Manfaat *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan dan Masyarakat

Diva Mahes Wari^{1*} dan Rusnandari Retno Cahyani²

¹Mahasiswa, Prodi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta

²Fakultas Sosial Humaniora dan Seni, Universitas Sahid Surakarta, Indonesia

¹ dipaullacubah@gmail.com, ²rusnandari@usahidsolo.ac.id

*Corresponding author: ¹dipaullacubah@gmail.com

Penyerahan Juli 2024

Di revisi Januari 2025

Dipublikasikan April 2025

Abstract

This study aims to examine the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) based on social entrepreneurship on both companies and communities, with a focus on community empowerment and social well-being improvement. Using a qualitative approach with a literature review method, this research analyzes various literatures related to CSR, social entrepreneurship, and its impact on local economic empowerment. The results indicate that CSR based on social entrepreneurship provides long-term benefits for both companies and communities. Companies that implement CSR with a social entrepreneurship approach can enhance their reputation, strengthen customer loyalty, and create mutually beneficial collaborations with local communities. For communities, this type of CSR opens up job opportunities, enhances entrepreneurial skills, and reduces dependence on social assistance. However, the main challenge in CSR implementation in remote areas is the limited infrastructure, access to education, and resources. This study also provides important implications for companies, governments, and communities in optimizing the sustainability of CSR programs based on social entrepreneurship. It is hoped that this research will serve as a reference in developing more sustainable CSR strategies, particularly in areas that require further economic empowerment.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, CSR, Social Entrepreneurship, Community Empowerment, Sustainability.*

Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang semakin penting dalam dunia bisnis modern, di mana perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan dari operasional mereka. CSR telah dipahami sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan melindungi lingkungan (Carroll, 1999; Maignan & Ralston, 2002). Seiring dengan perkembangan zaman, CSR kini tidak hanya berfokus pada aspek sosial, tetapi juga mencakup elemen ekonomi dan lingkungan, yang dikenal dengan prinsip Triple Bottom Line (TBL) yang mengintegrasikan keuntungan, orang (*people*), dan planet (*planet*) (Elkington, 1997).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa implementasi CSR dapat

memberikan manfaat yang signifikan baik bagi perusahaan maupun masyarakat. CSR dapat memperbaiki citra perusahaan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan berbagai pemangku kepentingan (Ardianto, 2011; Marpisangka, 2009). Sebagai contoh, CSR yang berfokus pada pengembangan ekonomi lokal dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, dan mengurangi kemiskinan (Crisan & Borza, 2012).

Namun, banyak penelitian juga menunjukkan bahwa meskipun CSR dapat memberikan manfaat jangka pendek bagi perusahaan, tantangan terbesar adalah implementasi yang berkelanjutan dan efektif, terutama di daerah-daerah terpencil yang belum terjangkau oleh program bantuan sosial (Budimanta et al., 2018; Dewi & Darma, 2019). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih holistik, di mana CSR yang berbasis kewirausahaan sosial dapat memberikan dampak jangka panjang dengan pemberdayaan masyarakat, bukan hanya memberikan bantuan yang sifatnya sementara (Yunus, 2007).

Banyak penelitian sebelumnya berfokus pada CSR sebagai kegiatan yang bersifat *charity* atau *philanthropy*, dengan dampak yang lebih terbatas dan kurang berkelanjutan. Gap penelitian ini terletak pada kurangnya kajian yang mengkaji integrasi kewirausahaan sosial dalam CSR yang dapat memberikan dampak yang lebih kuat dan berkelanjutan terhadap pemberdayaan masyarakat dan keberlanjutan perusahaan (Chell, 2007; Austin et al., 2006). Penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana CSR berbasis kewirausahaan sosial dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada analisis mendalam mengenai CSR yang terintegrasi dengan kewirausahaan sosial, dengan fokus pada pemberdayaan masyarakat di daerah-daerah terpencil. Penelitian ini mengembangkan model CSR yang tidak hanya memberikan bantuan sesaat, tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mandiri dalam jangka panjang (Dees, 1998; Chell, 2007).

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

- 1) Bagaimana CSR yang berbasis kewirausahaan sosial dapat memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi perusahaan dan masyarakat?
- 2) Apa dampak CSR terhadap pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan sosial?
- 3) Bagaimana tantangan dalam mengimplementasikan CSR berbasis kewirausahaan sosial di daerah terpencil di Indonesia?

Tujuan Penelitian ini untuk mengkaji manfaat CSR yang berbasis kewirausahaan sosial terhadap perusahaan dan masyarakat, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasi CSR yang berkelanjutan.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengembangkan model CSR berbasis kewirausahaan sosial yang lebih berkelanjutan, dengan fokus pada

pemberdayaan masyarakat dan penciptaan lapangan pekerjaan. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dalam merancang strategi CSR yang lebih efektif dan bermanfaat jangka panjang.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji manfaat Corporate Social Responsibility (CSR) bagi perusahaan dan masyarakat. Data dikumpulkan melalui pencarian literatur yang relevan dalam database Google Scholar, dengan rentang tahun 2016 hingga 2024. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian adalah "Corporate Social Responsibility" dan "Corporate Image". Penulis mengandalkan sumber literatur yang terverifikasi untuk menganalisis peran CSR dalam meningkatkan citra perusahaan dan dampaknya terhadap pemberdayaan komunitas sekitar. Proses pengumpulan data ini dilakukan dengan menggunakan teknik studi literatur, dimana berbagai penelitian terdahulu yang relevan dijadikan referensi utama untuk memperdalam pemahaman mengenai implementasi CSR.

Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan penulis untuk menggali wawasan mendalam tentang konsep CSR dan penerapannya di perusahaan, serta implikasinya terhadap kesejahteraan masyarakat. Analisis dilakukan dengan menginterpretasikan teks-teks dari berbagai studi terdahulu yang berfokus pada CSR, untuk mengetahui pola dan tema yang muncul dalam implementasi tanggung jawab sosial perusahaan di berbagai sektor. Penelitian ini berusaha untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai CSR, dengan mengaitkan teori stakeholder, kewirausahaan sosial, dan penerapan prinsip Tri Bottom Line dalam setiap tinjauan yang dilakukan.

Hasil

1. Bagaimana CSR yang berbasis kewirausahaan sosial dapat memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi perusahaan dan masyarakat?

CSR yang berbasis kewirausahaan sosial terbukti memberikan manfaat yang signifikan baik bagi perusahaan maupun masyarakat. Secara ekonomi, perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan pendekatan kewirausahaan sosial dapat memperoleh manfaat dalam bentuk peningkatan efisiensi operasional, pengurangan biaya, dan akses yang lebih baik terhadap sumber daya manusia yang berkualitas. Perusahaan dapat menciptakan kolaborasi yang saling menguntungkan dengan masyarakat setempat, meningkatkan citra perusahaan, serta memperoleh loyalitas pelanggan yang lebih tinggi (Ardianto, 2011; Crisan & Borza, 2012). Dengan mengintegrasikan kewirausahaan sosial, perusahaan tidak hanya fokus pada profit, tetapi juga pada pengembangan kemampuan dan kemandirian masyarakat.

Bagi masyarakat, CSR berbasis kewirausahaan sosial dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru, meningkatkan keterampilan, serta memberikan peluang bagi masyarakat untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi yang berkelanjutan. Dengan

adanya peluang usaha, masyarakat yang sebelumnya bergantung pada bantuan luar dapat mulai mandiri secara ekonomi. Selain itu, melalui CSR yang berorientasi pada kewirausahaan sosial, masyarakat dapat mengakses pelatihan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan mereka dan kualitas hidup secara keseluruhan (Yunus, 2007; Chell, 2007).

2. Apa dampak CSR terhadap pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan sosial?

Dampak CSR terhadap pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan sosial sangat signifikan. CSR berbasis kewirausahaan sosial membantu masyarakat untuk membangun kemandirian ekonomi dengan menciptakan peluang kerja dan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mengelola bisnis mereka sendiri. Program-program CSR yang mencakup pelatihan kewirausahaan, akses kepada modal, dan pembekalan keterampilan memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi lebih aktif dalam ekonomi lokal (Crisan & Borza, 2012).

Selain itu, CSR berbasis kewirausahaan sosial juga mendorong penciptaan lingkungan sosial yang lebih kuat, di mana masyarakat saling mendukung dan bekerja sama untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Misalnya, melalui proyek-proyek sosial yang mengutamakan kolaborasi antara perusahaan dan masyarakat lokal, masyarakat dapat lebih mudah mengakses pendidikan, layanan kesehatan, serta peningkatan kualitas hidup secara umum. Oleh karena itu, CSR tidak hanya memberikan manfaat ekonomi langsung, tetapi juga memberikan dampak sosial yang berkelanjutan dalam hal kesejahteraan masyarakat (Dees, 1998; Weerawardena & Sullivan Mort, 2006).

3. Bagaimana tantangan dalam mengimplementasikan CSR berbasis kewirausahaan sosial di daerah terpencil di Indonesia?

Implementasi CSR berbasis kewirausahaan sosial di daerah terpencil menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait dengan infrastruktur yang terbatas, kurangnya akses pendidikan dan keterampilan, serta ketidakstabilan ekonomi lokal. Di banyak daerah terpencil, perusahaan kesulitan menjangkau masyarakat yang terisolasi dan kurang berpendidikan, sehingga pelaksanaan program CSR yang berbasis kewirausahaan sosial menjadi lebih kompleks (Budimanta et al., 2018).

Selain itu, perusahaan seringkali menghadapi tantangan dalam menciptakan program yang berkelanjutan di daerah yang kurang memiliki sumber daya untuk mendukung kegiatan ekonomi jangka panjang. Keterbatasan akses terhadap modal dan pelatihan juga menghambat kemampuan masyarakat untuk mengelola dan mengembangkan usaha mereka secara mandiri. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang program CSR yang tidak hanya memberikan bantuan finansial atau pelatihan sesaat, tetapi juga membangun kapasitas jangka panjang bagi masyarakat (Setiawan & Suryani, 2020).

Tantangan lainnya adalah keterbatasan koordinasi antara perusahaan, pemerintah, dan masyarakat lokal dalam merancang dan mengimplementasikan program CSR yang sesuai dengan kebutuhan lokal. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan harus membangun kemitraan yang lebih kuat dengan masyarakat dan pihak-pihak terkait, serta mengembangkan pendekatan yang lebih sensitif terhadap konteks lokal agar program CSR dapat berjalan dengan efektif dan berkelanjutan (Suharto, 2008; Dewi & Darma, 2019).

Berdasarkan hasil studi literatur yang dilakukan, ditemukan bahwa implementasi CSR yang efektif dapat memberikan dampak yang signifikan baik bagi perusahaan maupun masyarakat sekitar. CSR berperan penting dalam meningkatkan citra perusahaan, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, serta menciptakan loyalitas pelanggan (Ardianto, 2011; Marpisahangka, 2009). Dalam konteks sosial, CSR juga mampu mendorong pemberdayaan masyarakat melalui berbagai program yang berfokus pada pengembangan ekonomi lokal, penciptaan lapangan pekerjaan, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Kewirausahaan sosial, yang diintegrasikan dengan CSR, menunjukkan potensi besar dalam menciptakan solusi untuk masalah sosial seperti kemiskinan, sekaligus berfokus pada keberlanjutan dan inovasi (Crisan dan Borza, 2012).

Tabel 1. Dampak CSR terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan

Dimensi Dampak	Citra Perusahaan	Loyalitas Pelanggan
Peningkatan Reputasi	Positif	Meningkat
Pengembangan Ekonomi Lokal	Positif	Meningkat

Namun, tantangan utama dalam implementasi CSR di Indonesia masih terkait dengan efektivitas jangkauan program CSR di daerah-daerah terpencil. Banyak perusahaan yang berfokus pada program CSR yang bersifat charity dan philanthropy, namun kurang memanfaatkan pendekatan yang lebih strategis seperti citizenship yang lebih mengedepankan pemberdayaan masyarakat untuk mandiri (Budimanta et al., 2018). Melalui analisis ini, dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi implementasinya perlu lebih difokuskan pada keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat lokal, bukan hanya memberikan bantuan sesaat.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dampak Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis kewirausahaan sosial, baik bagi perusahaan maupun masyarakat. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, yakni bagaimana CSR berbasis kewirausahaan sosial dapat memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi perusahaan dan masyarakat, serta dampaknya terhadap pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan sosial, dapat disimpulkan bahwa CSR

memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan keseimbangan antara keuntungan perusahaan dan kesejahteraan masyarakat.

Manfaat CSR bagi Perusahaan dan Masyarakat

CSR berbasis kewirausahaan sosial memiliki dampak positif yang signifikan, tidak hanya bagi masyarakat tetapi juga bagi perusahaan. Berdasarkan temuan penelitian, CSR ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan reputasi mereka dan memperkuat hubungan dengan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, perusahaan yang mengintegrasikan prinsip kewirausahaan sosial dalam program CSR mereka dapat menciptakan kolaborasi yang menguntungkan dengan masyarakat lokal, yang meningkatkan nilai sosial dan ekonomi bagi kedua belah pihak (Ardianto, 2011; Crisan & Borza, 2012).

Masyarakat yang terlibat dalam program CSR berbasis kewirausahaan sosial mendapat manfaat dalam bentuk pelatihan keterampilan kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan pasar. Program-program ini memberikan masyarakat kesempatan untuk memperoleh pendapatan secara mandiri dan mengurangi ketergantungan pada bantuan sosial atau pemerintah (Yunus, 2007; Chell, 2007). Selain itu, kegiatan kewirausahaan sosial membantu masyarakat dalam membangun kapasitas ekonomi mereka, yang dapat meningkatkan kualitas hidup mereka dalam jangka panjang. Dengan demikian, CSR berbasis kewirausahaan sosial tidak hanya memberikan manfaat ekonomi langsung, tetapi juga mengarah pada pemberdayaan masyarakat yang lebih berkelanjutan (Dees, 1998; Weerawardena & Sullivan Mort, 2006).

Dampak CSR terhadap Pemberdayaan Masyarakat dan Kesejahteraan Sosial

Dampak positif CSR terhadap pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan sosial sangat signifikan. Dengan adanya peluang untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, masyarakat dapat memperoleh keterampilan baru yang dapat mereka gunakan untuk mengelola bisnis mereka sendiri, serta berpartisipasi lebih aktif dalam perekonomian lokal. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Crisan dan Borza (2012), CSR berbasis kewirausahaan sosial memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan akses ke pelatihan kewirausahaan, yang pada gilirannya mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kemampuan mereka untuk berdaya secara ekonomi.

Selain itu, CSR yang berbasis kewirausahaan sosial juga memperkuat struktur sosial masyarakat dengan menciptakan rasa saling percaya dan kerjasama antar individu dalam masyarakat. Program-program yang mengutamakan kolaborasi antara perusahaan dan masyarakat lokal dapat memperkuat kapasitas masyarakat untuk mengelola sumber daya dan peluang secara lebih efektif, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup mereka (Dees, 1998). Oleh karena itu, CSR tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga sosial yang lebih luas, termasuk penguatan kapasitas masyarakat untuk mandiri secara ekonomi dan sosial.

Tantangan dalam Implementasi CSR Berbasis Kewirausahaan Sosial di Daerah Terpencil

Namun, implementasi CSR berbasis kewirausahaan sosial di daerah terpencil menghadapi tantangan yang cukup besar. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan infrastruktur di daerah-daerah tersebut. Daerah terpencil sering kali tidak memiliki akses yang memadai ke pendidikan, keterampilan, serta modal yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan kewirausahaan sosial (Setiawan & Suryani, 2020). Keterbatasan infrastruktur ini menghambat perusahaan dalam mengimplementasikan program CSR yang efektif dan berkelanjutan.

Selain itu, tantangan lainnya adalah kurangnya koordinasi antara perusahaan, pemerintah, dan masyarakat lokal dalam merancang dan melaksanakan program CSR. Banyak program CSR yang dirancang tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan potensi lokal secara mendalam, yang mengakibatkan ketidaksesuaian antara program yang dilaksanakan dan kebutuhan masyarakat (Suharto, 2008). Oleh karena itu, perusahaan harus lebih sensitif terhadap kondisi lokal dan bekerja sama dengan berbagai pihak terkait untuk memastikan bahwa program CSR yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan.

Keberlanjutan Program CSR

Keberhasilan program CSR berbasis kewirausahaan sosial sangat bergantung pada keberlanjutan dalam jangka panjang. Program CSR harus dirancang sedemikian rupa sehingga tidak hanya memberikan bantuan sesaat, tetapi juga membangun kapasitas masyarakat untuk mengelola kegiatan ekonomi mereka secara mandiri setelah periode pendampingan selesai. Hal ini sejalan dengan pandangan Yunus (2007) yang menyatakan bahwa kewirausahaan sosial harus dapat menciptakan dampak jangka panjang yang berkelanjutan, dengan fokus pada pengembangan kapasitas masyarakat. Perusahaan perlu memastikan bahwa program CSR yang dilaksanakan tidak hanya bertujuan untuk memberikan bantuan, tetapi juga untuk membangun daya saing masyarakat dan mendorong kemandirian mereka dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, CSR berbasis kewirausahaan sosial memiliki potensi yang sangat besar dalam memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Namun, untuk memastikan keberhasilan jangka panjang dari program CSR, perusahaan perlu mengatasi berbagai tantangan yang ada, terutama yang berkaitan dengan keterbatasan infrastruktur dan sumber daya di daerah terpencil. Dengan pendekatan yang tepat, CSR berbasis kewirausahaan sosial dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengurangi ketergantungan masyarakat pada bantuan eksternal dan meningkatkan kualitas hidup mereka secara berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Penerapan CSR yang efektif memberikan manfaat yang besar bagi perusahaan dan masyarakat, khususnya dalam pemberdayaan masyarakat dan penciptaan citra perusahaan yang baik. Perusahaan yang aktif melaksanakan CSR dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperoleh akses lebih mudah ke modal, serta memperkuat sumber daya manusia (Dewi dan Darma, 2019). Selain itu, masyarakat juga mendapat keuntungan melalui peningkatan kualitas sosial dan ekonomi melalui pelatihan dan penciptaan lapangan pekerjaan.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian empiris yang mengukur langsung dampak dari CSR terhadap kesejahteraan masyarakat, khususnya di daerah-daerah yang sulit dijangkau. Selain itu, perusahaan sebaiknya memperkenalkan model CSR yang lebih berbasis pada kewirausahaan sosial dan citizenship untuk meningkatkan keberlanjutan dampak positif CSR bagi masyarakat.

Implikasi

Kebijakan pemerintah juga perlu beradaptasi dengan hasil penelitian ini dengan mendukung dan memfasilitasi pelaksanaan CSR berbasis kewirausahaan sosial. Pemerintah dapat memberikan insentif atau subsidi untuk perusahaan yang menerapkan CSR berbasis kewirausahaan sosial di daerah-daerah terpencil, yang kurang mendapat perhatian dari sektor swasta. Selain itu, kebijakan yang mendukung pengembangan infrastruktur dan akses pendidikan serta pelatihan di daerah terpencil akan sangat mendukung keberhasilan program CSR berbasis kewirausahaan sosial. Pemerintah juga dapat memperkuat peranannya sebagai mediator antara perusahaan dan masyarakat dalam merancang program CSR yang lebih relevan dengan kebutuhan lokal.

Daftar Pustaka

- Ardianto, E. (2011). Corporate Social Responsibility dan Implikasi terhadap Reputasi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 10(2), 45-60.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Budimanta, H., Setiawan, R., & Suryani, D. (2018). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat: Studi Kasus di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 13(4), 87-101.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Castka, P., Balzarova, M. A., & Bamber, C. J. (2015). A Critical Analysis of Corporate Social Responsibility in the Supply Chain: A Framework for CSR Research in the Supply Chain. *International Journal of Operations & Production Management*, 35(1), 10-38.
- Chell, E. (2007). Social Enterprise and Entrepreneurship: Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process. *International Small Business Journal*, 25(1), 5-26.
- Crisan, D., & Borza, A. (2012). Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship: New Approaches to Sustainable Development. *International Journal of Business and Social Science*, 3(12), 123-131.

- Dees, J. G. (1998). The Meaning of Social Entrepreneurship. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1-10.
- Dewi, A., & Darma, A. (2019). Peran Corporate Social Responsibility dalam Peningkatan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 14(1), 71-80.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007). Teori Stakeholder dalam Pengukuran Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 9(3), 201-215.
- Hanifah, M., Nuryanah, Y., & Sutanto, P. (2020). Dampak Corporate Social Responsibility terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 85-98.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Juzer, N., & Darma, A. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Keberlanjutan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(3), 123-140.
- Khan, S. U., Farooq, O., & Khan, M. (2012). Corporate Social Responsibility and Firm Performance: Evidence from Emerging Economies. *International Journal of Management*, 29(1), 56-73.
- Maignan, I., & Ralston, D. A. (2002). Corporate Social Responsibility in Europe and the U.S.: Insights from Businesses' Self-Presentations. *Journal of International Business Studies*, 33(3), 1-17.
- Marpisangka, I. (2009). Good Governance dan Corporate Social Responsibility di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 55-70.
- Moses, A., & Thompson, M. (2016). Corporate Social Responsibility in Emerging Markets: The Role of Sustainable Development. *business strategy and development*, 4(3), 101-115.
- Nicholls, A. (2008). *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford University Press.
- Nordin, N., Muda, M., & Jusoh, R. (2014). Corporate Social Responsibility in Malaysia: Issues and Challenges. *Asian Social Science*, 10(1), 1-9.
- Prabowo, H., Anindita, S., & Prasetyo, L. (2017). The Role of Corporate Social Responsibility in Enhancing Corporate Reputation and Customer Loyalty. *International Journal of Business and Management Studies*, 7(3), 128-140.
- Putri, A. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan: Tinjauan dari Perspektif Stakeholder. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 145-160.
- Setiawan, R., & Suryani, D. (2020). Corporate Social Responsibility and Community Development in Indonesia: A Case Study of Local CSR Initiatives. *Journal of Business Ethics*, 9(4), 65-78.
- Smith, A., & Wesson, T. (2014). Sustainable Business Strategies: Balancing Profit with Purpose. *Journal of Business Ethics*, 121(2), 23-34.
- Spence, L. J. (2007). CSR and Social Entrepreneurship: The Role of Small Business in the Development of a Sustainable and Inclusive Economy. *Journal of Business Ethics*, 12(2), 87-98.
- Suharto, D. (2008). Corporate Social Responsibility dan Keberlanjutan Pembangunan di Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 124-140.
- Weerawardena, J., & Sullivan Mort, G. (2006). Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35.
- Wiandari, L., & Darma, S. (2017). Pengaruh Teori Stakeholder terhadap Akuntabilitas Perusahaan dalam Implementasi CSR. *Jurnal Akuntansi*, 19(1), 67-83.
- Yunus, M. (2007). Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism. Public Affairs. Ullman, A. (1982). The Role of Corporate Social Responsibility in the Development of Sustainable Corporate Governance. *Academy of Management Review*, 7(4), 28-34.