



ISSN: 2302-5239

SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN H 111111111,1M11
CS11 tin NM 1111CATIUIHIS Clit11101I111111111SYMIMI

PROSIDING

Auditorium Universitas Trunojoyo Madura
Bangkalan 10 Oktober 2012



PERTAMINA

Didukung Oleh :



FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA

JI Raya Telang PO. Box 2 Kamal Bangkalan Madura

Telepon/Fax : (031)3013483

Email : seminar.manajemen@yahoo.com

Wehsite <http://www.snm-fe.1-6mh.com>

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN H

MANAJEMEN CSR UNTUK KREATIVITAS EKONOMI MASYARAKAT

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA

Editor :

Dr. Drs. H. Pribanus Wantara MM

Dr. R. M. Moch. Wispandono SE., MS

Dr. Ir. Nurita Andriani MM

Helmi Buyung Aulia Safrizal ST., SE., MMT

Hj. Evaluati Amaniyah SE., MSM

ISSN : 2302-5239

Alamat Penerbitan :

Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura
Jl. Raya Telang PO. Box 2 Kamal Bangkalan Madura

Telepon/Fax : (031)3013483

Email : seminar.manajemen@yahoo.com

Website : <http://www.snm-fe.16mb.com>

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	Halaman i
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI iii

Strategi Mengatasi Permasalahan Tenaga Kerja Melalui Pendekatan Probabilistik Untuk Perencanaan Tenaga Kerja Ahmadi	1
Peran <i>Event Marketing</i> Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Kepariwisata Jawa Timur dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus Pada Jember Fashion Carnaval) Alvan Sidiq Asbullah	11
Investasi Kreatif Perusahaan Dengan CSR Untuk Meningkatkan <i>Value</i> Melalui Peningkatan Peningkatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Bambang Sudarsono	21
Peningkatan Pemahaman <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Suatu Kewajiban Deasy Wulandari	31
Aspek <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Sudut Akuntansi Perpajakan Dina Eka Shofiana	38
Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM Dalam Mengembangkan Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Fathor A.S	45
<i>Corporate Social Responsibility</i> Berbasis <i>Green Marketing</i> Dalam Upaya Pemberdayaan Usaha Kecil Hadi Purnomo	51
Etika Pengembangan Sumber Daya Manusia M. Isa Anshori	59
Menumbuhkan jiwa dan kompetensi Kewirausahaan mahasiswa Mohammad Tambrin	67
Manajemen CSR Berbasis Pemberdayaan Partisipatif (Program CSR Untuk Meningkatkan Produktifitas Usaha Mikro, Kecil Menengah di Madura) Netty Dyah Kurniasari	77
CSR dan Citra Perusahaan (Peran CSR PT Petro Kimia Gresik Dalam Pembentukan Citra Perusahaan) Nikmah Suryandari, Senjaya MZ	85
Kebijakan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Pelayanan Publik Menuju <i>Good Governance</i> Praptining Sukowati	92

Pengaruh Jenis Inisiatif <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap <i>Brand Preference</i> perbankan dengan moderasi budaya individu Putri Mahanani, Gancar C. Premananto	98
Peranan Mentalitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) di Indonesia R. Gatot Heru Pranjoto	106
Analisis Strategi Pengembangan Usaha Butik (Kasus Pada Usaha Konveksi Alfio Boutique Rungkut Surabaya) R.M. Moch. Wispandono	112
Pengaruh Konflik Intrapersonal Perempuan Wirausaha Terhadap Tingkat Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Pada Pedagang Keliling Perempuan di Perumnas Kamal) S. Anugrahini Irawati	121
Revitalisasi Kebijakan Pemberdayaan Ekonomi Usaha Kecil Kreatif Berbasis Manajemen <i>Corporate Social Responsibility</i> Sri Hartini Djatmikowati	128
Pengaruh Faktor Eksternal, Faktor Internal Terhadap Nilai Perusahaan di Mediasi <i>Financial Leverage</i> Pada Perusahaan Syariah di Indonesia Sri Hermuningsih, Dewi Kusuma Wardani	136
Peran <i>Corporate Social Responsibility</i> Dalam Penempatan Tenaga Kerja Indonesia di Jawa Timur Sularno	144

**KEBIJAKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PELAYANAN
PUBLIK MENUJU GOOD GOVERNANCE**

Praptining Sukowati
Universitas Merdeka Malang
atieunmer@yahoo.com

ABSTRAK

Penciptaan tata pemerintahan yang baik dan pemberantasan kemiskinan, dibutuhkan kerja sama dari berbagai elemen masyarakat. Bukan hanya pemerintah harus berandil besar, tetapi juga sektor swasta dan masyarakat sendiri memiliki yang sama. Dengan pola pembangunan dari bawah (grass root), setidaknya beban pembangunan yang ada di pemerintah berkurang. Orang-orang saat ini menyadari berbagai informasi dan kritis hal-hal yang terjadi. Orang-orang juga lebih cerdas, kritis dan variatif dalam memilih barang yang akan dibeli, mereka akan memperhatikan gambar yang diciptakan oleh perusahaan, seperti apakah perusahaan memiliki kontribusi positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, apakah keberadaan perusahaan bukan merupakan bencana di masyarakat baik jangka pendek dan jangka panjang. Dengan konsumen terlihat juga selektif kritis pada apakah perusahaan tidak melakukan hal-hal seperti tidak benar lingkungan, eksploitasi sumber daya alam, manipulasi pajak dan penindasan hak-hak pekerja.

Kata Kunci: kebijakan, tanggung jawab sosial perusahaan, tata kelola yang baik

ABSTRACT

The creation of good governance and the eradication of poverty, it needs the cooperation of the various elements of society. Not just government should play a major role, but also the private sector and communities themselves have the same. With the development pattern from the bottom (grass root), at least the burden of existing development in the government reduced. People today are aware of various information and critical of things that happen. People are also more intelligent, critical and fariatif in selecting the items to be bought it, they will pay attention to the image that was created by the company, such as whether the company has a positive contribution to improving the welfare of the community, whether the existence of the company is not a disaster in the community both short-and long-length. With consumers also selectively critical look at whether a company is not doing things like improperly environmental, natural resource exploitation, tax manipulation and suppression of workers' rights.

Keywords : policy, CSI?, Good Governance

PENDAHULUAN

Terciptanya *good governance* dan sebagai upaya pemberantasan kemiskinan, diperlukan kerjasama dari berbagai elemen masyarakat. Bukan hanya pemerintah yang harus berandil besar, melainkan juga sektor privat dan masyarakat sendiri mempunyai kewajiban yang sama. Dengan pola pembangunan yang berasal dari bawah (*grass root*), setidaknya beban pembangunan yang ada di pemerintah dikurangi. Masyarakat saat ini sudah mengetahui berbagai informasi dan kritis terhadap hal-hal yang terjadi.

Masyarakat juga lebih cerdas, kritis dan tariatif dalam memilih barang yang akan dibelinya, meraka akan rmemperhatikan image yang diciptakan oleh perusahaan tersebut, misalnya apakah perusahaan telah berkontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, apakah keberadaan perusahaan tidak menjadi bencana di tengah masyarakat baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan kritis konsumen juga selektif melihat apakah suatu perusahaan tidak melakukan halhal tidak terpuji seperti perusakan lingkungan, eksploitasi sumberdaya alam, manipulasi pajak dan penindasan terhadap hak-hak buruh.

Eksistensi suatu perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan resiprokal (timbang balik) antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan (*profit*) dan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada perolehan keuntunganilaba perusahaan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Jika masyarakat (terutama masyarakat sekitar) menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya serta tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah perusahaan maka kondisi itu akan menimbulkan resistensi masyarakat atau gejolak sosial.

PEMBAHASAN

Good Governaniv Dalam Pelayanan Publik

Menurut Sukowati, 2012, secara umum, *good governance* atau pemerintahan yang baik, dapat diartikan "dijalankannya dengan baik (*good*) ketiga domain yang ada dalam *governance* atau pemerintahan. Ketiga domain *governance* itu adalah: (1) negara atau pemerintahan (*state*); (2) sektor swasta atau dunia usaha (*private sector*); dan (3) masyarakat (*society*). Secara konseptual, pengertian kata baik (*good*) dalam istilah pemerintahan yang baik (*good governance*) mengandung dua pemahaman, yaitu: Pertama, nilai-nilai yang menjunjung tinggi keinginan/kehendak rakyat, dan nilainilai yang dapat meningkatkan kemandirian, pembangunan berkelanjutan, dan keadilan sosial, Kedua, aspek-aspek fungsional dari pemerintahan yang efektif dan efisien dalam pelaksanaan tugasnya untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Sehingga dengan demikian tugas pemerintah dalam memenuhi layanan publik tidak semata merupakan tanggungjawab pemerintah saja, namun juga merupakan tanggungjawab bersama termasuk dalam hal ini adalah sektor swasta khususnya entitas bisnis. Untuk lebih jelasnya gambar dibawah ini menunjukkan peran dari masing-masing aktor pembangunan (pelayanan publik).

Kebijakan CSR merupakan perwujudan komitmen yang dibangun oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat. Untuk mempertahankan *going concern* tidak dapat dicapai hanya dengan mengejar *earning*. *Earning* yang tinggi belum tentu menjamin kelangsungan hidup perusahaan karena *earning* merupakan permainan dan proksi akuntansi. *Earning* bisa direkayasa dan kemampuan untuk merekayasa tersebut merupakan akal-akalan

akuntansi yang disebut dengan *window dressing*. Melalui *window dressing* perusahaan yang mengalami rugi bisa dibuat laba dan perusahaan yang mengalami laba tidak stabil bisa diatur menjadi stabil sehingga kepercayaan analis bisnis tidak terganggu dengan sendirinya. Dengan demikian, tidak diperlukan usaha yang serius dan bersusah payah untuk meningkatkan *earning* karena dengan permainan dan rekayasa akuntansi *earning* tersebut dapat ditingkatkan dengan merekayasa *discretionary expenses*. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya meningkatkan kemakmuran pemilik yang lebih menekankan pendekatan ekonomi, tetapi yang lebih penting adalah menjaga hubungan yang harmonis dan selaras dengan kreditor, investor, pemerintah, karyawan, dan masyarakat sekitarnya. Keselarasan hubungan ini diharapkan mampu memperpanjang *going concern* perusahaan. Untuk menunjukkan keselarasan hubungan ini setiap perusahaan diharapkan memiliki perhatian dan tanggung jawab yang seimbang antara kepentingan ekonomi dan kepentingan sosial. Hal ini selaras dengan konsep *good governance*, yang merupakan suatu konsep tentang bagaimana sebaiknya kebijakan publik itu dibuat dengan melibatkan aktif Pemerintahan sendiri, Sektor Swasta (CSR), *Civil Society* (LSM, kelompok profesional dan sebagainya).

Aktor	Peran dalam pemberdayaan	Bentuk output peran	Fasilitasi
Peale, anal)	Forumulasi dan penetapan policy. implementasi monitoiing (Lin evaluasi mediasi	Kebnakan: pohlik. kluisus departementar sektoral penpngpran. juknis dan juklak. penetapan indikator keberhasilan peranu an haulm penyelesaian <u>sengketa</u>	Dana. jaiinan. alit, teknologt. network. sistem manajenien informasi edukasi
Swasta	Kontribusi pada fonuulasi iimpleiuentasi. monitoring dm <u>evaluasi</u>	Konsultasi & rekomendasi kebijakan. tindakau dan langkah.policy action implementasi. donatur. private <u>investment peniellaraan</u> Saran. input. !sink. rekomendasi.	Dana. alai teknologi. tenaga ahli dan sanstat temuipil
Nasyarakat Pa	□tisipasi dalani fonnulasi. inyleinentasi. monitoring (Lin evaluaq	keberatan. clukungan dalam fonnilasi kebijakan. Policy action. dam swadava tnenjadi obvek. pal tisikan. pelaku 11131113.SithVek	Tenaga terdidik. tenaga setengali terdidik dan setengali terL atih

Gambar 1. Peran dan Aktor Pelayanan Publik

Sumber: Sukowati Praptining, 2012

Kebijakan Dan Regulasi CSR

Undang-undang tentang CSR di indonesia tertuang dalam UU PT No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat I yaitu perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social (CSR) dan lingkungannya, pereseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi scsuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Peraturan lain yang menyentuh CSR adalah UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." Meskipun UU ini telah mengatur sanksi-sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha perseorangan yang mengabaikan CSR

pasal 16 ayat d mengatakan setiap penanaman modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan. Artinya perusahaan penanaman modal berkewajiban memprogramkan kegiatan CSR sehingga dapat meningkatkan jaminan kelangsungan aktivitas perusahaan karena ada nya hubungan yang serasi dan saling ketergantungan antara pengusaha dan masyarakat. Dan (Pasal 34), UU ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal CSR bagi perusahaan nasional.

Demikian pula dalam Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan CSR. Seperti kita ketahui, CSR milik BUMN adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Dalam UU BUMN dinyatakan bahwa selain mencari keuntungan, peran BUMN adalah juga memberikan bimbingan bantuan secara aktif kepada pengusaha golongan lemah, koperasi dan masyarakat. Melalui kebijakan dan regulasi CSR yang dikeluarkan pemerintah tersebut, maka perusahaan tidak bisa memandang sebelah mata tentang tanggung jawabnya dalam pengembangan masyarakat, selain kedaan masyarakat indonesia yang miskin dan tidak secara cepat dapat ditanggulangi oleh pemerintah, maka perusahaan yang hasil produksinya digunakan oleh masyarakat, harus memberikan kontribusi dalam kesejahteraan masyarakat karena walaupun perusahaan sudah membayar kewajibannya dalam bentuk membayar pajak, tidak jarang aliran dana yang dihasilkan dari pajak tidak langsung diterima oleh masyarakat miskin, maka dari itu perusahaan dirasa perlu mengembangkan tanggung jawab sosialnya dalam membantu masyarakat.

Kebijakan CSR Dan Pelayanan Publik Menuju *Good Governance*

World Bank mendefinisikan *good governance* sebagai suatu penyelenggaraan manajemen pembangunan yang solid dan bertanggung jawab yang sejalan dengan prinsip demokrasi dan pasar yang efisien, penghindaran salah alokasi dana investasi dan pencegahan korupsi politik maupun administrasi. Artinya *Good governance* adalah penyelenggaraan pemerintah yang solid dan bertanggung jawab, efisien, dan efektif dengan unsur-unsur profesionalisme, akuntabilitas, dan transparansi. *Good governance* dikaitkan dengan otonomi daerah, secara sosiologis disikapi sebagai pembebasan daerah dari pemerintah pusat dan pembebasan masyarakat daerah dari kemiskinan. *Good governance* diartikan sebagai praktek penyelenggaraan kekuasaan dan kewenangan oleh pemerintah dalam pengelolaan urusan pemerintahan secara umum dan pembangunan dibidang ekonomi pada khususnya.

Konsep *Governance* sebenarnya merupakan suatu konsep tentang bagaimana sebaiknya kebijakan publik itu dibuat melalui bagaimana melibatkan aktif Pemerintahan sendiri, Sektor Swasta (pengusaha), *Civil Society* (LSM, kelompok profesional dan sebagainya). Dalam hal ini setiap perusahaan yang didirikan mempunyai tujuan yang sama, yaitu meningkatkan kemakmuran pemilik. Kemakmuran pemilik ini dapat dilihat dari meningkatnya nilai perusahaan dengan cara *going concern* perusahaan dapat dipertahankan dan sarana untuk mempertahankan *going concern* adalah *earning*. Tolok ukur *earning* merupakan tolok ukur yang paling populer dan paling banyak digunakan oleh para analis dan pelaku bisnis untuk menilai kinerja perusahaan. Perlunya suatu perusahaan untuk mempertahankan *going concern* juga ditekankan dalam Standar Akuntansi Keuangan. Dalam standar tersebut ada dua asumsi dasar akuntansi keuangan, yaitu *going concern* dan *accrual basis*. Dengan *going concern* diartikan bahwa perusahaan didirikan untuk tujuan jangka panjang, sedangkan *accrual basis* diartikan bahwa semua transaksi diakui dan dicatat pada saat terjadinya, bukan saat dibayar atau diselesaikan dengan kas. Tanggung jawab sosial secara lebih

sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dimana dalam proses pengambilan keuntungan tersebut seringkali perusahaan menimbulkan kerusakan lingkungan ataupun dampak sosial lainnya.

Dalam rangka menciptakan *Good CSR* harus memadukan empat prinsip yakni fairness, transparency, accountability dan responsibility, secara harmonis. Selain itu juga harus menggabungkan kepentingan shareholders dan stakeholders. Untuk itu CSR tidak hanya fokus pada hasil yang ingin dicapai. Namun juga pada proses untuk mencapai hasil tersebut. Lima langkah di bawah ini bisa dijadikan panduan dalam merumuskan program CSR yaitu:

1. *Engagement*. Pendekatan awal kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tahap ini juga bisa berupa sosialisasi mengenai rencana pengembangan program CSR. Tujuan utama langkah ini adalah terbangunnya pemahaman, penerimaan dan trust masyarakat yang akan dijadikan sasaran CSR. Modal sosial bisa dijadikan dasar untuk membangun "kontrak sosial" antara masyarakat dengan perusahaan dan pihak-pihak yang terlibat.
2. *Assessment*. Identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan dasar dalam merumuskan program. Tahapan ini bisa dilakukan bukan hanya berdasarkan *needsbased approach* (aspirasi masyarakat), melainkan pula berpijak pada *rights-based approach* (konvensi internasional atau standar normatif hak-hak sosial masyarakat).
3. *Plan of action*. Merumuskan rencana aksi. Program yang akan diterapkan sebaiknya memerhatikan aspirasi masyarakat (stakeholders) di satu pihak dan misi perusahaan termasuk shareholders di lain pihak.
4. *Action and Facilitation*. Implementasikan program yang telah disepakati bersama. Program bisa dilakukan secara mandiri oleh masyarakat atau organisasi lokal. Namun, bisa pula difasilitasi oleh LSM dan pihak perusahaan. Monitoring, supervisi dan pendampingan merupakan kunci keberhasilan implementasi program.
5. *Evaluation and Termination or Reformation*. Menilai sejauh mana keberhasilan pelaksanaan program CSR di lapangan. Bila berdasarkan evaluasi, program akan diakhiri (termination) maka perlu adanya semacam pengakhiran kontrak dan exit strategy antara pihak-pihak yang terlibat. Misalnya, melaksanakan TOT CSR melalui capacity building terhadap masyarakat (stakeholders) yang akan melanjutkan program CSR secara mandiri. Bila ternyata program CSR akan dilanjutkan (reformation), maka perlu dirumuskan lessons learned bagi pengembangan program CSR berikutnya. Kesepakatan baru bisa dirumuskan sepanjang diperlukan.

KESIMPULAN

Masyarakat saat ini sudah mengetahui berbagai informasi dan kritis terhadap hal-hal yang terjadi, maka dari itu masyarakat saat ini lebih cerdas, kritis dan fariatif dalam memilih barang yang akan dibelinya, mereka akan memperhatikan image yang diciptakan oleh perusahaan tersebut, misalnya apakah perusahaan telah berkontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, apakah keberadaan perusahaan tidak menjadi bencana di tengah masyarakat baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan kritis konsumen juga selektif melihat apakah suatu perusahaan tidak melakukan hal-hal tidak terpuji seperti perusahaan

lingkungan, eksploitasi sumberdaya alam, manipulasi pajak dan penindasan terhadap hak-hak buruh. Hal ini searah dengan konsep *Good Governance* dimana dalam mekanisme pengelolaan sumber daya ekonomi dan sosial harus melibatkan sektor publik/pemerintah dan sektor swasta/privat serta masyarakat dalam suatu kegiatan kolektif. Pemerintah sebagai komponen pembuat sekaligus pelaksana kebijakan sudah saatnya untuk bertindak secara transparan terhadap pelaksanaan-pelaksanaan tugasnya. Untuk itu, Pemerintah tidak menjalankan suatu kebijakan secara otoriter, namun harus selalu melibatkan unsur- unsur lain dalam masyarakat, baik sektor swasta maupun komponen *civil society (good governance)*. Dalam hal ini Pemerintah harus mampu memberikan respon terhadap dinamika masyarakat yang menghendaki adanya sebuah kondisi yang transparan dan akuntabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Tim Universitas Katolik Parahyangan, *Corporate Social Responsibility: Konsep, Regulasi Dan Implementasi*, Bandung
- A.B. Susanto. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : The Jakarta Consulting Group, 2007.
- B. Tamam Achda. "*Konteks Sosiologis Perkembangan Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Implementasinya Di Indonesia*"
www.Menlh.Go.Id/Serbaserbi/Csr/Sosiologi.Pdf (Diakses Tanggal 18 Oktober 2008)
- Hendrik Budi Untung. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika, 2008.
- Isa Wahyudi & Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan Dan Implementasi*. Malang : In-Trans Publishing, 2008.
- Jonathan Sofian Lusa. *Mencari Bentuk Ideal Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.*"
[Http://Jsofian.W.wordpress.Com/2007/06/10/](http://Jsofian.W.wordpress.Com/2007/06/10/) (Diakses Tanggal 28 Oktober 2008).
- Ketut Budiarta, 2008, Cara Pandang Undang-Undang Ri No. 40 Tahun 2007 dan Undang-Undang RI No. 17 Tahun 2000 Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Spirit Publik, Buletin Studi Ekonomi Volume 13 Nomor 2 Tahun 2008 Issn 1410-4628
- Makna Ani Marlia "*Pentingnya Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Masyarakat Indonesia*" .Mamrh.Wordpress.Com/2008/07/21/53/
- Priyanto Susiloadi, 2008, *Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan*, Fisip Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Ronny Irawan. "*Corporate Social Responsibility: Tinjauan Menurut Peraturan Perpajakan Di Indonesia*" .[Http://Lpks1.Wima.Ac.Id/Pphks/Accurate/Makalah /Kt8.Pdf](http://Lpks1.Wima.Ac.Id/Pphks/Accurate/Makalah/Kt8.Pdf)
- Sukowati Praptining, 2012, *Model New Governance Dalam Good Governance*, Pascasarjana Universitas Brawijaya Malang Press Malang
[Http://Id.Shvoong.Corn/Social-Sciences/Economics/2283800-Dasar-Hukum-Corporate-Social-Responsibility/#1xzz28tjnw7ap](http://Id.Shvoong.Corn/Social-Sciences/Economics/2283800-Dasar-Hukum-Corporate-Social-Responsibility/#1xzz28tjnw7ap)
[Http://Id.Shvoong.Com/Social-Sciences/Economics/2283800-Dasar-Hulcum-Corporate-Social-Responsibility/#1xzz28tchv2n1](http://Id.Shvoong.Com/Social-Sciences/Economics/2283800-Dasar-Hulcum-Corporate-Social-Responsibility/#1xzz28tchv2n1)