayaan masyarakat. Kondisi ini memang telah menunjukkan persegeraan yang berarti dan menjadikan setiap perusahaan semakin adaptif untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi sesuai kebutuhan penggunaannya guna mendukung kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulianur, P. R., Syaifuddin, M., & Afrilia, D. (2020). *Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Upaya Harmonisasi Antara Perusahaan Dengan Masyarakat Pada Pt* Repository.Unsri.Ac.Id. <https://Repository.Unsri.Ac.Id/27575/>
- Haerani, F. (2017). Strategi Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Rangka Meningkatkan Reputasi Perusahaan (Dalam Kajian Aspek Hukum Bisnis). *Lex Librum: Jurnal Ilmu Hukum*. <http://Lexlibrum.Id/Index.Php/Lexlibrum/Article/View/99/97>
- Harmoni, A. (2011). Media Richness Theory Dan Potensi Website Sebagai Media Komunikasi Csr Oleh Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Program Studi* <http://Repository.Gunadarma.Ac.Id/1303/>
- Illia, L., Romenti, S., Rodríguez-Cánovas, B., & ... (2017). Exploring Corporations' Dialogue About Csr In The Digital Era. *Journal Of Business* <https://Doi.Org/10.1007/S10551-015-2924-6>
- Mahmud, B. Y., & Ratmanto, T. (2016). *Program Corporate Social Responsibility (Csr) "Bandung Digital Valley" Pt. Telekomunikasi Indonesia*. Repository.Unisba.Ac.Id. <http://Repository.Unisba.Ac.Id/Handle/123456789/7224>
- Nurkhin, A. (2010). Corporate Governance Dan Profitabilitas, Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Csr Sosial Perusahaan. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. <https://Journal.Unnes.Ac.Id/Nju/Index.Php/Jda/Article/View/1927>
- Retnaningsih, H. (2015). Permasalahan Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat. *Aspirasi*, 6(2), 177–187.
- Suhardjanto, D., & Nugraheni, S. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*. <http://Journal.Ecojoin.Org/Index.Php/Eja/Article/Download/527/506>
- Suharto, E. (2021). *Csr & Comdev: Investasi Kreatif Perusahaan Di Era Globalisasi*. Alfabeta. https://Www.Telkom.Co.Id/Sites/About-Telkom/Id_Id/Page/Program-Csr-70



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

BAB 12: LANDASAN HUKUM PELAKSANAAN CSR BAGI PERUSAHAAN

Christina Bagenda, S.H.,M.H.

Fakultas Hukum Universitas Flores

BAB 12

LANDASAN HUKUM PELAKSANAAN CSR BAGI PERUSAHAAN

A. PENDAHULUAN

Terkait Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility* (CSR)), yang juga termasuk dalam kategori hukum bidang ekonomi, sejak 2007 model kebijakan hukumnya yaitu CSR sebagai kewajiban disertai sanksi (*Mandatory*) khususnya bagi perusahaan yang bergerak di sektor usaha sumber daya alam. Dan ini bisa dilihat sejak diberlakukannya Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial di dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para *Stakeholder* berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan. CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi Pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT), dalam Pasal 74 ayat 1 diatur mengenai kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perseroan yang menangani bidang atau berhubungan dengan SDA, kemudian dalam ayat 2 mengenai perhitungan biaya dan asas kepatutan serta kewajaran, dan ayat 3 mengenai sanksi, serta ayat 4 mengenai aturan lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Haryati, Tuti. 2013. *Definisi CSR, Manfaat dan Keuntungannya Bagi Perusahaan*. <http://amynaaby.blogspot.co.id/2013/10/definisi-csr-manfaat-dan-keuntungannya.html>
- Marhin, Marthen B, Salinding dan Inggit Akim. 2017. *Implementasi Prinsip Corporate Social* <http://doi.org/10.15294/jppl.v1i1.12358>.
- Marthin, Marthen B, Salinding. 2017. *Implimentasi Prinsip Social Responsibility (CSR) Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 Tentang PT*. Journal Of Private And Cpmmercial Law Vol. 1 No. 1, November 2017.
- Rahmatullah. 2012. *Model Kemitraan Pemerintah Dengan Perusahaan Dalam Mengelola CSR: Studi Kasus di Kota Cilegon*. Sosio Informa 17, No. 1 (2012): <http://ejournal.kemsos.go.id/index.php/Sosioinforma/article/view/66/36>
- Siregar, Budi Gautama. 2015. *Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pandangan Islam*. Juris 14, No. 2 (2015). <http://dx.doi.org/10.31958/juris.v14i2.303>
- Sukarja, Detania, 2018, *Kewenangan Pembentukan Peraturan Daerah Tentang CSR oleh Pemerintah Daerah dan Implikasinya Terhadap Iklim Penanaman Modal di Daerah*. Seminar Nasional Hukum dan Sosial 2 (2018). <http://eproceeding.undiksha.ac.id/index.php/SENAHIS/article/view/1608>
- Syahputra, Erwin, dan Suteki, 2017, *Strategi Baru Pengentasan Kemiskinan Melalui Hukum Sebagai Sarana Pemberdayaan Corporate Social Responsibility*. Masalah-masalah Hukum 46, No. 1 (2017). <https://doi.org/10.14710/mmh.46.1.2017>
- Suryaningrum, Sri dkk. 2016. *Perbandingan Penerapan CSR pada PT Bukaka Teknik Utama Tbk dengan PT Adhi Karya Tbk*. AL-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 3016. Vol 2, No. 1

Wahyuningrum, Yuniarti, Irwan Noor, dan Abdul Wachid. 2014, *Pengaruh Program CSR Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan)*. Jurnal Administrasi Publik (JAP) 1, No. 5 (2014). <https://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view>

Buku:

Remy, Sjahdeini, Sutan.2006. *Pertanggungjawaban Pidana Korporasi*, Grafiti Pers, Jakarta

Yusuf, Muhamad Yasir. 2017. *Islamic CSR (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)*. Depok: Kencana. 2017

Peraturan Perundang-undangan:

Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang PM

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang PT

Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Undang-undang No. 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin

PP No. 32 Tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil

PM. Sosial RI No. 13 Tahun 2012 Tentang Forum tanggung jawab dunia usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial

Kepmenkeu No. 232/KMK.013/1989 tanggal 11 Nopember 1989 tentang Pedoman Pembinaan Pengusaha ekonomi Lemah dan Koperasi Melalui BUMN

PROFIL PENULIS

Sisca, S.E., M.M



Penulis lahir di Pematangsiantar pada tanggal 03 Desember 1985. Penulis memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung dan memperoleh gelar Magister Manajemen dari Universitas HKBP Nommensen Medan. Pada tahun 2016 diangkat menjadi Dosen Tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung dan ditempatkan pada Program Studi Manajemen. Penulis menjadi praktisi riset di bidang manajemen dan bisnis, juga menjabat sebagai Chief Editor di Jurnal Ilmiah Perguruan Tinggi. Saat ini telah berkolaborasi untuk menulis beberapa buku di bidang manajemen, manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen operasional, kewirausahaan, perilaku organisasi, dan teknologi informasi.

Dr. Dindin Abdurohim BS, S.Sos., M.M., M.Si



Penulis dilahirkan di Bandung, 2 Agustus 1971, Dosen Universitas Pasundan, tahun 2016 menyelesaikan program Doktor Administrasi Bisnis di UNPAD. Pengurus DPP Asosiasi Dosen Indonesia (AD), DPP Asosiasi Ilmu Administrasi Bisnis Indonesia (AIABI), Pengampu Mata Kuliah : Komunikasi Bisnis, Kewirausahaan, Kebijakan dan Strategi Pengembangan UMKM. Studi Kelayakan Bisnis, Kreativitas dan Inovasi dll, Aktif dalam penelitian dan Penerapan Iptek (PKM) pengembangan UMKM, Sertifikat International Trainer: Entrepreneurship and Small Business-Entrepreneurship Development Institute of India, Anggota Eurasia Foundation (from Asia) 2014-Sekarang, dan Penerima hibah Internasional Pengembangan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi, dari One Asia Foundation (OAF) pada 2019 dan 2020.

Dr. Dra. Alfiana, M.M



Dr. Dra Alfiana MM, Lahir di Bandung 9 Oktober 1965, mengawali pendidikan di SDN Sabang 2 lulus tahun 1977 Bandung, kemudian SMPN VII Bandung lulus tahun 1990, dan SMAN IX Bandung lulus tahun 1983. Pendidikan strata 1 dijalani di Universitas Katolik Parahyangan jurusan manajemen, Strata 2 di Magister Manajemen Universitas Padjadjaran dan strata 3 di Doktor ilmu Manajemen Universitas Padjadjaran. . Pengalaman kerja di PT. Daiwa perdana Bank bagian kredit, (1990-1995 pernah menjadi dosen di STIE Inaba Bandung (1995-2015), Universitas Widyatama (2015-2020), Ketua Prodi Magister Manajemen Universitas Widyatama (2018-2020) dan Universitas Muhammadiyah Bandung dengan jabatan fungsional lektor kepala. (2020 sampai sekarang) . Buku yang pernah ditulis adalah studi kelayakan bisnis untuk usaha kecil, industri sarung jok mobil, studi kelayakan untuk usaha kecil, industri dus makanan, book chapter ekonomi pembangunan, pengantar manajemen, manajemen proyek.

Puji Muniarty, S.E., M.M



Puji Muniarty, Lahir di Nunggi pada tanggal 26 Nopember 1985. Menyelesaikan pendidikan S-1 dan S-2 Manajemen Konsentrasi Manajemen Keuangan Bisnis di Universitas Mataram. Penulis mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima. Penulis pernah menjadi dosen tamu di PICOMS Internasional University College Kuala Lumpur Malaysia. Sebagai akademisi penulis juga terlibat dalam Tim Penyusunan Studi Awal Masterplan Pengembangan Ekonomi Kegiatan Koordinasi Perencanaan Pembangunan Ekonomi Kabupaten Bima, Tim Survei Pemantauan Harga (SPH) Bank Indonesia, Tim Penyusunan Naskah Akademik Pemberian Insentif Dan Kemudahan Penanaman Modal Di Kota Bima, Tim Hygiene Factor PT. PLN ULP3 Bima, Tim Konsultasi Public PT. PLN ULP3 Bima, Anggota Dewan Pengupahan Kabupaten Bima dan Tim Juri Kompetisi Wirausaha Muda Tingkat Kota Bima.

Ina Indriana, S.E., M.Si



Penulis bernama lengkap Ina Indriana. Saat ini penulis bertempat tinggal di Jl. Pasir Indah Blok F. No 146, Serang. Penulis saat ini hanya fokus riset di CSR Perusahaan, Manajemen lingkungan, Kualitas lingkungan, Sustainability Development.

Suprpto, S.Pd., M.Si



Penulis kelahiran Magetan, 20 Februari 1993. Kini membina perkuliahan Sosiologi Pemerintahan, Metode Penelitian, Pendidikan Kewarganegaraan, dan Kemitraan Sektor Privat dan Masyarakat (CSR). Kini, pria ini adalah dosen termuda di Program Studi Ilmu Pemerintahan maupun di Universitas Islam Majapahit. Suprpto beroleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) Jurusan Pendidikan Luar Sekolah (PLS), dan Magister Sains (M.Si) Sosiologi, dengan minat Sosiologi Pembangunan. Sekarang, menjadi mahasiswa Doktor Sosiologi dengan rencana kajian penelitian tentang Sosiologi Industri. Selain menekuni profesi pendidikan, Suprpto terlibat pula dalam bidang pengajaran seperti aktif di mengisi forum-forum diskusi mahasiswa baik yang formal, non formal, dan informal. Menyiapkan generasi muda pasca SMA untuk masuk ke perguruan tinggi, dan menjadi instruktur pada Balai Latihan Kerja (BLK) Komunitas. Suprpto adalah aktivis mahasiswa yang menyukai forum-forum diskusi. Beberapa karya ilmiahnya pernah diterbitkan di jurnal nasional, prosiding nasional dan internasional.

Dra. Hj. Mardhiah, M.M



Penulis dilahirkan di Tanjungpinang tanggal 3 Oktober 1963. Mulai belajar di TK. Bhayangkari Tanjungpinang dan berlanjut ke SDN 10 Tanjungpinang, penulis melanjutkan bersekolah di SMP Negeri 2 Tanjungpinang dan SMA Negeri 1 Tanjungpinang. Setelah lulus, penulis kuliah di Universitas Islam Indonesia (UII), Kota Yogyakarta tahun 1982-1986. Setelah mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi, penulis kuliah kembali guna meraih gelar Magister Manajemen di Universitas Haji Abdul Malik Karim Amarullah (UHAMKA), Kota D.K.I. Jakarta. Sejak Tahun 1989 telah memulai mengajar di Sekolah Tinggi Agama Islam Ilmu Tarbiyah (STIT) Kota Tanjungpinang yang kemudian berubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Miftahul 'Ulum yang didirikan oleh Alm. H. Bakhri Syukur, BA., ayahanda penulis sendiri. Penulis pernah menjadi anggota DPRD Kabupaten Kepulauan Riau Tahun 1997 dan menjadi pembicara di Seminar Internasional Ekonomi Syari'ah dalam rangka Perjanjian Kerja Sama Perguruan Tinggi Agama Islam wilayah Kopertais XII Riau-Kepulauan Riau dengan Universitas Islam Teknologi Malaysia Tahun 2017.

Angga Ranggana Putra, S.A.B., MBA



Penulis lahir di Rangkasbitung pada 22-Desember-1990. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 Administrasi Bisnis di Universitas Telkom dan S2 Administrasi Bisnis di Institut Teknologi Bandung. Sejak tahun 2015, Penulis aktif mengajar dan meneliti di Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Pertamina. Pengalaman pada posisi struktural diantaranya; Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Pertamina (2016-2018), Ketua Laboratorium Pengembangan Bisnis dan Penelitian Ekonomi, Universitas Pertamina (2018-2020), Kepala Konsentrasi Bidang Pemasaran, Program Studi Manajemen, Universitas Pertamina (2016 sampai sekarang). Bidang pengajaran penulis selama menjadi pengajar adalah Pengantar Bisnis, Pengantar Manajemen, Berpikir

Kritis, Pemecahan Masalah Secara Kreatif, Bisnis Internasional, Manajemen Pemasaran, Manajemen Penjualan, Manajemen Merk, Komunikasi Bisnis, dan Pemasaran Jasa. Area minat riset Penulis mencakup perilaku konsumen, branding, periklanan, pemasaran *Digital*, dan pemasaran jasa.

Andi Hartati, S.Sos, M.A



Penulis lahir di Bantaeng, 8 April 1985. Lulus S1 dari Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako Palu pada Tahun 2006. Lulus S2 pada Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada Tahun 2009. Saat ini merupakan dosen tetap Universitas Tompotika Luwuk Banggai. Menjabat sebagai Sekretaris Program Studi Ilmu Pemerintahan pada periode 2011-2015, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan pada periode 2015-2019 dan menjabat sebagai Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan periode 2019-2023. Buku yang sudah diterbitkan antara lain Buku Metodologi Penelitian Sosial, Desa dan Bumdes, dan Pengantar Ilmu Komunikasi. Beberapa hasil penelitian kerjasama antara pemerintah daerah antara lain; Indeks Pembangunan Gender, Reformasi Birokrasi dan Penyusunan Naskah Akademis Rencana Umum Penanaman Modal Kabupaten Banggai. Google scholar id. VFX_kD4AAAAJ Orcid id. <http://0000-0002-6267-2705>

Gwenn Louida Lee Pattinama, S.E., M.M



Menjalani tugas sebagai dosen professional Sejak tahun 1995 pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Maluku, penulis senantiasa melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai tugas pokok dan juga tugas-tugas tambahan yang mendukung aktivitas akademik serta pengembangan ilmu pengetahuan. Lulus Sekolah Meneng Atas Xaverius Ambon jurusan IPS, menjadi awal mula penulis menekuni bidang ekonomi. Setelah Lulus SMA pada tahun 1987, penulis melanjutkan pendidikan pada pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Maluku dan lulus dengan gelar Sarjana Ekonomi pada tahun 1994 dan kemudian melanjutkan pendidikan Magister pada Sekolah Tinggi Manajemen PPM serta lulus pada tahun 1999. Beberapa tugas tambahan yang pernah diemban dalam aktivitas sebagai dosen adalah menjabat sebagai Sekertaris Program Studi Manajemen Keuangan dan Perbankan dan Wakil Dekan II bidang keuangan FE UKI Maluku. Penulis juga terlibat aktif dalam berbagai forum-forum kajian ilmiah dan organisasi keagamaan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat.

Marlya Fatira AK, S.E. M.Si



Penulis adalah dosen di Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Perguruan Tinggi Vokasi: Politeknik Negeri Medan, sejak tahun 2002-sekarang. Pendidikannya S1 nya lulus tahun 2001 dari Fakultas Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Sumatera Utara, Pendidikan S2 nya lulus dari Program Pascasarjana Kajian Timur Tengah dan Islam (PSTTI) Universitas Indonesia tahun 2010 dengan bidang keahlian Ekonomi Keuangan Syariah dengan konsentrasi Perbankan Syariah. Perempuan kelahiran Langsa (Aceh Timur), 30 Oktober 1978 ini sejak tahun 2005 aktif mengajarkan matakuliah kompetensi keuangan dan perbankan syariah. Riwayat Jabatan yang dimilikinya adalah: saat ini sebagai Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan, juga

sebagai Plt. Kepala Unit Jasa dan Produksi (UPT JASPRO) Politeknik Negeri Medan (2021-2023), Reviewer Nasional di Kemendikbud Dirjen Vokasi untuk bidang Program Kreativitas Mahasiswa (PKM), Assesor Kompetensi Perbankan dan Keuangan di Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Politeknik Negeri Medan tahun 2016-sekarang, Kepala Program Studi Perbankan dan Keuangan Tahun 2012-2013, Ketua V Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Wilayah SUMUT Bidang pengkajian, Pelatihan dan Kaderisasi tahun 2012-2014, Sekretaris Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UPPM) Politeknik Negeri Medan tahun 2016-2018, Sekretaris Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Medan tahun 2018-2020, Bendahara II di Organisasi Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Wilayah SUMUT (2017-2022), Sekretaris Komisariat IAEI Politeknik Negeri Medan tahun 2017-2022, Editor Jurnal BILAL (Bisnis Ekonomi Halal), Editor Jurnal MADIYA (Masyarakat Mandiri Berkarya), Reviewer Internal Politeknik Negeri Medan bidang Penelitian, Reviewer Internal Politeknik Negeri Medan bidang Pengabdian kepada Masyarakat, Reviewer Jurnal Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, terakreditasi Peringkat SINTA 4, Reviewer Jurnal Pengabdian Mitra Medika. Narasumber dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan, penelitian dan pengabdian masyarakat. Aktif menulis buku, artikel pada berbagai jurnal nasional dan internasional untuk bidang ekonomi, keuangan dan perbankan syariah. Aktif melakukan Conference baik nasional maupun internasional. Mulai menulis buku tahun 2013 tentang Pengantar Perbankan Syariah untuk Profesional Muda, buku Ekonomi Syariah tahun 2020, Memahami Operasional Bank Syariah tahun 2020, Manajemen Perbankan tahun 2020, Akuntansi Syariah tahun 2021, Pembelajaran *Digital* tahun 2021 dan Kewirausahaan tahun 2021. Komunikasi dengan Penulis dapat disampaikan melalui e-mail: marlyafatira@polmed.ac.id

Christina Bagenda, S.H., M.H



Penulis adalah Dosen tetap Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Flores Ende – Flores – NTT dari Tahun 2003 sampai sekarang, Penulis yang gemar membaca dan film kartun ini menyelesaikan pendidikan formal Sarjana Hukum (Keperdataan) di Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar dan Magister Hukum (Keperdataan) di Universitas Hasanuddin Makassar. Mata kuliah yang diampu adalah Hukum Perdata, Hukum Dagang, Hukum Perikatan, Hukum Acara Perdata dan juga mengajar ,mata kuliah seperti Aspek Hukum Dalam Bisnis dan Hukum Bisnis diFakultas Ekonomi; Book Chapter ini adalah yang ke-7 di Penerbit Widina. Semoga Buku ini bermanfaat bagi pembaca, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk penulisan buku ini.
Email: bagendatitin@gmail.com

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN

Setiap bisnis memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat atau lingkungan tempatnya berdiri. Sifat tanggung jawab sosial ini harus dilakukan, agar tidak menimbulkan ancaman pada perusahaan. CSR merupakan salah satu program untuk memenuhi kewajiban tersebut.

Kepanjangan dari CSR adalah Corporate Social Responsibility yang mana segala bentuk aktivitas bisnis dimana perusahaan bertanggung jawab secara sosial kepada pemangku kepentingan dan masyarakat luas sebagai bentuk perhatiannya dalam meningkatkan kesejahteraan dan berdampak positif bagi lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan untuk jangka waktu yang panjang. CSR tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak diskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok. Seperti yang kita ketahui, sebuah perusahaan besar akan menimbulkan berbagai potensi risiko merusak lingkungan.

Keberadaan CSR perusahaan diharapkan dapat membantu mengurangi bahkan membuat risiko tersebut menjadi sangat minim bahkan tidak ada. Berdasarkan hal tersebut maka, buku ini menyajikan segala yang dibutuhkan oleh para pengelola perusahaan dalam menjalankan roda perputaran perusahaan agar dapat menciptakan kualitas dan kuantitas perusahaan yang baik.

Oleh sebab itu buku ini hadir dihadapan sidang pembaca sebagai bagian dari upaya diskusi sekaligus dalam rangka melengkapi khazanah keilmuan dibidang manajemen perusahaan, sehingga buku ini sangat cocok untuk dijadikan bahan acuan bagi kalangan intelektual dilingkungan perguruan tinggi ataupun praktisi yang berkecimpung langsung dibidang manajemen perusahaan.