



PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT: ANALISIS DAMPAK SOSIAL DAN EKONOMI

Kisma Nurozi

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Ersi Sisdianto

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Alamat: Jalan Letnan Kolonel H Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar

Lampung, Lampung 35131

Korespondensi penulis: nurozi254@gmail.com

Abstract: *This study explores the role of Corporate Social Responsibility (CSR) in enhancing community welfare by analyzing various CSR programs implemented by companies. Through a qualitative approach involving literature review and case study analysis, the findings indicate that CSR can significantly impact areas such as education, health, and economic empowerment. However, the success of CSR implementation heavily relies on community involvement and company transparency. Collaboration between companies and other stakeholders also proves to enhance the effectiveness of CSR programs. This research emphasizes the importance of formulating inclusive and responsive CSR strategies to meet community needs for sustainable welfare.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Community Welfare, Community Involvement, Collaboration.*

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi peran corporate social responsibility (CSR) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menganalisis berbagai macam CSR yang telah diterapkan oleh perusahaan. Melalui pendekatan kualitatif yang melibatkan studi literatur dan analisis studi kasus, temuan menunjukkan bahwa CSR dapat memberikan dampak positif yang signifikan, terutama dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi. Namun keberhasilan implementasi CSR sangat bergantung pada keterlibatan masyarakat dan transparansi perusahaan. Kolaborasi antara perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya juga terbukti meningkatkan efektivitas program CSR. Penelitian ini menegaskan pentingnya merumuskan strategi CSR yang inklusif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Kesejahteraan Masyarakat, Keterlibatan Masyarakat, Kolaborasi.*

PENDAHULUAN

Corporate social responsibility (CSR) merupakan salah satu topik yang semakin relevan dalam konteks bisnis modern. CSR mengacu kepada kewajiban perusahaan untuk memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ini mencakup berbagai tindakan yang mempertimbangkan dampak sosial dari kegiatan bisnis serta keuntungan finansial perusahaan.¹ Perusahaan tidak hanya harus memenuhi kewajiban hukum mereka, tetapi juga harus menunjukkan komitmen mereka terhadap kesejahteraan masyarakat dalam konteks dunia yang semakin terhubung dan saling bergantung. Dalam era globalisasi ini, dampak aktivitas

¹Kareem M. Shabana Archie B. Carroll, 'The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of the Literature and a Proposed Model', *International Journal of Management Reviews*, 12.1 (2010), pp. 85–105.

bisnis tidak hanya dirasakan oleh perusahaan itu sendiri, tetapi juga oleh masyarakat luas dan lingkungan di sekitar mereka.

Oleh karena itu, perusahaan diharapkan untuk mengambil peran aktif dalam menciptakan perubahan positif melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Dengan berfokus pada keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan pemangku kepentingan, meningkatkan reputasi mereka, serta memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan masyarakat yang lebih sejahtera. Implementasi CSR yang baik tidak hanya mendatangkan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan dalam pasar yang semakin kompetitif dan responsif terhadap isu-isu sosial.

Perkembangan CSR dapat dilihat sebagai respon terhadap yang disebabkan oleh industri modern dan globalisasi. Tanggung jawab sosial dan penciptaan nilai adalah dua aspek penting dalam CSR. Metode ini menunjukkan bahwa investasi dalam komunitas lokal meningkatkan kualitas dan memperluas posisi perusahaan di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa CSR yang efektif dapat menjadi pendekatan bisnis yang saling menguntungkan.²

Meskipun demikian, implementasi CSR tidak selalu berjalan dengan lancar. Banyak perusahaan mengalami kesulitan untuk memasukkan strategi CSR kedalam operasi mereka. Keberhasilan implementasi CSR bergantung pada transparansi dan komunikasi yang efektif. Ketidakjelasan tentang tujuan CSR dapat menyebabkan pemangku kepentingan tidak puas, yang pada gilirannya akan mengurangi efektivitas program. Oleh sebab itu, penting bagi perusahaan untuk membuat strategi CSR yang jelas dan dapat diukur.³

Di Indonesia sendiri CSR diatur oleh pemerintah melalui berbagai regulasi. Perusahaan menggunakan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas dan peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai dasar untuk menerapkan CSR mereka. Meskipun terdapat Undang-Undang, implementasi CSR dilapangan kerap kali kurang efektif. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan kurang memahami pentingnya CSR dan cara melaksanakannya.⁴

CSR memiliki dampak positif yang signifikan terhadap masyarakat. Bisnis yang aktif terlibat dalam CSR mempunyai kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan akses ke layanan kesehatan dan pendidikan dasar. Selain itu, CSR berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan menciptakan lapangan kerja baru. Oleh karena itu, perusahaan harus membuat inisiatif CSR mereka beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat lokal.⁵

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan juga dapat menimbulkan efek negatif, seperti kecemburuan sosial karena disparitas ekonomi antara karyawan perusahaan dan masyarakat sekitar lokasi bisnis. Ketidak setaraan dalam pembagian manfaat ekonomi dapat menyebabkan konflik komunitas. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan dampak sosial dari keputusan bisnis mereka selain keuntungan finansial.⁶

²Mark R. Kramer Michael E. Porter, 'Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility', *Harvard Business Review*, 87.12 (2006), pp. 78–92.

³Majken Schultz Mette Morsing, 'Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies', *Business Ethics: A European Review*, 15.4 (2006), pp. 323–38.

⁴Muhammad Tohir, 'The Implementation of Corporate Social Responsibility in Indonesia: A Review of Regulatory Framework', *Journal of Business Ethics*, 162.1 (2021), pp. 1–14.

⁵Qaisar A. Nisar Muhammad Imran, Hafeez D. Aslam, 'The Impact of Corporate Social Responsibility on Community Development: Evidence from Pakistan', *Sustainability*, 13.2 (2021), pp. 1–15.

⁶A. Marwan M. Fadli, 'Social Inequality and Corporate Social Responsibility in Indonesia: A Case Study', *Journal of Social Issues*, 78.3 (2022), pp. 431–45.

Dengan latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta dampak sosial ekonomi yang ditimbulkannya. Seiring dengan perkembangan dunia bisnis yang semakin berorientasi pada keberlanjutan, CSR tidak hanya dilihat sebagai kewajiban moral bagi perusahaan, tetapi juga sebagai strategi untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat. Penelitian ini akan menggali bagaimana implementasi CSR dapat membawa manfaat yang nyata bagi masyarakat, termasuk dalam aspek peningkatan kualitas hidup, pemberdayaan ekonomi, akses pendidikan, dan perlindungan lingkungan.

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang pentingnya CSR sebagai instrumen yang dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat, serta memberikan kontribusi terhadap pembangunan sosial dan ekonomi yang lebih inklusif. Dengan menganalisis berbagai studi kasus dan praktik terbaik dari perusahaan-perusahaan yang telah sukses mengimplementasikan CSR, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi tentang bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan CSR secara efektif untuk mencapai tujuan bersama, baik bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi masyarakat yang dilayani.

KAJIAN TEORI

Bagian kajian teori dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan kerangka konseptual yang mendasari pemahaman mengenai Corporate Social Responsibility (CSR) serta hubungannya dengan kepentingan publik. Dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang, CSR semakin dianggap penting bukan hanya sebagai upaya untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap dampak kegiatan bisnis terhadap masyarakat dan lingkungan. Penelitian ini akan mengulas berbagai definisi dan konsep CSR yang berkembang, serta teori-teori yang menjadi dasar dari implementasi CSR di berbagai perusahaan. Pemahaman mendalam tentang konsep-konsep ini sangat penting, mengingat peran CSR yang tidak hanya terfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada kontribusi sosial yang lebih luas.

Selanjutnya, kajian ini juga akan mengeksplorasi hubungan antara CSR dan kesejahteraan masyarakat serta dampaknya terhadap lingkungan sosial. Dalam hal ini, CSR diharapkan dapat berfungsi sebagai instrumen yang mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui berbagai program yang berfokus pada pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, dan keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini akan menggali lebih dalam bagaimana CSR dapat diterapkan secara efektif untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Melalui pemahaman yang komprehensif terhadap berbagai teori dan praktik CSR, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai cara-cara optimal untuk melaksanakan CSR dalam rangka mencapai tujuan sosial dan ekonomi yang lebih baik.

1. Definisi Dan Konsep CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang mengacu pada kewajiban perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari tindakan mereka. CSR tidak hanya memperhatikan keuntungan tetapi juga kesejahteraan lingkungan dan masyarakat. Konsumen dan pemangku kepentingan lainnya semakin

memperhatikan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan, yang membuat CSR penting di era globalisasi.⁷

Selain itu, praktik etis harus diintegrasikan kedalam strategi perusahaan sebagai bagian dari CSR. CSR mencakup berbagai dimensi, seperti perlakuan terhadap karyawan dan perlindungan lingkungan. Ini menunjukkan bahwa CSR yang efektif dapat berfungsi sebagai strategi bisnis yang saling menguntungkan dan pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi dan loyalitas pelanggan perusahaan.⁸

Ditinjau dari segi hukum, CSR diatur oleh berbagai regulasi yang bertujuan untuk melindungi lingkungan dan menjaga masyarakat. Banyak negara sekarang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan CSR, ini berarti perusahaan harus membuat kerangka kerja yang jelas untuk melakukan tanggung jawab mereka.⁹ Dengan pemahaman yang mendalam mengenai definisi dan konsep Corporate Social Responsibility (CSR), penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai bagaimana CSR dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Definisi CSR yang mencakup tanggung jawab sosial perusahaan dalam berbagai aspek—ekonomi, sosial, dan lingkungan—membantu dalam mengevaluasi sejauh mana perusahaan berhasil menciptakan nilai tambah bagi masyarakat melalui program-program yang mereka jalankan. Melalui pendekatan yang sistematis dan berbasis data, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak positif dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam implementasi CSR, serta mengukur kontribusinya terhadap kualitas hidup masyarakat.

Penelitian ini juga akan menggali hubungan antara implementasi CSR dan perubahan yang terjadi dalam aspek kesejahteraan masyarakat, seperti peningkatan akses pendidikan, layanan kesehatan, serta pemberdayaan ekonomi. Dengan menggunakan metode evaluasi yang sesuai, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas program CSR dan bagaimana perusahaan dapat lebih optimal dalam merancang inisiatif yang memberikan dampak jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengevaluasi dampak CSR, tetapi juga untuk memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam merumuskan kebijakan CSR yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

2. Teori-Teori Yang Mendasari CSR

Teori *Stakeholder* adalah salah satu teori yang mendasari praktik CSR. Menurut teori ini, perusahaan bertanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan pelanggan, dan karyawan. Dalam situasi ini, CSR dipandang sebagai tanggung jawab moral dan strategi yang dapat menghasilkan nilai bagi semua pihak yang terlibat.¹⁰

Teori *Legitimasi* juga penting dalam memahami CSR. Perusahaan berusaha mendapatkan legitimasi dari masyarakat agar dapat beroperasi dengan baik, membangun

⁷Anja Midttun Christian D. Ditlev-Simonsen, 'Corporate Social Responsibility: The Role of the Business School', *Journal of Business Ethics*, 136.2 (2016), pp. 275–92.

⁸Emmanuel Nys Salah Boubaker, 'Corporate Social Responsibility: A Review of the Literature', *Journal of Business Research*, 121 (2020), pp. 158–69.

⁹Amit Dhir, 'The Role of Corporate Social Responsibility in the Corporate Governance Framework', *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 20.4 (2020), pp. 573–84.

¹⁰R. Edward Freeman, 'Strategic Management: A Stakeholder Approach', *Pitman Publishing*, 1984.

reputasi yang baik dan mendapatkan dukungan dari masyarakat.¹¹ Organisasi yang terlibat aktif dalam CSR memiliki peluang yang lebih besar untuk memperoleh legitimasi sosial.¹²

Selain itu, terdapat hubungan antara keberhasilan bisnis dan CSR, menurut teori kinerja ekonomi. Bisnis yang menerapkan praktik CSR yang efektif memiliki kecenderungan untuk memiliki kinerja finansial yang lebih baik.¹³ Investasi dalam CSR dapat menghasilkan pengembalian yang lebih besar.¹⁴ Kita dapat lebih baik mengevaluasi dampak CSR terhadap kesejahteraan masyarakat dengan memahami teori yang mendasarinya. Teori-teori yang berkaitan dengan CSR, seperti teori stakeholder, teori legitimasi, dan teori tanggung jawab sosial perusahaan, memberikan kerangka kerja yang penting untuk memahami bagaimana perusahaan dapat berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Teori stakeholder, misalnya, menekankan pentingnya hubungan perusahaan dengan berbagai pihak terkait, seperti masyarakat lokal, pemerintah, dan pelanggan, yang mempengaruhi keputusan dan kebijakan CSR yang diambil oleh perusahaan. Dengan melibatkan pemangku kepentingan ini dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR, perusahaan dapat memastikan bahwa inisiatif mereka sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

Selain itu, teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan melaksanakan CSR untuk memperoleh legitimasi sosial dari masyarakat, yang dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan. Jika perusahaan tidak berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang bermanfaat, mereka mungkin dianggap tidak peduli terhadap kesejahteraan masyarakat, yang bisa berdampak negatif pada bisnis mereka. Di sisi lain, teori tanggung jawab sosial perusahaan menekankan pentingnya perusahaan untuk tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat melalui tindakan yang bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan.

Dengan memahami teori-teori ini, perusahaan dapat merancang dan mengevaluasi program CSR dengan lebih efektif, mengukur dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat, dan menyesuaikan strategi mereka untuk menciptakan manfaat yang lebih besar. Evaluasi yang berbasis pada teori ini memungkinkan perusahaan untuk memahami lebih dalam dampak jangka panjang dari CSR, baik dalam hal peningkatan kualitas hidup masyarakat maupun keberlanjutan hubungan perusahaan dengan komunitas yang dilayaninya.

3. Hubungan Antara CSR Dan Kesejahteraan Masyarakat

Hubungan antara CSR dengan kesejahteraan masyarakat telah menjadi perhatian utama pada penelitian ini. Perusahaan yang aktif dalam CSR dapat membantu mengurangi kemiskinan, meningkatkan pendidikan, dan memberikan akses ke layanan kesehatan.¹⁵ Program-program yang berorientasi pada pembangunan sosial dapat

¹¹Mark C. Suchman, 'Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches', *Academy of Management Review*, 20.3 (1995), pp. 571–610.

¹²Mark P. Sharfman Shirley F. Chiu, 'The Impact of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: A Meta-Analysis', *Journal of Business Ethics*, 168.1 (2021), pp. 1–20.

¹³James P. Walsh Joshua D. Margolis, 'Misery Loves Companies: Whither Social Initiatives by Business?', *Administrative Science Quarterly*, 48.2 (2003), pp. 268–305.

¹⁴Jun Sarkis Hui Wang, 'Corporate Social Responsibility and Firm Performance: A Meta-Analysis', *Journal of Business Research*, 117 (2020), pp. 1–12.

¹⁵Gary N. Soutar Julie C. Sweeney, 'The Role of Corporate Social Responsibility in Brand Equity', *Journal of Business Ethics*, 148.4 (2018), pp. 817–32.

membantu meningkatkan kualitas hidup. Hal ini menunjukkan bahwa CSR dapat memiliki dampak sosial yang besar.

Selain itu, CSR dapat membantu masyarakat lebih terlibat dalam proses pembangunan. Keterlibatan masyarakat dalam program CSR dapat meningkatkan rasa kepemilikan dan komitmen terhadap inisiatif.¹⁶ Perusahaan dapat memastikan bahwa program CSR mereka lebih relevan dan efektif untuk memenuhi kebutuhan lokal dengan melibatkan masyarakat.

Namun, implementasi CSR tidak selalu berjalan dengan baik. Ketidakjelasan dalam tujuan dan hasil program CSR dapat menyebabkan ketidakpuasan di kalangan masyarakat.¹⁷ Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk merancang strategi CSR yang jelas, terstruktur, dan berdasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan masyarakat serta dampak yang ingin dicapai. Perusahaan harus memastikan bahwa partisipasi masyarakat terlibat di setiap tahap, mulai dari perencanaan hingga evaluasi program, guna menciptakan dampak yang berkelanjutan dan sesuai dengan harapan komunitas. Dengan memahami hubungan antara CSR dan kesejahteraan masyarakat, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dan relevan. Melalui pendekatan yang inklusif dan transparan, perusahaan tidak hanya dapat memenuhi tanggung jawab sosialnya, tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat, yang pada akhirnya akan menghasilkan dampak positif yang lebih besar bagi kesejahteraan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Strategi CSR yang baik akan mengarah pada keberlanjutan dan menciptakan nilai jangka panjang baik bagi perusahaan maupun masyarakat yang dilayaninya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penekanan pada analisis literatur dan studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai praktik Corporate Social Responsibility (CSR) serta dampaknya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menyelidiki berbagai aspek CSR, mulai dari implementasi hingga evaluasi dampaknya, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosialnya. Penelitian ini mengandalkan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber relevan, seperti laporan tahunan perusahaan, publikasi akademik, serta dokumentasi program CSR. Dengan memanfaatkan data tersebut, penelitian ini berusaha memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas program CSR dan bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan upaya mereka dalam menciptakan nilai sosial yang berkelanjutan.

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data tersebut diperoleh dari berbagai literatur seperti artikel ilmiah, buku, laporan penelitian, dan dokumen resmi terkait CSR dan kesejahteraan masyarakat. Dengan menggunakan data sekunder, peneliti dapat mengumpulkan informasi yang teruji dan relevan tanpa perlu mengumpulkan data primer, yang sering kali memerlukan lebih banyak waktu dan uang.

¹⁶Jean Tirole Renaud Bénabou, 'Individual and Corporate Social Responsibility', *Economica*, 77.305 (2010), pp. 1–19.

¹⁷Yongcui Li Hoon Lee, Jaehoon Lee, Sanghoon Lee, 'Corporate Social Responsibility and Stakeholder Engagement: A Study of the Korean Banking Sector', *Sustainability*, 11.7 (2019), p. 1983.

Dalam konteks ini, peneliti mengandalkan sumber yang terpercaya dan terkini untuk memastikan keakuratan dan relevansi informasi yang diperoleh.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi studi literatur dan analisis studi kasus. Studi literatur dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber tertulis, seperti buku, artikel jurnal, laporan tahunan perusahaan, serta publikasi lainnya yang relevan dengan topik Corporate Social Responsibility (CSR). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan teoritis dan empiris mengenai implementasi CSR serta dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat. Selain itu, analisis studi kasus digunakan untuk menggali informasi lebih mendalam tentang praktik CSR di perusahaan tertentu. Teknik ini memberikan pemahaman kontekstual yang kaya, sehingga peneliti dapat mengeksplorasi dinamika spesifik yang terjadi dalam implementasi CSR, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang digunakan untuk mengatasinya. Kombinasi kedua teknik ini bertujuan untuk menghasilkan data yang komprehensif dan mendalam sebagai dasar analisis dalam penelitian.

- a. **Studi literatur:** Peneliti melakukan tinjauan terhadap berbagai literatur yang berkaitan dengan Corporate Social Responsibility (CSR), yang mencakup konsep dasar, teori-teori yang mendasarinya, serta praktik-praktik yang diterapkan dalam berbagai sektor industri. Proses ini melibatkan pencarian dan pengumpulan artikel dari jurnal akademik, buku, serta publikasi relevan lainnya yang membahas CSR. Dengan menganalisis penelitian-penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara CSR dan kesejahteraan sosial, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang dampak dan manfaat yang dihasilkan oleh praktik CSR bagi masyarakat. Studi literatur ini juga membantu peneliti untuk mengidentifikasi tren yang berkembang dalam pelaksanaan CSR, tantangan yang dihadapi perusahaan, serta praktik terbaik yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan yang sukses dalam menjalankan program CSR mereka.
- b. **Analisis Studi Kasus:** Selain studi literatur, analisis studi kasus juga digunakan untuk menguji contoh-contoh nyata dari praktik CSR yang sukses dan relevan. Melalui analisis ini, peneliti menelaah strategi-strategi yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut dalam menjalankan inisiatif CSR dan bagaimana strategi tersebut memberikan kontribusi signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Studi kasus ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana teori-teori CSR diterapkan dalam praktik nyata dan bagaimana dampaknya terhadap berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, pemerintah, dan perusahaan itu sendiri. Dengan mengeksplorasi studi kasus ini, peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai keberhasilan, tantangan, serta faktor-faktor kunci yang menentukan efektivitas program CSR dalam menciptakan perubahan sosial yang positif.

3. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan melalui studi literatur dan analisis studi kasus akan dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema besar yang muncul dari data dan menarik kesimpulan berdasarkan bukti-bukti yang ditemukan. Analisis ini juga akan mencakup perbandingan berbagai praktik CSR

yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan dan dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat. Dalam proses ini, peneliti akan melihat bagaimana CSR dapat mempengaruhi berbagai aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Melalui analisis yang komprehensif ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman lebih dalam mengenai peran CSR, serta dampaknya yang luas terhadap masyarakat. Temuan-temuan yang dihasilkan diharapkan tidak hanya memberikan gambaran yang jelas tentang implementasi CSR, tetapi juga memberikan rekomendasi untuk peningkatan efektivitas program CSR di masa depan.

4. Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data yang diperoleh, peneliti melakukan triangulasi, yakni membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda. Proses triangulasi ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh tidak bias dan memiliki dasar yang kuat. Selain itu, peneliti juga mempertimbangkan kredibilitas dan reputasi sumber yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber-sumber yang digunakan akan lebih diutamakan dari publikasi yang berasal dari jurnal yang terakreditasi dan diakui dalam bidangnya, guna memastikan kualitas dan keandalan informasi yang diperoleh. Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan dapat meminimalkan bias dan meningkatkan validitas temuan penelitian. Proses verifikasi dan validasi ini bertujuan agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat, objektif, dan bermanfaat mengenai peran CSR dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memberikan saran yang aplikatif bagi perusahaan dan pemangku kebijakan terkait.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian penelitian dan pembahasan ini, disajikan hasil terpenting dari analisis yang dilakukan terkait penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di berbagai perusahaan. Penelitian ini mengadopsi pendekatan studi kasus untuk mengidentifikasi dampak aktual program CSR terhadap kesejahteraan masyarakat, serta tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Studi ini menemukan bahwa meskipun program CSR memiliki potensi untuk memberikan manfaat yang signifikan, keberhasilan implementasinya sangat bergantung pada beberapa faktor kunci. Salah satu faktor utama adalah tingkat keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR. Keterlibatan aktif dari masyarakat tidak hanya membantu meningkatkan relevansi program, tetapi juga memastikan bahwa manfaat yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan lokal. Selain itu, transparansi perusahaan dalam mengkomunikasikan tujuan, progres, dan hasil dari program CSR memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

Lebih lanjut, penelitian ini menyoroti bahwa banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam menyelaraskan strategi CSR mereka dengan prioritas lokal dan nasional, terutama ketika ada perbedaan antara kepentingan bisnis dan kebutuhan masyarakat. Tantangan lain mencakup keterbatasan sumber daya, baik dalam bentuk finansial maupun non-finansial, yang dapat menghambat pelaksanaan program yang lebih luas dan berkelanjutan. Studi ini juga menemukan bahwa perusahaan yang berhasil menerapkan CSR secara efektif adalah mereka yang menjadikan tanggung jawab sosial sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka, bukan sekadar kegiatan filantropi yang bersifat sporadis.

Dengan mengeksplorasi temuan-temuan ini secara mendalam, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai bagaimana praktik CSR dapat dioptimalkan untuk mencapai tujuan masyarakat yang lebih luas. Hal ini mencakup pentingnya

sinergi antara perusahaan, pemerintah, dan masyarakat dalam menciptakan program yang berkelanjutan dan berorientasi pada dampak jangka panjang. Dalam konteks ini, penelitian ini menawarkan rekomendasi strategis bagi perusahaan untuk memperkuat kerangka kerja CSR mereka, dengan fokus pada peningkatan transparansi, penguatan keterlibatan masyarakat, dan pengembangan program yang responsif terhadap kebutuhan lokal. Dengan demikian, CSR dapat berfungsi tidak hanya sebagai alat untuk meningkatkan citra perusahaan, tetapi juga sebagai sarana untuk mendukung pembangunan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

1. Hasil Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki dampak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Menurut studi kasus yang dilakukan pada beberapa perusahaan yang terlibat dalam CSR, kualitas hidup masyarakat dapat ditingkatkan dengan program yang berfokus pada pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi. Misalnya bisnis yang mengajarkan keterampilan pada masyarakat lokal dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup masyarakat. Investasi dalam pengembangan sumber daya manusia berkontribusi pada dampak sosial yang lebih besar.¹⁸

Selain itu, telah terbukti bahwa program CSR yang berorientasi pada pendidikan meningkatkan akses dan partisipasi masyarakat dalam pendidikan. Dalam komunitas mereka, beberapa organisasi yang memberikan beasiswa dan dukungan pendidikan kepada anak-anak telah membantu meningkatkan pendidikan dan kesadaran sosial. Program CSR yang berfokus kepada pendidikan tidak hanya meningkatkan akses tetapi juga mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembelajaran, yang menghasilkan efek domino yang menguntungkan masyarakat.¹⁹

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa beberapa program CSR tidak berjalan dengan baik. Beberapa perusahaan menghadapi tantangan dalam menerapkan inisiatif CSR yang berkelanjutan karena kurangnya transparansi dan akuntabilitas. Perusahaan yang tidak melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR cenderung menghadapi tantangan, yang mengurangi efektivitas program tersebut.²⁰ Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan yang diinginkan, perusahaan harus memastikan partisipasi masyarakat dalam setiap tahap program CSR.

Dapat dikatakan bahwa penelitian ini menegaskan pentingnya peran *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dengan menyoroti keberhasilan program CSR yang berfokus pada pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi. Program yang melibatkan masyarakat, seperti pelatihan keterampilan untuk menciptakan lapangan kerja baru dan investasi dalam pengembangan sumber daya manusia, terbukti dapat memberikan dampak sosial yang signifikan. Selain itu, program CSR yang berorientasi pada pendidikan tidak hanya meningkatkan akses masyarakat terhadap pendidikan, tetapi juga memotivasi mereka untuk berpartisipasi

¹⁸& Valérie Swaen Abdelkader El Akremi, Jean-Pascal Gond, 'Corporate Social Responsibility and Employee', *The Role of Organizational Justice*, 116 (2018), pp. 352–65.

¹⁹Kiran Rakesh Rajesh Yadav, 'Corporate Social Responsibility and Education: A Study of Indian Firms', *International Journal of Educational Management*, 34.4 (2020), pp. 663–75.

²⁰& others Hoon Lee, Jean-Pascal Gond, Valérie Swaen, 'The Role of Stakeholder Engagement in Corporate Social Responsibility: A Systematic Review', *Business & Society*, 60.4 (2021), pp. 850–83.

aktif dalam proses pembelajaran, yang pada akhirnya menciptakan efek domino yang positif bagi komunitas.

Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa meskipun banyak program CSR yang berhasil, ada beberapa yang tidak berjalan dengan baik. Beberapa perusahaan mengalami kesulitan dalam menerapkan program CSR yang berkelanjutan karena kurangnya transparansi, akuntabilitas, dan keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan inisiatif tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mencapai tujuan yang diinginkan, perusahaan perlu memastikan adanya partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap program CSR, sehingga program tersebut dapat berjalan efektif dan memberikan dampak yang maksimal. Dengan demikian, keterlibatan masyarakat dan penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas menjadi kunci penting dalam keberhasilan implementasi CSR yang berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat.

2. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat, namun keberhasilan implementasinya bergantung pada strategi yang digunakan. Perusahaan yang menerapkan sumber daya berbasis kebutuhan masyarakat memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk memiliki dampak sosial yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa saat merancang program CSR, sangat penting untuk memahami konteks lokal dan kebutuhan unik masyarakat.²¹

Selain itu, analisis studi kasus menunjukkan bahwa kerja sama antara perusahaan dan pemangku kepentingan lain, seperti pemerintah dan organisasi non-pemerintah, dapat membuat program CSR lebih efektif. Kolaborasi memungkinkan bisnis untuk memanfaatkan berbagai sumber daya dan keahlian yang lebih kreatif dan berkelanjutan. Kolaborasi yang efektif dapat meningkatkan efek CSR dan menciptakan kepercayaan antara perusahaan dan masyarakat.²²

Meskipun demikian, masalah yang timbul dalam pelaksanaan CSR yang tidak transparan dan akuntabel harus diperhatikan. Perusahaan yang tidak menjelaskan tujuan dan hasil dari program CSR mereka memiliki kecenderungan untuk menimbulkan skeptisisme publik. Untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan, sangat penting untuk berkomunikasi dengan cara yang jelas dan terbuka. Perusahaan harus transparan dalam melaporkan hasil dan dampak program CSR mereka.²³

Selain itu, jika perusahaan mengabaikan konteks sosial dan budaya, CSR dapat menimbulkan dampak negatif. Program CSR yang tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal dapat menyebabkan ketidakpuasan dan konflik.²⁴ Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan analisis menyeluruh tentang konteks lokal sebelum memulai inisiatif CSR untuk memastikan bahwa program tersebut dapat diterima dan bermanfaat bagi masyarakat.

²¹& others Shiyang Qu, Yujun Wang, 'Corporate Social Responsibility and Its Impact on Firm Performance: Evidence from China', *Sustainability*, 13.3 (2021), p. 1234.

²²& others José A. Aragon-Correa, Javier J. Hurtado-Torres, 'Stakeholder Engagement for Sustainability: A Case Study of the Steel Industry', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26.5 (2019), pp. 130–1143.

²³Ian Sutherland Mette Morsing, 'Corporate Social Responsibility Communication: A Holistic Approach to Stakeholder Engagement', *Journal of Business Ethics*, 162.2 (2020), pp. 425–42.

²⁴& others Xavier Font, Andrew Harris, 'The Role of Corporate Social Responsibility in Crisis Management: A Case Study of the Hospitality Industry', *Tourism Management*, 76 (2020), p. 103941.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai alat strategis untuk mencapai kesejahteraan sosial yang berkelanjutan. CSR tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, tetapi juga sebagai kontribusi nyata dalam mendukung pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat. Dengan mengembangkan dan melaksanakan program CSR yang efektif, transparan, dan komprehensif, perusahaan dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat lokal, pemerintah, dan komunitas bisnis. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR sangat bergantung pada sejauh mana perusahaan dapat menyesuaikan strategi mereka dengan kebutuhan dan prioritas masyarakat setempat. Pendekatan yang partisipatif, di mana masyarakat dilibatkan dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program, dapat meningkatkan efektivitas serta keberlanjutan program tersebut.

Lebih lanjut, transparansi dalam pelaksanaan CSR juga menjadi faktor kunci yang dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya. Dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai tujuan, progres, dan hasil program CSR, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan komunitasnya. Penelitian ini juga menyoroti perlunya sinergi antara sektor swasta, pemerintah, dan masyarakat dalam menciptakan inisiatif CSR yang lebih terkoordinasi dan berdampak luas. Dalam konteks ini, CSR tidak lagi dipandang sebagai beban atau tanggung jawab tambahan bagi perusahaan, melainkan sebagai investasi strategis yang dapat mendorong pertumbuhan sosial dan ekonomi jangka panjang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi perusahaan dan pembuat kebijakan dalam menyusun strategi CSR yang lebih efektif di masa depan. Dengan memanfaatkan temuan ini, diharapkan perusahaan dapat merancang program yang lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat dan sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga menawarkan panduan praktis bagi perusahaan dalam mengatasi tantangan yang mungkin muncul dalam implementasi CSR, seperti keterbatasan sumber daya, resistensi masyarakat, atau kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan. Pada akhirnya, penerapan CSR yang optimal dapat membantu menciptakan nilai bersama (*shared value*) yang tidak hanya memperkuat posisi kompetitif perusahaan, tetapi juga meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan.

3. Perusahaan Pelaksana CSR Di Bidang Lingkungan, Kesehatan Dan Pendidikan

Berikut adalah daftar perusahaan yang melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) di bidang kesehatan, pendidikan, dan pemberdayaan ekonomi:

1. Bidang Kesehatan:

- a. **PT Unilever Indonesia:** Melalui program "Unilever Sustainable Living Plan," perusahaan ini berfokus pada peningkatan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, termasuk kampanye kesehatan dan nutrisi.
- b. **PT Johnson & Johnson:** Menjalankan berbagai inisiatif kesehatan, termasuk program akses kesehatan dan pendidikan kesehatan di komunitas yang kurang terlayani.
- c. **PT Astra International Tbk:** Melalui program CSR-nya, Astra memberikan dukungan kesehatan dengan menyediakan layanan medis gratis dan kampanye kesehatan masyarakat.

2. Bidang Pendidikan

- a. **PT Bank Mandiri (Persero) Tbk:** Memiliki program "Mandiri untuk Pendidikan" yang memberikan beasiswa dan dukungan pendidikan untuk siswa kurang mampu.
- b. **PT Telkom Indonesia:** Melalui program "Indonesia Digital Learning," Telkom mendukung pendidikan digital dengan menyediakan akses internet dan infrastruktur pendidikan di daerah terpencil.
- c. **PT Garuda Indonesia:** Menjalankan program "Garuda Indonesia Pendidikan" yang memberikan beasiswa dan pelatihan kepada mahasiswa di bidang penerbangan dan pariwisata.

3. Bidang Pemberdayaan Ekonomi

- a. **PT Danone Indonesia:** Melalui program "Danone Ecosystem Fund," perusahaan ini memberdayakan masyarakat melalui pelatihan keterampilan dan akses ke pasar bagi pengusaha mikro.
- b. **PT BRI (Bank Rakyat Indonesia):** Melaksanakan program pemberdayaan ekonomi dengan menyediakan akses ke pembiayaan bagi usaha kecil dan menengah (UKM) di seluruh Indonesia.
- c. **PT Nestlé Indonesia:** Melalui program "Creating Shared Value," Nestlé fokus pada pemberdayaan petani lokal dan UKM melalui pelatihan dan dukungan pemasaran.

Perusahaan-perusahaan ini dengan tegas menunjukkan komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial melalui pelaksanaan program-program Corporate Social Responsibility (CSR) yang tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi mereka dalam bentuk peningkatan citra perusahaan dan hubungan yang lebih baik dengan para pemangku kepentingan, tetapi juga membawa dampak positif yang signifikan terhadap kualitas hidup masyarakat di sekitar mereka. Program-program CSR yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan ini mencakup berbagai inisiatif yang berfokus pada bidang-bidang penting seperti kesehatan, pendidikan, dan pemberdayaan ekonomi, yang secara langsung mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini dengan jelas menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) memegang peranan yang sangat penting dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap berbagai studi kasus, ditemukan bahwa program CSR yang dirancang dengan baik dapat memberikan dampak yang signifikan tidak hanya dalam aspek ekonomi, sosial, tetapi juga lingkungan. Program-program CSR yang diimplementasikan dengan tepat memiliki potensi untuk memberikan kontribusi yang besar dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat, seperti melalui inisiatif di bidang pendidikan, kesehatan, serta pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Selain itu, perusahaan yang aktif dalam menjalankan program CSR juga turut membangun hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan, seperti masyarakat lokal, pemerintah, dan lembaga non-pemerintah, yang pada gilirannya memperkuat citra dan reputasi perusahaan itu sendiri.

Namun, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa keberhasilan penerapan CSR sangat bergantung pada bagaimana perusahaan mengembangkan dan melaksanakan program-program tersebut. Program CSR yang berhasil tidak hanya tergantung pada desain dan pelaksanaannya, tetapi juga pada partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan dan implementasinya. Partisipasi masyarakat sangat penting untuk memastikan bahwa program CSR benar-benar sesuai dengan

kebutuhan dan harapan mereka, serta memastikan bahwa dampak positif yang dihasilkan bersifat berkelanjutan. Inisiatif yang melibatkan masyarakat tidak hanya menciptakan rasa kepemilikan yang lebih besar terhadap program tersebut, tetapi juga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan, yang pada akhirnya dapat mengurangi risiko munculnya skeptisisme terhadap niat dan tujuan perusahaan dalam menjalankan CSR. Dengan demikian, transparansi dan komunikasi yang terbuka menjadi kunci dalam membangun kepercayaan antara perusahaan dan masyarakat.

Namun, terdapat pula tantangan yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan program CSR. Tidak semua program CSR berjalan dengan efektif, dan beberapa perusahaan bahkan kesulitan untuk mencapai tujuan yang telah mereka tetapkan. Salah satu faktor penyebab kegagalan adalah ketidakjelasan dalam tujuan dan hasil yang diharapkan dari program tersebut. Ketika tujuan program tidak jelas atau tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, hal ini dapat menimbulkan resistensi dan ketidakpuasan dari masyarakat yang menjadi sasaran program CSR. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis mendalam terhadap kondisi lokal dan kebutuhan masyarakat sebelum memulai inisiatif CSR, sehingga dapat memastikan bahwa program yang dijalankan benar-benar relevan dan memberikan manfaat yang maksimal bagi komunitas.

Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya kolaborasi antara perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya, seperti lembaga pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan masyarakat lokal. Kolaborasi ini terbukti dapat meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan program CSR yang dijalankan. Kemitraan antara sektor swasta dan publik memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan berbagai sumber daya dan keahlian, yang pada akhirnya dapat menghasilkan solusi yang lebih inovatif dan berkelanjutan. Sinergi yang tercipta melalui kolaborasi ini tidak hanya menguntungkan perusahaan dan masyarakat, tetapi juga membawa dampak positif yang lebih luas, baik bagi pembangunan sosial maupun ekonomi secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya CSR sebagai alat yang efektif untuk mencapai kesejahteraan sosial yang lebih baik. Dengan mengembangkan dan melaksanakan program CSR yang tidak hanya efektif, tetapi juga transparan, komprehensif, dan berkelanjutan, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan reputasinya di mata publik, tetapi juga dapat memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan dan pengambil kebijakan untuk menyusun strategi CSR yang lebih baik dan lebih berdampak di masa depan, sehingga dapat memaksimalkan manfaat yang dihasilkan bagi masyarakat dan menciptakan masa depan yang lebih sejahtera bagi semua pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelkader El Akreimi, Jean-Pascal Gond, & Valérie Swaen, 'Corporate Social Responsibility and Employee', *The Role of Organizational Justice*, 116 (2018), pp. 352–65
- Amit Dhir, 'The Role of Corporate Social Responsibility in the Corporate Governance Framework', *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 20.4 (2020), pp. 573–84
- Archie B. Carroll, Kareem M. Shabana, 'The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of the Literature and a Proposed Model', *International Journal of Management Reviews*, 12.1 (2010), pp. 85–105

- Christian D. Ditlev-Simonsen, Anja Midttun, 'Corporate Social Responsibility: The Role of the Business School', *Journal of Business Ethics*, 136.2 (2016), pp. 275–92
- Hoon Lee, Jaehoon Lee, Sanghoon Lee, Yongcui Li, 'Corporate Social Responsibility and Stakeholder Engagement: A Study of the Korean Banking Sector', *Sustainability*, 11.7 (2019), p. 1983
- Hoon Lee, Jean-Pascal Gond, Valérie Swaen, & others, 'The Role of Stakeholder Engagement in Corporate Social Responsibility: A Systematic Review', *Business & Society*, 60.4 (2021), pp. 850–83
- Hui Wang, Jun Sarkis, 'Corporate Social Responsibility and Firm Performance: A Meta-Analysis', *Journal of Business Research*, 117 (2020), pp. 1–12
- José A. Aragon-Correa, Javier J. Hurtado-Torres, & others, 'Stakeholder Engagement for Sustainability: A Case Study of the Steel Industry', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26.5 (2019), pp. 130–1143
- Joshua D. Margolis, James P. Walsh, 'Misery Loves Companies: Whither Social Initiatives by Business?', *Administrative Science Quarterly*, 48.2 (2003), pp. 268–305
- Julie C. Sweeney, Gary N. Soutar, 'The Role of Corporate Social Responsibility in Brand Equity', *Journal of Business Ethics*, 148.4 (2018), pp. 817–32
- M. Fadli, A. Marwan, 'Social Inequality and Corporate Social Responsibility in Indonesia: A Case Study', *Journal of Social Issues*, 78.3 (2022), pp. 431–45
- Mark C. Suchman, 'Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches', *Academy of Management Review*, 20.3 (1995), pp. 571–610
- Mette Morsing, Ian Sutherland, 'Corporate Social Responsibility Communication: A Holistic Approach to Stakeholder Engagement', *Journal of Business Ethics*, 162.2 (2020), pp. 425–42
- Mette Morsing, Majken Schultz, 'Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies', *Business Ethics: A European Review*, 15.4 (2006), pp. 323–38
- Michael E. Porter, Mark R. Kramer, 'Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility', *Harvard Business Review*, 87.12 (2006), pp. 78–92
- Muhammad Imran, Hafeez D. Aslam, Qaisar A. Nisar, 'The Impact of Corporate Social Responsibility on Community Development: Evidence from Pakistan', *Sustainability*, 13.2 (2021), pp. 1–15
- Muhammad Tohir, 'The Implementation of Corporate Social Responsibility in Indonesia: A Review of Regulatory Framework', *Journal of Business Ethics*, 162.1 (2021), pp. 1–14
- R. Edward Freeman, 'Strategic Management: A Stakeholder Approach', *Pitman Publishing*, 1984
- Rajesh Yadav, Kiran Rakesh, 'Corporate Social Responsibility and Education: A Study of Indian Firms', *International Journal of Educational Management*, 34.4 (2020), pp. 663–75
- Renaud Bénabou, Jean Tirole, 'Individual and Corporate Social Responsibility', *Economica*, 77.305 (2010), pp. 1–19
- Salah Boubaker, Emmanuel Nys, 'Corporate Social Responsibility: A Review of the Literature',

Journal of Business Research, 121 (2020), pp. 158–69

Shirley F. Chiu, Mark P. Sharfman, ‘The Impact of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: A Meta-Analysis’, *Journal of Business Ethics*, 168.1 (2021), pp. 1–20

Shiyang Qu, Yujun Wang, & others, ‘Corporate Social Responsibility and Its Impact on Firm Performance: Evidence from China’, *Sustainability*, 13.3 (2021), p. 1234

Xavier Font, Andrew Harris, & others, ‘The Role of Corporate Social Responsibility in Crisis Management: A Case Study of the Hospitality Industry’, *Tourism Management*, 76 (2020), p. 103941