



**EFEKTIVITAS PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM**

(Studi Kasus Pada CSR PT. Amman Mineral Nusa Tenggara)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh:

**ZIKRULLAH**

NPM.216.01.09.2.070



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**  
**FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI**  
**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**  
**MALANG**  
**2020**

## RINGKASAN

Zikrullah, 2020, **Efektivitas Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Pengembangan UMKM** (Studi kasus pada CSR PT. Amman Mineral Nusa Tenggara), Dra. Sri Nuringwahyu, M.Si, Pembimbing Utama, Dra. Ratna Niken Hardati, M.Si, Pendamping

Pendekatan kualitatif digunakan dalam proses penggalian data dalam penelitian ini. Penelitian ini termasuk tipe penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik penggalian data berupa wawancara semi terstruktur, pengamatan, dan dokumentasi yang diambil dalam bentuk audio maupun foto. Lokasi penelitian ini dilakukan di lembaga eksternal perusahaan (CSR) department *community development* PT. Amman Mineral Nusa Tenggara. Proses analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan keabsahan data diperiksa dengan menggunakan teknik triangulasi sumber.

Penelitian ini dilakukan atas dasar keterlibatan langsung perusahaan dalam mengembangkan ekonomi masyarakat lokal melalui program corporate social responsibility atau tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat lokal dalam menciptakan ekonomi yang berkelanjutan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR PT. AMNT melalui department *community development* sejauh ini sudah mampu menjawab apa yang menjadi permasalahan yang ada pada masyarakat lokal dengan menciptakan lapangan kerja baru dalam bentuk program pengembangan dalam menciptakan ekonomi berkelanjutan.

Masyarakat lokal seharusnya lebih memanfaatkan keberadaan CSR PT. AMNT dengan adanya program pengembangan masyarakat (PPM), sehingga terciptanya siklus ekonomi yang baik serta dapat memperluas pasar UMKM.

Kata Kunci : Efektivitas, *Corporate Social Responsibility*

## SUMMARY

Zikrullah, 2020, The Effectiveness of the Corporate Social Responsibility Program Against the Development of MSME (Case study on CSR of PT. Amman Mineral Nusa Tenggara), Dra. Sri Nuringwahyu, M.Sc, Principal Advisor, Dra. Ratna Niken Hardati, M.Sc, Companion.

A qualitative approach was used in the process of extracting data in this study. This research is a descriptive research type. This study uses data mining techniques in the form of semi-structured interviews, observations, and documentation taken in the form of audio or photos. The location of this research was conducted at the company's external community department (CSR) department of development PT. Amman Mineral Nusa Tenggara. The process of data analysis in this research is by collecting data, reducing data, presenting data and drawing conclusions. While the validity of the data is examined using source triangulation techniques.

This research was conducted on the basis of the company's direct involvement in developing the economy of the local community through corporate social responsibility programs or the company's responsibility towards the local community in creating a sustainable economy.

The results of this study indicate that CSR of PT. AMNT through the department community development so far has been able to answer the existing problems in the local community by creating new jobs in the form of development programs in creating a sustainable economy.

Local communities should better utilize the existence of CSR PT. AMNT with the existence of a community development program (PPM), so that a good economic cycle is created and can expand the MSME market.

Keywords: Effectiveness, Corporate Social Responsibility

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya berfokus terhadap kewajiban secara ekonomis saja, akan tetapi perusahaan mempunyai kewajiban yang bersifat etis. Pemenuhan etika dalam berbisnis perusahaan tidak hanya berfokus terhadap keuntungan (*Profit*) yang memang menjadi tujuan utamanya, tetapi pengembangan dan pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan juga harus menjadi perhatian utama suatu perusahaan. Salah satu aktifitas perusahaan yang mempunyai dampak langsung terhadap masyarakat sekitar adalah praktek CSR (*Corporate Social Responsibility*).

CSR (*Corporate Social Responsibility*) tidak memiliki pengertian secara universal, tetapi secara khusus dapat dipahami sebagai cara perusahaan dalam mengintegrasikan kondisi sosial, lingkungan, ekonomi, budaya dan aturan, yang dilakukan secara transparan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan membangun masyarakat (Hohnen, 2007). Dilihat dari sudut pandang strategi, CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu bagian dari bentuk strategi yang dilakukan perusahaan dalam upaya untuk berpartisipasi secara langsung terhadap kondisi lingkungan dan sosial perusahaan.

Disisi lain CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat diartikan sebagai salah satu bentuk keikutsertaan perusahaan dalam mengembangkan program kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, melalui penciptaan dan melakukan pemeliharaan keseimbangan antara mencari keuntungan, fungsi-fungsi sosial dan pemeliharaan lingkungan hidup. Penjelasan tersebut merupakan konsep *triple bottom line* yang di ungkapkan oleh Elkington melalui konsep 3P (*profit, people, and planet*), yang dimana jika perusahaan ingin *sustainable*, maka perusahaan perlu memperhatikan konsep 3P, yaitu tidak hanya fokus mencari keuntungan (*Profit*), namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Wibisono, 2007).

Kemajuan serta perkembangan teknologi pada era globalisasi memicu terjadinya perubahan menyeluruh terhadap masyarakat, lingkungan dan ekonomi, sehingga upaya dalam mengintegrasikan CSR dengan masyarakat dirasa perlu dipercepat, terutama di negara berkembang sehingga CSR tidak dipandang sebagai pengertian semata, maka dengan itu dibutuhkan sebuah kontribusi lebih untuk dapat membuktikannya melalui upaya yang nyata untuk dapat mengatasi kemiskinan, pengembangan teknologi, peningkatan sumber daya manusia, dan penciptaan peluang ekonomi (Nelson, 2006).

Menurut *Prince of Wales International Business Forum* yang dikutip Azheri (2012), ada lima pilar aktivitas CSR di negara berkembang, yaitu: 1) *Building human capital*, yakni berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan secara eksternal perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat; 2) *Strengthening economies*, yaitu perusahaan dituntut untuk

tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin. Perusahaan harus memberdayakan ekonomi sekitarnya; 3) *Assessing social cohesion*, yaitu upaya untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik; 4) *Encouraging good governance*, yakni perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, harus mengacu pada *Good Corporate Governance (GCG)*; 5) *Protecting the environment*, yaitu perusahaan harus berupaya menjaga kelestarian lingkungan.

Pendekatan CSR di negara berkembang pada kenyataannya masih bersifat *Philanthropy* (Kedermawanan), yang mana perusahaan-perusahaan yang ada di negara berkembang seringkali melupakan pilar-pilar utamanya dalam penerapan CSR. Disisi lain penerapan CSR yang dilakukan semata-mata hanya untuk membangun citra baik bagi perusahaan. Pada kenyataannya CSR cenderung jauh dari target yang diimpikan masyarakat.

Menurut penelitian Bedjo (2012) ditemukan suatu karakteristik umum korporasi yang bersekala besar di negara berkembang biasanya beroperasi secara terpisah dan melahirkan perspektif *dual society*, yaitu ekonomi tumbuh secara modern dan pesat, tetapi masyarakat ekonomi justru berjalan sangat lambat. Menurut Indah (2014) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa, kurangnya faktor komunikasi antara perusahaan dan pemerintah menimbulkan keterlambatan dalam perkembangan masyarakat ekonomi.

Di Indonesia penerapan CSR sangat bervariasi. Bagi perusahaan yang bergerak pada industri ekstraktif seperti perusahaan pertambangan, gas dan minyak bumi, penerapan CSR merupakan kewajiban yang wajib dan harus dilaksanakan oleh perusahaan. Penerapan CSR juga sudah di atur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur

CSR. Pasal tersebut menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Keberadaan Undang-undang ini menjadi kewajiban perusahaan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup (Siregar, 2007).

Implementasi CSR dalam suatu perusahaan di buat dalam bentuk program yang meliputi pembangunan infrastruktur, pendidikan, donasi dan ekonomi sebagai upaya dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar perusahaan. Penerapan program CSR haruslah dilakukan secara inklusif untuk dapat mengarahkan penciptaan peluang ekonomi, sosial dan lingkungan yang melibatkan masyarakat di dalamnya sebagai pusat dari pengembangan dan perusahaan bertindak sebagai pendamping yang bertugas dalam mengarahkan penciptaan peluang ekonomi, serta keterlibatan pemerintah sebagai mediator yang dianggap sangat penting dalam penerapan kebijakan sebagai inti dari pola pengembangan berkelanjutan yang menjadi gagasan utama dalam penerapan CSR di negara berkembang (Jenkins, 2007).

Disisi lain kemudahan dalam mengakses informasi melahirkan kesadaran publik tentang bagaimana kontribusi perusahaan dalam mengembangkan masyarakat, sehingga masyarakat menuntut kontribusi lebih dari perusahaan dalam menyelesaikan permasalahannya. Penyelesaian

permasalahan tersebut haruslah ditemukan sebuah formulasi yang dapat menjadi solusi dari permasalahan tersebut.

Formulasi tersebut dapat diciptakan apabila terdapat kesadaran penuh dari pihak-pihak tertentu dalam menyelesaikan permasalahan salah satunya adalah perusahaan. Penyelesaian permasalahan dapat diwujudkan oleh perusahaan melalui program CSR mereka. CSR melalui programnya haruslah menjadi sebuah solusi yang tepat dan lebih difokuskan pada penciptaan peluang ekonomi, ini bisa menjadi sebuah solusi agar setiap individu di negara berkembang bisa menyelesaikan permasalahannya sendiri.

Peluang ekonomi dapat diciptakan dengan melihat pemberdayaan terhadap usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM. Menurut Jenkins (2007) pemberdayaan UMKM adalah suatu solusi praktis sehingga program CSR harus diarahkan ke aspek seperti ini. Melalui Program CSR yang berfokus terhadap pengembangan UMKM, perusahaan dapat memberikan kesempatan berusaha kepada masyarakat, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran dan potensi dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Menurut Sudaryanto (2011) perkembangan UMKM di Indonesia masih banyak terdapat persoalan yang menyebabkan lemahnya daya saing UMKM terhadap produk luar. Persoalan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan modal, infrastruktur, dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan.

Selain itu permasalahan utama UMKM menurut Unido (2012) terfokus terhadap tiga aspek yaitu Modal, Manajemen dan Pemasaran. Ketiga permasalahan utama UMKM ini pada prakteknya permasalahan modal lah yang menjadi faktor utamanya, sehingga diharapkan perusahaan melalui program CSR nya, mampu mengatasi permasalahan UMKM sebagai bagian dari strategi CSR mereka. Strategi yang berfokus pada pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan, akan memberikan dampak positif bagi UMKM dan perusahaan itu sendiri. UMKM dapat memperluas pasar mereka melalui pembukaan jaringan pasar yang dilakukan perusahaan. Mengembangkan UMKM, dapat menciptakan citra positif bagi perusahaan sebab perusahaan mampu mensejahterakan masyarakat dengan menciptakan kemandirian untuk menyelesaikan permasalahan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan (Jenkins, 2007).

Perusahaan yang bergerak di Industri Pertambangan, dalam penerapan CSR dikenal memiliki perhatian yang relatif lebih besar terhadap program tanggung jawab sosial dibandingkan dengan industri-industri lainnya. Industri pertambangan memiliki resiko dan dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga tingginya tuntutan dari masyarakat dan pemerintah terhadap tanggung jawab perusahaan atas kegiatan usahanya.

Disisi lain perusahaan pertambangan dipandang secara negatif oleh publik dan dinilai sebagai industri yang tidak bertanggung jawab secara lingkungan maupun sosial, ini terjadi karena tidak berimbangnnya informasi

dan pemahaman masyarakat tentang industri pertambangan, sehingga menimbulkan pertanyaan, apakah program-program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan pertambangan telah memadai dan telah dikelola dengan baik, efektif serta memberikan manfaat timbal balik bagi perusahaan.

Upaya dalam memberikan manfaat melalui program pemberdayaan UMKM dilakukan oleh salah satu perusahaan tambang di Indonesia yaitu PT. Amman Mineral Nusa Tenggara (AMNT). PT. Amman Mineral Nusa Tenggara (AMNT) adalah PT Newmont Nusa Tenggara (NNT) yang berganti nama menjadi PT Amman Mineral Nusa Tenggara (AMNT), karena proses transaksi pengambilalihan kepemilikan saham PT. NNT sebesar 82,2 persen oleh PT Amman Mineral Internasional (AMI).

PT. AMNT dalam kebijakan CSRnya di bidang ekonomi, adalah membantu pemerintah dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan kesempatan kerja dan berwirausaha, terutama dalam sektor yang tidak berhubungan langsung dengan kegiatan tambang melingkupi wilayah kabupaten Sumbawa Barat (KSB), dengan fokus utama pada tiga kecamatan di wilayah Lingkar Tambang, yaitu Kecamatan Sekongkang, Maluk, dan Jereweh.

Pengaplikasian kebijakan ini dilakukan melalui *community development* (comdev) dengan pendekatan *bottom up* atau *community volunteering* yang mana masyarakat dilibatkan dalam memberikan usulan terhadap program yang tepat untuk melaksanakan kebijakan CSRnya.

Menurut Jenkins (2007) menyatakan bahwa peluang ekonomi haruslah diciptakan oleh masyarakat itu sendiri. Guna menciptakan itu perusahaan harus mampu terlibat lebih inklusif melalui program CSRnya, penerapan program CSR yang berfokus terhadap Pengembangan UMKM dapat membantu dalam mengatasi tantangan usaha masyarakat sekitar perusahaan.

Keselarasan antara tujuan dan hasil yang diharapkan adalah hal yang sangat penting dalam melihat keberhasilan suatu program, bagi UMKM program efektif bagi mereka adalah program yang dapat memberikan dampak positif terhadap usaha mereka seperti menambah modal, keuntungan dan pasar, sedangkan bagi perusahaan program yang dibuat haruslah mampu meningkatkan citra positif perusahaan dan membangun kemandirian bagi masyarakat sekitar perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti mengambil judul **Efektivitas Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Pengembangan UMKM (Studi kasus pada CSR PT. Ammant Mineral Nusa Tenggara/PT.AMNT).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Pengembangan UMKM?

2. Bagaimana Efektivitas Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Pengembangan UMKM?
3. Bagaimana Dampak Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Pengembangan UMKM?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, adapun tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan Implementasi dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Pengembangan UMKM
2. Untuk mendeskripsikan Efektivitas dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Pengembangan UMKM
3. Untuk mendeskripsikan Dampak dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Pengembangan UMKM

### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang hendak dicapai maka terdapat manfaat dari apa yang akan peneliti teliti yaitu:

1. Manfaat Akademis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pentingnya peran program CSR dalam menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat melalui peningkatan Pengembangan UMKM.

- b. Bagi peneliti selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan referensi terutama dalam bidang kebijakan bisnis sebagai salah satu sumbangan pemikiran

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Investor

Dapat dijadikan informasi bagi investor sebagai bahan pertimbangan masukan dalam pengambilan keputusan berinvestasi di perusahaan yang diteliti

### b. Bagi Kebijakan Bisnis

Dapat dijadikan menambah wawasan bagi para *stakeholder* yang terlibat agar dapat membangun sebuah kontribusi aktif guna menciptakan peluang bagi pemberdayaan masyarakat

## E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang penjabaran mengenai penelitian terdahulu, kerangka teori relevan yang berkaitan dengan judul skripsi, dan kerangka berfikir.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

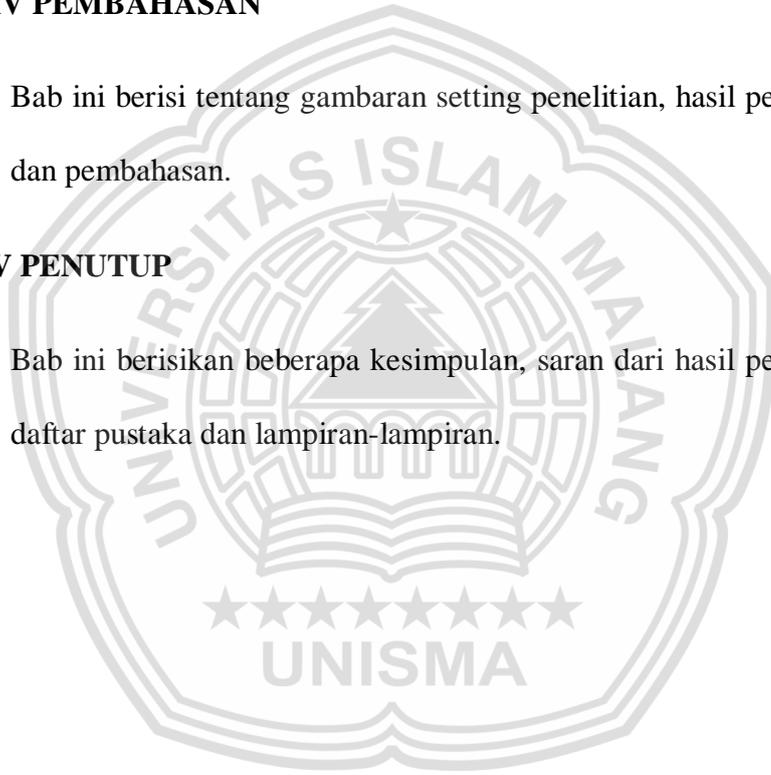
Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, fokus penelitian, pemilihan lokasi dan situs penelitian, sumber data, pengumpulan data, instrument penelitian, teknik penelitian, teknik analisis data, dan kebasahan data.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran setting penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan beberapa kesimpulan, saran dari hasil penelitian, daftar pustaka dan lampiran-lampiran.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data dan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa:

1. Implementasi program CSR PT. AMNT melalui department *community development* sudah sesuai dengan kaidah *sustainable development* dengan memperhatikan konsep 3P, yaitu perusahaan dalam operasionalnya tidak hanya memandang sisi keuntungan (*profit*), melainkan juga menyisihkan sebagian keuntungannya untuk memberdayakan masyarakat (*people*) serta ikut aktif dalam pelestarian lingkungan hidup (*planet*). Pelaksanaan program yang dilakukan telah berlandaskan kaidah *community volunteering*, dimana masyarakat dilibatkan langsung dalam menentukan program.
2. Program yang dijalankan CSR PT. AMNT melalui *department community development* nya sudah cukup efektif, sebab sudah berlandaskan dengan kaidah efektivitas program yang meliputi a) Tujuan Program, b) Sasaran Program, c) Sosialisasi Program, d) Pengelolaan dan Pembinaan, e) Pemantauan Program, PT. AMNT secara terstruktur mempersiapkan CSR nya agar bisa terwujudnya *sustainable development* antara perusahaan dengan masyarakat dengan tujuan terbangunnya hubungan yang harmonis antara masyarakat dengan

perusahaan serta untuk menciptakan kegiatan ekonomi yang berkelanjutan terutama di daerah lingkaran tambang.

3. Dampak pelaksanaan program pengembangan masyarakat (PPM) yang dilakukan CSR PT. AMNT melalui department *community development* berdampak sangat baik dan dirasakan langsung oleh para pelaku usaha UMKM yang berada di wilayah lingkaran tambang, sehingga masyarakat sudah mampu mandiri dan tidak terlalu bergantung kepada perusahaan, sebab masyarakat sudah memiliki visi kedepan mengenai isu pasca tambang.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang ditulis oleh peneliti, maka peneliti memberi saran kepada CSR PT. AMNT sebagai berikut:

1. CSR PT. AMNT melalui department *community development* nya perlu melakukan sosialisasi yang lebih intensif kepada masyarakat mengenai program pengembangan masyarakat terutama dalam pengembangan UMKM agar seluruh masyarakat paham mengenai pentingnya program tersebut serta menghapus stigma negatif dari masyarakat mengenai issue pasca tambang.
2. CSR PT. AMNT melalui department *community development* nya dalam pelaksanaan program CSR haruslah lebih dioptimalkan lagi, karena peran CSR disini sangatlah besar bagi para pelaku usaha UMKM, yang mana sering sekali mengalami kesulitan dalam

mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal, maka dengan itu CSR bisa menjadi salah satu sumber modal yang potensial untuk mengatasi masalah permodalan.

3. Mengenai issue pasca tambang, masyarakat seharusnya sadar dengan adanya program pengembangan ini serta ikut aktif terlibat sebagai kelompok usaha bersama, sebab adanya program pengembangan ini perusahaan mampu menjawab apa yang menjadi permasalahan yang ada di masyarakat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Kurniawan 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan
- Akbar Roby. 2018. *"Efektivitas Program CSR PT. AMNT melalui yayasan Olat Peringgi untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Maluk*. Malang. Universitas Brawijaya
- Azheri, Busyra. 2012. *"Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory"*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Bedjo, Bing. *"Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia, : Universitas Petra Surabaya"*.
- Carroll, A.B. 2004. *"Managing Ethically with Global Stakeholders-A Present and Future Challenge"*. *Academy of Management Executive*,2, Vol.18
- Carroll, A. B., 1991, *The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, *Business Horizons*, Vol. 34, 4, page 39-48.
- Chamsyah, Bachtiar 2007. *"Investasi Sosial"*, Jakarta, Puspensos
- Effendy, Onong Uchyana,. 1993. *"Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi"*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Elkington, John. 1997. *"Cannibals with Forks. The Tripple Bottom Line of Twentieth Century Business"*. Harvard Business Review. Boston
- Fahmi, Irham. 2013. *"Pengantar Manajemen Keuangan dan Investasi Sosial"*. Bandung : Alfabeta.
- Gupta, Ashok. 2003. *"Why Should Companies Care, Mid-American Journal of Business"*. Spring, Hal. 3
- Han, S. Catron, T. Weiss Kristen. Marciel. (2003). *A Teacher-Consultation Approach to Social Skills Training for Pre-Kindergarten Children: Treatment Model and Short-Term Outcome Effects*. *Journal of Abnormal Child Psychology*, Vol. 33, No. 6, , pp. 681–693 C 2005.
- Handyaningrat, Soewarno. 1995. *"Azas-azas Organisasi Manajemen"*. Jakarta: CV Mas Agung.
- Harvard University, 2007. *"A Leadership Dialogue"*. Canada. h. 2-4

- Hidayat, 2006, *Teori Efektifitas Dalam Kinerja Karyawan*, Yogyakarta, Gajah Mada University Press
- Hohnen, Paul. 2007. *“Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business”*. First Edition. IISD. Canada
- Indah Martati, Besse Asniwaty, Suminto, La Bima. 2015. *“The Acceleration Strategy of Small Medium Enterprises Growth In East Kalimantan Province Indonesia”*. *Social and Behavioral Sciences* 219:493-498
- Jalal. 2011. *“Sejarah dan Perkembangan CSR di Tingkat Global dan Nasional, Lingkaran Studi CSR”*. Disampaikan dalam Journalist Conference on CSR, 18 Juni 2011
- Jane Nelson. 2006. *“Investing in Social Innovation Harnessing the Potential of Partnership Between Corporations and Social Entrepreneurs”*. Harvard Journal No. 20
- Jenkins, Beth. 2007. *“Expanding Economic Opportunity : The Role Of Large Firm”*. Kennedy Business School.
- Kotler, Philip dan Nancy, Lee. 2005. *“Corporate Social Responsibility: Doing the good for your company and your cause”*. Jakarta : Jakarta Economic Business Review Edisi III September-Desember
- Lee, Min-Dong Paul. 2007. *“A Review of the theories of Corporate Social Responsibilities: Its Evolutionary Path and the Road Ahead”*. *International Journal of Management Review*, Vol.10
- Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006)
- Nursahid, Fajar. 2005. *“Praktik Kedermawanan Sosial BUMN, Analisis Terhadap Model Kedermawanan Sosial di Tiga Korporasi BUMN (PT. Krakatau Stee, PT Pertamina, PT. Telekomunikasi Indonesia)”*. Depok. Universitas Indonesia.
- Republik Indonesia. 2008. *“Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah”*. Jakarta : Sekretariat Negara
- Ritawati et, al., 2014. *“Efektifitas Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) Terhadap UMKM Di Kota Palembang”*. Universitas Islam Negeri Raden Patah Palembang
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Publik Relations & Media Komunikasi, Konsep & Aplikasinya*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. 2010.Cetakan Kesepuluh

- Sarah Rosaline. 2014. *“Efektivitas Program Kemitraan PT. KAI Daop 1 Jakarta dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah”*. Volume 2, : Universitas Airlangga
- Sedarmayanti. (2006). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, Bandung. Mandar Maju
- Siregar, Chairil N. 2007. Analisis Sosiologis terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Socioteknologi*. Edisi 12 Tahun 6: 285-288.
- Soemanto, B. et.al. 2007. *Sustainable Corporate : Implikasi Hubungan Harmonis Perusahaan dan Masyarakat*. PT Semen Gresik (Persero) : Gresik
- Sudaryanto. 2011. *“The Need for ICT-Education for Manager or Agribusinessman to Increasing Farm Income : Study of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Farm Agribusiness”*. *International Journal of Education and Development, JEDICT*, Vol 7 No 1 halm. 56-67
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, Astrid S. 1975. *“Pendapat Umum”*. Bandung: Bina Cipta
- Supardi, *Metodologi Penelian Ekonomi Dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005) Hal 28
- Susiloadi, P. 2008. *Implementasi Corporate Social Responsibility*
- Suyitno, Tanzeh dan Ahmad . 2006. *Dasar-dasar Penelitian*. Surabaya: Elkaf
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
- UNIDO. *”Corporate Social Responsibility: Implication for Small and Medium Enterprises in Developing Country”*. Annual Report 2002
- Wibisono, Yusuf. 2007. *“Membedah konsep dan aplikasi CSR”*. Surabaya : Fascho Publishi