

Implementasi Corporate Social Responsibility pada Perusahaan PT Bayan Resources Tbk Tabang

Implementation of Corporate Social Responsibility in PT Bayan Resources Tbk Tabang Company

Ulfa Anisun¹, Salmah Pattisahusiwa^{2✉}

¹Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

²Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

✉ *Corresponding author:* salmah.pattisahusiwa@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kegiatan CSR dalam keseimbangan pertumbuhan ekonomi, sosial maupun lingkungan (Tripple Bottom Line), respon masyarakat terhadap program CSR PT Bayan Resources Tbk, Dampak CSR terhadap Image PT Bayan Resources Tbk dan keberlanjutan perusahaan. Subjek penelitian ini melibatkan pemerintah desa dan masyarakat sekitar yang mengetahui pelaksanaan CSR perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah: PT Bayan Resources Tbk memberi dampak yang baik bagi masyarakat dalam keseimbangan pertumbuhan ekonomi, sosial maupun lingkungan sekitar perusahaan. Dalam menerapkan CSR dalam keberlanjutan perusahaan, Perusahaan akan melibatkan partisipasi masyarakat, Baik secara objek maupun subjek program CSR. Wujud nyata PT Bayan Resources Tbk dalam memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan sosial, ekonomi dan lingkungan masyarakat dapat dibuktikan dari terbentuknya program CSR.

Abstract

This research aims to find out how the implementation of CSR activities balances economic, social and environmental growth (Tripple Bottom Line), the community's response to PT Bayan Resources Tbk's CSR program, the impact of CSR on the image of PT Bayan Resources Tbk and the company's sustainability. The subject of this research involves the village government and surrounding communities who are aware of the company's CSR implementation. The type of research used is a qualitative approach with descriptive methods. The data collection methods used were observation, interviews and documentation. The results of this research are: PT Bayan Resources Tbk has had a good impact on society in terms of balancing economic, social and environmental growth around the company. In implementing CSR in corporate sustainability, the Company will involve community participation, both in terms of the object and subject of the CSR program. The concrete manifestation of PT Bayan Resources Tbk in paying attention to environmental sustainability and improving the social, economic and environmental welfare of the community can be proven from the formation of the CSR program.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2026 Ulfa Anisun, Salmah Pattisahusiwa.

Article history

Received 2026-02-10

Accepted 2026-04-15

Published 2026-04-30

Kata kunci

Corporate Social Responsibility (CSR); Tripple Bottom Line; Citra perusahaan.

Keywords

Corporate Social Responsibility (CSR); Triple Bottom Line; Company image.

PENDAHULUAN

Salah satu perusahaan pertambangan yang paling banyak berdiri di Indonesia adalah perusahaan pertambangan batubara. Pertambangan batubara merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami perkembangan dan memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Sektor ini tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan daerah, tetapi juga menghadapi tantangan signifikan terkait dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas penambangan seperti mengakibatkan rusaknya vegetasi yang tidak jarang berasal dari alih fungsi hutan produktif atau perkebunan milik masyarakat serta aktivitas perusahaan yang masih memanfaatkan jalan umum dalam operasional pengangkutan hasil tambangnya. Dalam menghadapi tantangan ini, Corporate Social Responsibility (CSR) muncul sebagai pendekatan strategis bagi perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dengan memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Untuk perusahaan pertambangan, penerapan CSR tidak hanya menjadi kewajiban yang diatur oleh hukum, tetapi juga sebagai upaya untuk membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Namun, terlepas dari peraturan tersebut, CSR seharusnya dilaksanakan oleh perusahaan secara sukarela dan atas kesadaran sendiri sebagai bentuk pertanggungjawabannya kepada lingkungan dan masyarakat sekitar (Tamara, 2012).

Di Indonesia, pelaksanaan CSR di sektor pertambangan batu bara masih mengalami berbagai kendala, seperti rendahnya kesadaran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan kurangnya partisipasi masyarakat dalam program-program CSR yang ada. Namun, beberapa perusahaan, termasuk PT Bayan Resources Tbk, telah menunjukkan bahwa penerapan CSR yang efektif dapat memberikan dampak positif yang signifikan. PT Bayan Resource Tbk adalah perusahaan yang beroperasi di Kalimantan Timur dan Selatan dan aktif dalam melakukan program CSR (Corporate Social Responsibility). Sebagai perusahaan yang mempunyai pendekatan terkait menghargai budaya lokal, PT Bayan Resources Tbk berupaya untuk membangun hubungan dan mengusahakan program-program pengembangan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar yang dimana sesuai dengan misi dari perusahaan yaitu menjunjung tanggung jawab sosial perusahaan dengan meningkatkan kesejahteraan karyawan, standar kesehatan dan keselamatan, serta kebijakan dan pengembangan terhadap lingkungan dan masyarakat. Penerapan CSR PT Bayan Resources Tbk di laksanakan melalui program-program CSR yang berfokus pada pendidikan, kesehatan, dan pengembangan infrastruktur, perusahaan dapat membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar serta memperkuat keberlanjutan operasional mereka.

Implementasi program CSR (Corporate Social Responsibility) bertujuan untuk menciptakan perubahan dalam hal kemandirian pada masyarakat dan diharapkan dapat membangun citra positif sebagai perusahaan yang peduli terhadap masalah sosial atau lingkungan. Peningkatan citra perusahaan akan meningkatkan kepercayaan baik dari konsumen maupun mitra bisnis perusahaan. Karena itu, efektif tidaknya suatu inisiatif CSR harus dilihat dari apakah memberikan dampak perubahan positif pada masyarakat atau tidak (Anasrul, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi CSR di perusahaan pertambangan batu bara, dengan fokus pada PT Bayan Resources Tbk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana CSR dapat dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan citra positif bagi perusahaan di industri yang penuh tantangan ini.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah sebuah teori yang membahas hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan selalu berusaha menciptakan keharmonisan dan keselarasan antara nilai sosial dalam aktivitas operasinya. Teori

legitimasi menjelaskan perusahaan memiliki kontrak dengan sosial dan lingkungan sekitarnya, hal ini diartikan bahwa dalam menjalankan kegiatan operasi perusahaan harus selalu dapat diterima oleh masyarakat dan dapat dipastikan sesuai dengan aturan yang berlaku di lingkungan sekitarnya. (Yusi Mandaika, 2015)

Dalam pernyataan teori legitimasi terdapat istilah “kontrak sosial. Kontrak sosial merupakan salah satu cara untuk menjelaskan besarnya harapan masyarakat terkait bagaimana seharusnya suatu perusahaan melaksanakan operasinya. Seiring berjalannya waktu, harapan masyarakat sering berubah-ubah. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk lebih responsive terhadap lingkungan dimana mereka beroperasi (Rokhlinasari, 2012). Salah satu bentuk tindakan yang dianggap berkaitan dengan kontrak sosial yang diberikan oleh perusahaan dalam mewujudkan keinginan masyarakat adalah dengan cara melaksanakan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan tanggung jawab atau CSR (Corporate Social Responsibility).

Definisi CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan sebuah konsep yang terus berkembang akhir-akhir ini dan menjadi semakin banyak dibicarakan seiring dengan meningkatnya perhatian dan tuntutan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah pendekatan bisnis atau bentuk tanggungjawab perusahaan kepada seluruh stakeholders dengan memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dan memperhatikan aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Terkait dengan hal ini, Frederick menyatakan bahwa perusahaan harus memperhatikan atau mengawasi operasional dari sistem ekonomi sesuai dengan harapan publik. Sedangkan McGlure lebih menegaskan bahwa ide tanggung jawab sosial mengharuskan perusahaan tidak hanya berkewajiban secara ekonomi dan hukum, tetapi juga tanggung jawab terhadap masyarakat. (Jumadiyah, 2018).

Perkembangan CSR (*Corporate Social Responsibility*)

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk ikut serta dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan. Menurut Alex Gunawan CSR mulai populer digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer setelah John Elkington membahas CSR ke dalam fokus 3P yaitu *people*, *planet* dan *profit*. Perusahaan yang baik tidak hanya mengejar keuntungan (*profit*), melainkan pula kepedulian terhadap lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*) (Sunaryo, 2015).

Carrol menjelaskan komponen-komponen tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam empat kategori tanggung jawab sosial tersebut sebagai berikut:

Economic Responsibilities. Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis berisi aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang atau jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

Legal responsibilities. Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum atau peraturan yang berlaku dimana pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif (contohnya membayar pajak).

Etichal Responsibilities. Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Menurut Epstein etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan atau kelembagaan (organisasi) untuk menilai sebuah isu dimana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. Melalui penilaian tersebut, individu atau organisasi akan memberikan penilaian benar atau salah, adil atau tidak, serta berguna atau tidak.

Discretionary Responsibilities. Masyarakat berharap keberadaan perusahaan dapat memebrikan manfaat bagi mereka (Jumadiyah, 2018)

Manfaat CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Aktivitas CSR merupakan bagian integral dari manajemen strategi yang dimana ikut seta dalam isu sosial. Sebuah organisasi yang menjalankan CSR sudah pasti melibatkan publiknya. Dengan demikian keharmonisan dari sebuah hubungan yang dibentuk oleh

organisasi memberikan sebuah manfaat yang bukan hanya bagi nama baik organisasi namun juga masyarakat secara luas.

Manfaat CSR bagi yang telah menjalankan CSR sebagai suatu kewajiban atau tanggung jawab bagi perusahaan, maka perusahaan dengan sendirinya telah melakukan investasi sosial (wahyuningrum, 2015).

Seperti yang dijelaskan oleh Purwanto (2011) perusahaan tidak hanya dituntut untuk kepentingannya sendiri tetapi juga harus memberikan manfaat bagi para stakeholdersnya (sri wahjuni). Dengan melakukan aktivitas CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, namun juga harus berkontribusi dalam melakukan peningkatan kesejahteraan dan juga kualitas hidup masyarakat dan lingkungan. Ada beberapa manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

- Membangun reputasi perusahaan.
- Meningkatkan citra perusahaan.
- Mengurangi risiko bisnis perusahaan.
- Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
- Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (capital).
- Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
- Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (risk management).

GRI (Global Reporting Initiative)

Keberlanjutan sebuah perusahaan bergantung pada seberapa besar bentuk sebuah pertanggungjawaban yang diberikan oleh perusahaan atas semua dampak yang di akibatkan dari kegiatan operasi perusahaan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (Corporate Social Responsibility) dikomunikasikan kepada para stakeholder melalui pengungkapan CSR yang terdapat dalam laporan keberlanjutan perusahaan atau Sustainability Report dengan berpedoman pada standar yang berlaku yaitu GRI (Global Reporting Initiative). (Shafira Asokawati, 2017)

GRI (Global Reporting Initiative) merupakan sebuah organisasi yang berkerja ke arah ekonomi global yang berkelanjutan dan memberikan pedoman dalam membuat laporan kinerja perusahaan terkait ekonomi, lingkungan dan sosial. Ada beberapa jenis standar GRI yaitu pada tahun 2002 GRI G2, pada tahun 2006 direvisi kembali dan menghasilkan GRI G3. Kemudian pada tahun 2011 GRI G3.1, pada tahun 2013 GRI G4, dan terakhir yang menjadi revisi terbaru adalah standar GRI yang terbit pada tahun 2016. (Muhammadiyah, 2016)

Berdasarkan indeks GRI, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR dikelompokkan menjadi beberapa bagian yaitu strategi dan analisa, profil organisasi, parameter laporan, pemerintahan, komitmen dan keterlibatan, kinerja ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk.

Standar GRI membantu sebuah perusahaan untuk mengukur apakah tujuan keberlanjutan yang dilakukan sudah sejalan dengan praktik CSR yang dilaksanakan. GRI telah mengembangkan pelaporan berkelanjutan dengan kerangka kompherensif yang banyak digunakan di seluruh dunia dan terbukti bahwa standar GRI adalah standar global yang paling berpengaruh kedua terhadap praktek tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (Corporate Social Responsibility).

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen, kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan sebagai gabungan (Sugiyono, 2019).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat menggambarkan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara sistematis, faktual dan akurat terkait permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin mengenai fakta dan sifat

suatu obyek. Dengan penelitian kualitatif deskriptif peneliti ingin mengetahui dan memahami secara mendalam Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Memperahankan Citra Perusahaan pada PT Bayan Resources Tbk Tabang.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder.

1) Data Primer

Data primer adalah berbagai informasi dan keterangan yang diperoleh langsung dari sumbernya, yaitu para pihak yang dijadikan informan penelitian. Jenis data ini meliputi informasi dan keterangan mengenai kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mempertahankan citra perusahaan di PT Bayan Resource Tbk Tabang. Sumber data ini ditentukan dengan metode purposive sampling yaitu pengumpulan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sample yang diperlukan.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah berbagai teori dan informasi yang diperoleh tidak langsung dari sumbernya, yaitu data dari website Bayan Resources yang berisi tentang perusahaan dan berbagai informasi terkait kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility) di laporan Sustainability Report.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan penelitian guna memastikan keabsahan data yaitu triangulasi metode dengan menggabungkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Wawancara

Penelitian ini juga dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada sumber informasi yakni individu yang menyampaikan informasi terkait data yang diperlukan atau disebut informan. Dinamakan informan pada penelitian kualitatif ini dikarenakan sifatnya memberi informasi yang penulis butuhkan dengan terinci. Informan yang diambil yakni aparaturnya (Kepala Desa dan Sekertaris Desa) di salah satu desa kecamatan Kembang Janggut dan masyarakat yang berada di sekitar wilayah operasional perusahaan atau masyarakat yang terdampak CSR PT Bayan Resources Tbk.

Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati kegiatan CSR PT Bayan Resources Tbk di wilayah operasionalnya, serta bagaimana respon masyarakat terhadap kegiatan tersebut.

Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder berupa laporan tahunan, laporan keberlanjutan, artikel, dan literatur lain yang sesuai tujuan penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap perusahaan sesuai dengan Pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas atau regulasi yang mewajibkan perusahaan melakukan CSR tertera pada Peraturan Pemerintah atau PP Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Perseroan Terbatas.

Dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (Corporate Social Responsibility) PT Bayan Resources Tbk berupaya menerapkan program-program pengembangan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar yang dimana sesuai dengan misi dari perusahaan yaitu menjunjung tanggung jawab sosial perusahaan dengan meningkatkan kesejahteraan karyawan, standar kesehatan dan keselamatan, serta kebijakan dan pengembangan terhadap lingkungan dan masyarakat.

Berikut program-program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT Bayan Resources Tbk berdasarkan 3 aspek yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan (Triple Bottom Line):

Sosial

Aspek ini mencakup berbagai kegiatan yang mendukung kesehatan dan pendidikan masyarakat, antara lain:

- 1) Kesehatan: Menyediakan layanan kesehatan seperti ambulans, edukasi kesehatan, dan makanan tambahan untuk ibu hamil dan anak-anak. Terdapat juga inisiatif operasi katarak gratis.
- 2) Pendidikan: Menawarkan beasiswa kepada mahasiswa dan siswa di jenjang SD, SMP, dan SMA, serta pelatihan untuk pengembangan kualitas guru dan keterampilan pemuda.
- 3) Ekonomi: Hal ini berfokus pada pengembangan ekonomi lokal dan akses perdagangan, dengan inisiatif seperti.
 - Bantuan untuk usaha kecil dan menengah (UKM), termasuk pembangunan rumah produksi dan outlet.
 - Dukungan untuk kegiatan perikanan dan peternakan, serta pelatihan budidaya jamur tiram.
- 4) Lingkungan: Aspek ini memperhatikan dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan, termasuk:
 - Tanggap bencana alam melalui bantuan dan penanaman kembali area bekas pertambangan.
 - Pembangunan bank sampah untuk mengelola limbah secara lebih efektif.

Secara keseluruhan, hal tersebut menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui berbagai program yang mendukung kesehatan, pendidikan, dan ekonomi lokal. Dengan adanya inisiatif yang terstruktur dalam setiap aspek, perusahaan dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan berkelanjutan di masyarakat.

Pembahasan

Respon dan Dampak dari kegiatan CSR PT Bayan Resources Tbk Tabang

PT Bayan Resources Tbk berhasil melaksanakan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang memberikan dampak positif bagi masyarakat di sekitar wilayah perusahaan. Respon baik dari masyarakat menunjukkan bahwa program-program CSR, seperti pembangunan infrastruktur, pemberian beasiswa, pelatihan keterampilan, dan pengembangan ekonomi, telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.

Keberhasilan ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memperkuat hubungan antara perusahaan dan komunitas lokal. Pengakuan melalui penghargaan, seperti BISRA CSR Award Gold Champion 2023, mencerminkan citra positif perusahaan di mata masyarakat dan pemangku kepentingan. Dengan demikian, PT Bayan Resources Tbk menunjukkan bahwa orientasi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sejalan dengan pencapaian tujuan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasrul, Y. A. (2018). Implementasi Program CSR dan Pengaruhnya Terhadap Citra. Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship Vol. 1 No. 4 Oktober 2018, 3.
- Azis, D. H. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan. Jurnal Wacana Ekonomi Vol. 17 ; No. 03 ; Tahun 2018, 152-153.
- Dina Anggresa Oktina, E. S. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi CSR (Corporate Social Responsibility) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada PT. Pertamina (Persero) Tahun 2018 . Kompetensi, Vol 14, No 2, 188.
- Dwi Harni, E. A. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT Bank Danamon Indonesia Tbk. Wacana Ekonomi, 153.
- Enda Kartika Sari, A. M. (2015). Implementasi Program CSR Lingkungan PT Semen Baturaja (Persero) Tbk Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Ogan Komering Ulu Sumatera Selatan. Ilmu Lingkungan, 42.

- Harahap, A. S. (2010). Pengaturan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia . Lex Journalica Volume 7 Nomor 3, 183.
- Jumadiyah, S. S. (2018). Penerapan Prinsip Corporate Social responsibility di Provinsi aceh . Jl.Sulawesi No.1-2,Kampus Bukit Indah Lhokseumawe 24351: UNIMAL PRESS.
- Latifah, S. W. (2020). Triple Bottom Line dan Nilai Perusahaan, Gross Profit Margin Sebagai Indikator Ekonomi . Ekonomi dan Keuangan , 545.
- Novia Dessy Kartikasari, K. H. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional . Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 9.
- Ratri mustika Dewi, A. (2016). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Aerta Air Jakarta. Visi Komunikasi/Vol.15,No 12, 160.
- Rokhlinasari, S. (2012). Teori-teori Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan . 7-8.
- Sunaryo, S. (2015). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dalam Berbagai Perspektif Kajian. Bandar lampung: CV.Anugrah Utama Raharja (AURA).
- Supada, W. (2020). Efektivitas CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Praktik Public Relations. DANAPATI: Jurnal Komunikasi Vol 1 No 1, 36-37.
- Tamara, H. (n.d.). Tinjauan Yuridis Fungsi Corporate Social Responsibility (CSR) Bagi Perkembangan Perseroan Terbatas (PT) Menurut UU No.40 Tahun 2007 (Studi: Pada PT.Medan Jaya Cipta Sarana). 1.
- Tjokrowibowo, L. (2013). Analisis Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Rangka Membangun MInat Transaksi Ulang . Sains Pemasaran Indonesia, 150.
- Yeni Herisa Dharmawati, C. D. (2013). Implementasi tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). 8-9.
- Yoga Maulana Yusuf, D. A. (2019). Implementasi Corporate Social Responsibility Oleh Perusahaan Unicorn di Indonesia Prosiding Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat,Vol 6,No 3, 255.
- Yusi Mandaika, H. S. (n.d.). Pengaruh Pengukuran Perusahaan,Kinerja Keuangan,Tipe Industri,dan Financial Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility. Jurnal Akuntansi [Vol. 8, No.2 April
- Zebua, W. D. (2019). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)npada Program Pinkvoice Oleh Starbuck Indonesia dalam Membangun Citra. Jurnal Perspektif Komunikasi,Vol 3,No 1.