

PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Luthfi Parinduri, Marlanfar, Abdul Halim

Fakultas Teknik, Universitas Islam Sumatera Utara

Jl. SM. Raja Teladan, Medan (20217)

luthfi@yahoo.co.id

Abstrak

Setiap bentuk perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk mengembangkan lingkungan sekitarnya melalui program-program social seperti program pendidikan dan lingkungan dan lain sebagainya. Yang demikian itu disebut corporate social responsibility (CSR). Corporate Social Responsibility merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersama dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. Penerapan CSR di Indonesia muncul diakhir dekade 1990-an. Kondisi penting yang melahirkan CSR di Indonesia karena gerakan sosial berupa tekanan dari LSM lingkungan, LSM buruh, serta LSM Perempuan. Selain itu adanya kesadaran untuk menjalankan praktik CSR dari perusahaan. Program CSR sudah mulai bermunculan di Indonesia seiring telah disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Kata-Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Komitmen Berkelanjutan, CSR

Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) ialah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial di dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para stakeholder berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan.

Menurut Zadek, Fostator, Rapnas CSR adalah bagian yang tidak terpisahkan dari strategi bersaing jangka panjang yang berorientasi pada advokasi pendampingan & kebijakan publik.

CSR (Program Corporate Social Responsibility) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang baru. Undang-undang ini disahkan dalam sidang paripurna DPR.

Dalam pasal 74 ayat 1 diatur mengenai kewajiban Tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perseroan yang menangani bidang atau berkaitan dengan SDA, ayat 2 mengenai perhitungan biaya dan asas kepatutan serta kewajiban, ayat 3 mengenai sanksi, dan ayat 4 mengenai aturan lanjutan. Ketiga, Undang – Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyebutkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.

Namun UU ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal CSR bagi perusahaan nasional. Tentu saja kedua ketentuan undang - undang tersebut diatas membuat fobia sejumlah kalangan terutama pelaku usaha swasta lokal. Apalagi munculnya Pasal 74 UU PT yang terdiri dari 4 ayat itu sempat mengundang polemik. Pro dan kontra terhadap ketentuan tersebut masih tetap berlanjut sampai sekarang. Kalangan pelaku bisnis yang tergabung dalam Kadin dan Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) yang sangat keras menentang kehadiran dari pasal tersebut.

Jika ditarik pada berbagai pengertian di atas maka CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan pada stakeholders dalam arti luas disekedar kepentingan perusahaan belaka. Dengan kata lain, meskipun secara moral adalah baik bahwa perusahaan maupun penanam modal mengejar keuntungan, bukan berarti perusahaan ataupun penanam modal dibenarkan mencapai keuntungan dengan mengorbankan kepentingan - kepentingan pihak lain yang terkait.

A. Sejarah Corporate Social Responsibility (CSR)

Istilah CSR pertama kali menyeruak dalam tulisan Social Responsibility of the Businessman tahun 1953. Konsep yang digagas Howard Rothmann Brown ini menjawab keresahan dunia bisnis. Belakangan CSR segera diadopsi, karena bias jadi penawar kesan buruk perusahaan yang terlanjur dalam pikiran masyarakat dan lebih dari itu pengusaha di cap sebagai pemburu uang yang tidak peduli pada dampak kemiskinan dan kerusakan lingkungan. Kendati sederhana, istilah CSR amat marketable melalui CSR pengusaha tidak perlu diganggu perasaan bersalah.

CSR merupakan tanggung jawab aktivitas sosial kemasyarakatan yang tidak berorientasi profit. John Elkington dalam buku “Triple Bottom Line” dengan 3P tipe yaitu: Profit yang bermakna mendukung laba perusahaan, People yang bermakna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan Planet yang bermakna meningkatkan kualitas lingkungan dengan hubungan seperti Gambar 1.



Gambar 1. Triple Bottom Line

Pengertian CSR sangat beragam. Intinya, CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan. Beberapa nama lain yang memiliki kemiripan dan bahkan sering diidentikkan dengan CSR adalah corporate giving, corporate philanthropy, corporate community relations, dan community development.

Ditinjau dari motivasinya, keempat nama itu bisa dimaknai sebagai dimensi atau pendekatan CSR. Jika corporate giving bermotif amal atau charity, corporate philanthropy bermotif kemanusiaan dan corporate community relations bernapaskantebat pesona, community development lebih bernuansa pemberdayaan.

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998) karya John Elkington. Mengembangkan tiga komponen penting sustainable development, yakni economic growth, environmental protection, dan social equity yang digagas the World Commission on Environment and Development (WCED) dalam Brundtland Report (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P (profit, planet, dan people). Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (profit), tetapi memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (planet) dan kesejahteraan masyarakat (people).

B. Apa itu Triple Bottom Line?

Secara tradisional, para pemimpin bisnis memusatkan perhatian pada garis bawah mereka — atau, keuntungan moneter yang dihasilkan oleh bisnis mereka. Saat ini, semakin banyak pemimpin mulai berpikir secara berkelanjutan. Teori triple bottom line memperluas kerangka kerja akuntansi tradisional untuk mencakup dua bidang kinerja lainnya: dampak sosial dan lingkungan perusahaan mereka. Tiga garis bawah ini sering disebut sebagai tiga P: orang, planet, dan laba. Inilah masing-masing "P" secara lebih rinci.

People

"Orang-orang" menganggap karyawan, tenaga kerja yang terlibat dalam pekerjaan korporasi, dan komunitas yang lebih luas tempat perusahaan berbisnis. Cara lain untuk melihat "orang" adalah, seberapa besar manfaat perusahaan bagi masyarakat? Perusahaan triple bottom line membayar upah yang adil dan mengambil langkah-langkah untuk memastikan kondisi kerja yang manusiawi di pabrik pemasok.

Perusahaan triple bottom line berupaya untuk "memberikan kembali" kepada masyarakat. Misalnya, 3M bermitra dengan United Way untuk mendanai pendidikan STEM di seluruh dunia. Inisiatif ini adalah contoh dari "kepentingan pribadi yang tercerahkan" - bertindak untuk memajukan kepentingan orang lain, pada akhirnya, untuk melayani kepentingan diri sendiri. Manfaat komunitas, dan 3M menyediakan sendiri sumber ilmuwan dan inovator yang berpendidikan untuk generasi yang akan datang.

Planet

Sebuah jajak pendapat Gallup 2016 mengungkapkan bahwa 64 persen orang Amerika khawatir tentang pemanasan global. Opini publik telah menentukan bahwa perusahaan yang merusak lingkungan juga harus menanggung biayanya, dan Anda dapat bertaruh bahwa bisnis memerhatikan. Sepotong "planet" dari triple bottom line menunjukkan bahwa suatu organisasi berusaha untuk mengurangi jejak ekologisnya sebanyak mungkin. Upaya-upaya ini dapat termasuk mengurangi limbah, berinvestasi dalam energi terbarukan, mengelola sumber daya alam secara lebih efisien, dan meningkatkan logistik.

Misalnya, Apple telah banyak berinvestasi dalam kelestarian lingkungan. Pusat datanya yang besar di AS disertifikasi LEED. Pada 2016, perusahaan mengumumkan bahwa 93 persen energinya berasal dari energi terbarukan. Tindakan-tindakan ini telah mendorong raksasa teknologi lainnya seperti Facebook dan Google untuk menggunakan sumber energi yang lebih terbarukan untuk memperkuat fasilitas.

Profit

Sementara setiap bisnis mengejar keuntungan finansial, bisnis triple bottom line melihatnya sebagai salah satu bagian dari rencana bisnis. Organisasi yang berkelanjutan juga mengakui bahwa "laba" tidak bertentangan dengan "manusia" atau "planet". Raksasa furnitur Swedia IKEA melaporkan penjualan \$ 37,6 miliar pada 2016. Pada tahun yang sama, perusahaan menghasilkan laba dengan mendaur ulang limbah menjadi sebagian produk terlaris. Sebelumnya, limbah ini telah menelan biaya perusahaan lebih dari \$ 1 juta per tahun. Dan perusahaan ini sedang dalam perjalanan menuju "zero waste to landfill" di seluruh dunia. Menurut Joanna Yarrow, kepala keberlanjutan IKEA untuk Inggris,

“Kami tidak melakukan ini karena kami pemalsu pohon, kami melakukan ini karena sangat hemat biaya

C. Dasar Hukum Corporate Social Responsibility (CSR)

Landasan hukum yang menyangkut CSR terdapat dalam berbagai Undang-Undang dan Peraturan, diantaranya adalah UU. 40 tahun 2007 yang berisi peraturan mengenai diwajibkannya melakukan CSR. Direksi yang bertanggung jawab bila ada permasalahan hukum yang menyangkut perusahaan & CSR.

Penjelasan pasal 15 huruf b UU Penanaman Modal menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan” adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Pasal 1 angka 3 UUPT, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya. Secara lebih terperinci adalah sebagai berikut:

Dasar Hukum

- a. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM)
- b. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT)
- c. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 232/KMK.013/1989 tanggal 11 Nopember 1989 tentang Pedoman Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN).
- d. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.
- e. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN
- f. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- g. Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin
- h. Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum tanggungjawab dunia usaha dalam penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial.

Regulasi

1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM) Pasal 15 huruf b UUPM menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Pasal 16 huruf d menyatakan bahwa setiap penanam modal

bertanggungjawab terhadap kelestarian lingkungan hidup. Pasal 16 huruf e UUPM menyatakan bahwa setiap penanam modal bertanggungjawab untuk menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja.

2. Selanjutnya Pasal 17 UUPM menentukan bahwa penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) UU No 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat (1), (2), (3), dan (4), bunyi pasal tersebut sebagai berikut:
 - a. Undang-undang Perseroan Terbatas tersebut menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan;
 - b. b) Tanggung jawab social dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran;
 - c. c) Perseroan Terbatas tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana pasal 1 dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - d. d) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab social dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.
4. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 232/KMK.013/1989 tanggal 11 Nopember 1989 tentang Pedoman Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Dana pembinaan disediakan dari penyisihan sebagian laba BUMN sebesar 1%-5% (dari laba setelah pajak). Nama program saat itu lebih dikenal dengan Program Pegelkop (Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi). Pada Tahun 1994, nama program Pegelkop diubah menjadi Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (Program PUKK) berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi melalui pemanfaatan dana dari Bagian Laba BUMN.
5. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha

- Kecil.
Penjelasan Pasal 16, lembaga pembiayaan menyediakan dukungan modal untuk pembinaan dan pengembangan usaha kecil antara lain meliputi sekema modal awal, modal bergulir, kredit usaha kecil, kredit program dan kredit modal kerja usaha kecil, kredit kemitraan, modal ventura, dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN), anjak piutang dan kredit lainnya. Sebagai tindak lanjut dari PP No. 32 Tahun 1998 ini dikeluarkanlah Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan BUMN/Kepala Badan Pembina BUMN No. Kep-216/M-PBUMN/1999 tanggal 28 September 1999 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan BUMN.
6. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN
Pasal 2, ... salah satu tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat. Pasal 88 ayat (1). ...BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil/koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN. Sebagai tindak lanjut UU No. 19 Tahun 2003 ini dikeluarkanlah Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
 7. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
Pasal 21, ... Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya. PKBL merupakan Program Pembinaan Usaha Kecil dan pemberdayaan kondisi lingkungan oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Jumlah penyisihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan maksimal 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan.
 8. Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin
Undang-undang ini tidak membahas secara khusus peran dan fungsi perusahaan dalam menangani fakir miskin, melainkan terdapat klausul dalam pasal 36 ayat 1 "Sumber pendanaan dalam penanganan fakir miskin, meliputi: c. dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan. Diperjelas dalam ayat 2 Dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf digunakan sebesar-besarnya untuk

penanganan fakir miskin. Pasal 41 tentang "Peran Serta Masyarakat", dalam ayat 3 dijelaskan bahwa "Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf j berperan serta dalam menyediakan dana pengembangan masyarakat sebagai pewujudan dari tanggung jawab sosial terhadap penanganan fakir miskin.

9. Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum tanggungjawab dunia usaha dalam penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial.
Kementerian Sosial memandang penting dibentuknya forum CSR pada level Provinsi, sebagai sarana kemitraan antara pemerintah dengan dunia usaha. Rekomendasi Permensos adalah dibentuknya Forum CSR di tingkat provinsi beserta pengisian struktur kepengurusan yang dikukuhkan oleh Gubernur.

D. Alasan Terkait CSR dengan Bisnis

Hasil Survey "The Millenium Poll on CSR" (1999) yang dilakukan oleh Environics International (Toronto) Conference Board (New York) dan Prince of Wales Business Leader Forum (London) di antara 25.000 responden dari 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini tentang perusahaan, 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktik terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan paling berperan. Sedangkan bagi 40% lainnya, citra perusahaan & brand image-lah yang akan paling memengaruhi kesan mereka. Hanya 1/3 yang mendasari opininya atas faktor-faktor bisnis fundamental seperti faktor finansial, ukuran perusahaan, strategi perusahaan, atau manajemen.

Lebih lanjut, sikap konsumen terhadap perusahaan yang dinilai tidak melakukan CSR adalah ingin "menghukum" (40%) dan 50% tidak akan membeli produk dari perusahaan yang bersangkutan dan/atau bicara kepada orang lain tentang kekurangan perusahaan tersebut.

E. Prinsip-Prinsip yang Harus Dipegang dalam Melaksanakan CSR

Prinsip pertama adalah kesinambungan atau sustainability. Ini bukan berarti perusahaan akan terus-menerus memberikan bantuan kepada masyarakat. Tetapi, program yang dirancang harus memiliki dampak yang berkelanjutan. CSR berbeda dengan donasi bencana alam yang bersifat tidak terduga dan tidak dapat di prediksi. Itu menjadi aktivitas kedermawanan dan bagus.

Prinsip kedua, CSR merupakan program jangka panjang. Perusahaan mesti menyadari bahwa sebuah bisnis bisa tumbuh karena dukungan atmosfer sosial dari lingkungan di sekitarnya. Karena itu, CSR yang dilakukan adalah wujud pemeliharaan relasi yang baik dengan masyarakat. Ia bukanlah aktivitas sesaat untuk mendongkrak popularitas atau mengejar profit.

Perinsip ketiga, CSR akan berdampak positif kepada masyarakat, baik secara ekonomi, lingkungan, maupun sosial. Perusahaan yang melakukan CSR mesti peduli dan mempertimbangkan sampai kedampaknya .

Prinsip keempat, dana yang diambil untuk CSR tidak dimasukkan ke dalam cost structure perusahaan sebagaimana budget untuk marketing yang pada akhirnya akan ditransformasikan ke harga jual produk . “CSR yang benar tidak membebani konsumen .

F. Indikator Keberhasilan CSR

Indikator keberhasilan dapat dilihat dari dua sisi perusahaan dan masyarakat . Dari sisi perusahaan , citranya harus semakin baik di mata masyarakat . Sementara itu , dari sisi masyarakat , harus ada peningkatan kualitas hidup . Karenanya , penting bagi perusahaan melakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program CSR , baik secara kuantitatif maupun kualitatif . Satu hal yang perlu diingat , “Salah satu ukuran penting keberhasilan CSR adalah jika masyarakat yang dibantu bisa mandiri , tidak melulu bergantung pada pertolongan orang lain .

Kesimpulan

CSR merupakan tanggung jawab sosial dari perusahaan pada dasarnya memiliki konsep dengan visi yang sama yang untuk pembangunan yang berkelanjutan. Konsep yang dikembangkan disesuaikan dengan dimensi - dimensi yang ingin diterapkan oleh perusahaan. Berbicara tentang visi keberlanjutan dari CSR, hal ini berkaitan dengan proses-proses yang menjadi tahapan yang harus dilewati oleh perusahaan. Misalnya dari segi CSR untuk pemberdayaan masyarakat penerapan CSR dimulai dari pengokohan perusahaan untuk mencapai keberhasilan dari segi finansial , kemudian ekonomi, sehingga dapat berdampak pada sosial dan lingkungan. Sementara itu, adanya issue-issue yang berkembang dalam penerapan CSR ini juga menjadi hal yang perlu diantisipasi terlebih jika issue yang dimaksud lebih kepada pemaksimalan dampak negatif adanya .

Daftar Pustaka

- [1] Arif Zulkifli Nasution, 2018, Dasar Hukum SR, diunduh pada tanggal 28 Mei 2019 dari <https://bangazul.com/dasar-dasarkum-csr/>
- [2] Budi Gautama Siregar, 2015, *Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pandangan Islam*, Juris Volume 14, Nomor 2 (Juli-Desember 2015), Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan
- [3] Dinda Fathia, 2018, *Implementasi Program Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Hukum Islam* (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh), Skripsi, Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam - Banda Aceh
- [4] Mega Karunia Rosdwianti Moch. Dzulkirom AR Zahroh Z.A, 2016, *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014)* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 38 No.2 September 2016|
- [5] Novi Nur Indah Sari Achmad Fauzi dan Sunarti, 2014, *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra (Survei pada Masyarakat yang Bekerja di Pabrik Gula Kebon Agung yang Bertempat Tinggal di Daerah Kebon Agung Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 8 No. 2 Maret 2014| administrasi bisnis. studentjournal.ub.ac.id, Universitas Brawijaya, Malang.
- [6] Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN
- [7] Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal
- [8] Undang-Undang No 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas
- [9] Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- [10] Yusuf Wibisono, 2011, *Membedah Konsep Dan Aplikasi CSR (Corporate Sosial Responsibility)*, Yogyakarta, Graha Ilmu.