**Penerapan Program *Corporate Social Responsibility*** **(CSR) PT. Angkasa Pura Semarang Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat**

**1Asykar Habib Tahar Sena, 2Arif Afendi**

1,2Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang

Abstract

Purpose - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di kampoeng djadoel semarang.

**Method** - Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara

**Finding** - Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan program tanggung jawab perusahaan PT. Angkasa Pura (Persero) Semarang bisa meningkatkan ekonomi masyarakat di Kampoeng Djadhoel Semarang melalui program kemitraan bina lingkungan dengan strategi berbasis community empowerment sehingga saat ini Kampoeng Djadoel menjadi salah satu ikon destinasi utama wisata di kota Semarang

**Implication** – penelitin ini membuktikan bahwa program *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh pt angkasa pura semarang melalui program bantuan kemitraan bina lingkungan dengan strategi berbasis *community empowerment* bisa meningkatkan ekonomi masyarakat.

**Originality –** Penelitian ini ingin membuktikan manfaat penerapan program corporate social responsibility yang dilakukan oleh perusahaan dengan program bantuan kemitraan bina lingkungan dengan strategi berbasis *community empowerment* bisa meningkatkan ekonomi masyarakat.

**Keywords**: *Corporate Social Responsibility (CSR), economic growth, community welfare*

Introduction

Pemerintah memiliki peran penting dalam meningkatkan pereekonomian negara, akan tetapi terdapat juga peran pihak lain yang dapat meningkatkan perekonomian negara yaitu salah satunya perusahaan. Perusahaan adalah salah satu pihak yang berperan penting meningkatkan perekonomian negara. Sinergi antara perusahaan dan pemerintah merupakan hal penting untuk mendukung pelaksanaan kebijakan sosial di masyarakat. Keterlibatan pihak-pihak tersebut mampu mewujudkan kehidupan yang bermartabat bagi masyarakat, yang diiringi dengan tanggung jawab menjaga dan memelihara stabilitas lingkungan dan sosial. Hal ini akan meningkatkan perekonomian sosial di berbagai bidang sehingga tercipta hubungan yang lebih sehat antara perusahaan dengan lingkungannya. Hubungan positif ini dapat dicapai melalui program CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat dan lingkungan, dalam semua aspek bisnis perusahaan yang meliputi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, tanggung jawab sosial perusahaan sangat erat kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan di mana suatu organisasi, khususnya perusahaan, harus mendasarkan keputusannya tidak hanya pada dampak ekonominya, misalnya, harus didasarkan semata-mata pada implikasi ekonomi, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Tanggung jawab sosial perusahaan sangat erat kaitannya dengan konsep community development. Pengembangan masyarakat merupakan upaya sistematis untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, terutama kelompok yang kurang beruntung, dalam memenuhi kebutuhan berdasarkan potensi dari semua sumber daya yang tersedia bagi masyarakat *(Sukada, Wibowo et al. 2007)*

Awalnya, tanggung jawab sosial dilakukan secara sukarela untuk membentuk citra positif di masyarakat. Namun sejak tahun 2007, peraturan perundang-undangan termasuk prinsip pemenuhan tanggung jawab sosial yang terdapat dalam UU No. 40 tahun 2007 telah diundangkan, dan Indonesia mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan menjalankan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam. Tanggung jawab sosial adalah aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan dari dampak perusahaan terhadap kegiatan usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dan bagaimana perusahaan mempertahankan dampak tersebut sehingga bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Selain tujuan memaksimalkan keuntungan, perusahaan juga dituntut untuk menjaga kelestarian lingkungan sekitarnya (Budiasni, Atmadja et al. 2015)

Tanggung jawab sosial perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosial, kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Dalam hal ini, industri dan perusahaan berperan dalam mendorong perekonomian yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan. Melalui tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan setinggi-tingginya, tetapi juga memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan lainnya. Konsep tanggung jawab perusahaan yang dikenal sejak tahun 1970-an merupakan seperangkat kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan pemangku kepentingan, nilai-nilai, kepatuhan hukum, penghormatan terhadap masyarakat, lingkungan dan komitmen perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan.

Dalam prespektif islam, CSR merupakan konsep kemurahan hati yang sangat dianjurkan, dan ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur’an surar Al-Baqarah ayat 261 yang artinya Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.

Ini adalah dorongan dari Tuhan bagi hamba-Nya untuk menghabiskan kekayaan mereka di jalan-Nya. Ini termasuk membelanjakan kekayaan seseorang dengan berdonasi kepada yang membutuhkan, yang miskin, dan mungkin saja kedua metode tersebut dapat digabungkan menjadi cara hidup untuk membantu orang yang membutuhkan, dan pelayanan sosial dan kepatuhan. Perusahaan yang ingin mengalokasikan asetnya di jalan Allah SWT dapat dilakukan memalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), antara lain meningkatkan kualitas masyarakat di berbagai sektor seperti ekonomi, pendidikan, kesehatan dan pembangunan sosial serta perlindungan lingkungan. Inti dari CSR adalah memperkuat keberlangsungan perusahaan dengan membangun kemitraan yang diwujudkan perusahaan melalui pengembangan program-program bina lingkungan. Ada enam kecenderungan utama yang semakin menekankan pentingnya CSR yaitu meningkatnya ketimpangan antara kaya dan miskin, posisi negara yang semakin bergerak terhadap rakyatnya, semakin terungkapnya makna keberlanjutan, gencarnya perhatian kritis dan perlawanan dari publik yang terkadang anti perusahaan, tren transparansi, dan harapan untuk hidup yang lebih baik dan manusiawi (Wibisono 2007).

Dalam Islam, Tanggung jawab sosial (CSR) dipandang sebagai semacam ajaran kebajikan yang agung dan mulia. Penerapan Tanggung jawab sosial (CSR) merupakan cerminan dari ajaran ihsan artinya dapat memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa mengharap balas jasa dari perbuatan itu (Djakfar 2007). Pandangan Islam tentang tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Dengan menitikberatkan pada konsep al-adl dan al-ihsan, kesejahteraan dan kewibawaan, maka penyaluran CSR perusahaan akan lebih efektif dan efisien serta kesejahteraan masyarakat menjadi lebih baik (Ramadhani 2017).

PT Angkasa Pura 1 Bandara Udara Internasional Ahmad Yani Semarang telah dengan konsisten menerapkan konsep *Coorporate Social Responsibility* (CSR) demi meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat kota Semarang. Sebagai contoh penerapannya yaitu, Menyalurkan dana bina lingkungan untuk kegiatan peningkatan kreativitas dan bahasa asing, menyelenggarakan pelatihan pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat serta mengembangkan potensi wisata baru di kota Semarang yaitu Kampoeng Jadhoel Semarang. Kampoeng Jadhoel ini yang sebelumnya merupakan gang perumahan kecil, gelap, kumuh, yang kemudian dipercantik supaya bisa menjadi ikon wisata di kota Semarang. General Manager PT Angkasa Pura 1 Bandara Udara Internasional Ahmad Yani Semarang mengatakan bahwa Kampoeng Jadhoel ini merupakan upaya pihaknya dalam memberdayakan masyarakat dalam mendukung pariwisata kota semarang. Tak hanya pariwisata melainkan upaya ini juga untuk peningkatan perekonomian masyarakat Kampoeng Jadhoel Kota Semarang. Dalam menerapkan Program Bina Lingkungannya di Kampoeng Jadhoel Kota Semarang, selain merubah dari Kampoeng yang sebelumnya kumuh menjadi bersih perusahaan juga melakukan pemberdayaan UMKM dan pemberian bantuan kepada warga yang mempunyai rumah tidak layak huni. Menurut perusahaan akan terus melakukan pembinaan kepada Kampeng Jadhoel sehingga pengembangan destinasi wisata dan perekonomian masyarakat sekitar dapat terus berkembang.

Menurut Bahar (2016), Liany (2017) dan Afifah (2019) Proses tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam menjaga citra perseroan diawali dengan proses pembentukan citra yang kemudian ditopang melalui strategi menjalin komunikasi dan silaturahim dengan langsung menjangkau masyarakat binaan untuk mendukung inisiatif dan pemantauan rekanan pengganti yang telah disediakan oleh Perseroan. Social Responsibility (CSR) sebagai stimulus yang akan menimbulkan perasaan bahwa perusahaan telah melaksanakan tugasnya dengan baik dan membantu lingkungan, menciptakan pengetahuan yang akan diingat selamanya oleh masyarakat dan mitra terdidik, yang akan menimbulkan sikap penerimaan dan akan muncul. motivasi sosial. Dari latar belakang diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap peningkatan ekonomi masyarakat pada Kampoeng Djadoel Semarang.

Literature review

**Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibilty* adalah komitmen perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, masyarakat sekitar, dan masyarakat secara keseluruhan.Tanggung jawab sosial perusahaan berkomitmen pada perilaku etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas (Rudito and Femiola 2007). Sedangkan menurut (Fahmi 2013), Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan atau dunia usaha untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan mengedepankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Idealnya kebijakan dan program tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk pembelajaran partisipatif yang diharapkan dapat menjadi sarana peningkatan kapabilitas masyarakat. Dari perspektif CSR, pengembangan masyarakat merupakan bagian dari rencana CSR yang menargetkan masyarakat yang berpotensi (Nasdian 2014).

**Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Prespektif Islam**

Dalam Islam, tanggung jawab sangat penting. Manusia memiliki kebebasan dalam berkehendak akan tetapi mereka juga bertanggungjawab terhadap lingkungan social dan kelestraian lingkungan. Oleh karena itu, manusia harus menjadi makhluk yang bertanggung jawab karena secara sadar memilih kemampuan untuk mencapai apa yang diinginkannya. Dari sudut pandang Muslim, tanggung jawab sosial perusahaan adalah menghadirkan konsep pendidikan ihsan dan akhir dari pendidikan moral yang lebih tinggi. Agar memperoleh ridha Allah SWT, amalan baik yang dilakukan oleh Ihsan dapat bermanfaat bagi sesama. Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan implikasi dari teori kepemilikan Islam, Allah adalah pemilik mutlaq (haqiqiyah), dan manusia hanyalah pemilik sementara yang bertindak sebagai pemegang amanah (Djakfar 2007).

Fakta membuktikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan pandangan Islam terhadap manusia dan masyarakat serta lingkungan sosialnya, yang dapat diekspresikan dalam empat aksioma yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab. Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan secara rinci dalam Islam harus menyadari beberapa unsur yang menjadikannya spiritual untuk membedakannya dari tanggung jawab sosial perusahaan secara umum dari perspektif Islam (Naqvi 2003)

1. *Al-adl 🡪* Islam melarang semua bisnis atau hubungan bisnis yang termasuk kezaliman, dan wajib melaksanakan keadilan yang berlaku dalam hubungan bisnis, kontrak dan perjanjian bisnis. keseimbangan dan keadilan dalam suatu bisnis adalah kemampuan perusahaan dalam menempatkan segala sesuatu pada tempatnya dalam menjalankan bisnisnya. Islam membutuhkan keadilan, dan keadilan menunjuk pada hak orang lain dan hak lingkungan social dan hak alam semesta. Perusahaan harus menciptakan keseimbangan alam dan keseimbangan sosial yang adil.
2. *Al-ihsan 🡪* Islam hanya menganjurkan hal-hal yang baik bagi umat manusia, sehingga amal usaha yang dilakukan oleh umat manusia dapat secara individu dan kolektif menambah nilai dan meningkatkan harkat dan martabat manusia. Bisnis yang berbasis pada unsur ihsan dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang baik, proses transaksi yang baik, dan bertujuan untuk memberikan manfaat yang lebih bagi stakeholders.
3. *Manfaat 🡪* Konsep *benefit* dalam *corporate social responsibilty* bukan hanya sekedar kegiatan ekonomi. Perusahaan hendaknya bermanfaat yang lebih luas dan tidak statis, seperti berbagai aspek sosial terkait filantropi, seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan, dan perlindungan lingkungan.
4. Amanah 🡪 Dalam dunia bisnis, konsep Amanah merupakan hal yang harus diperhatikan karena merupakan unsur kepercayaan terhadap sesama dalam kaitannya dengan pengelolaan makro sumber daya (alam dan manusia) serta dalam pengelolaan perusahaan.

Research methods

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini disebut juga penelitian lapangan *(field research),* yaitu melakukan penelitian dengan cara terjun langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan, yakni data tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) perusahaan. Dalam mengumpulkan data penyusun menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik mengalisis data penyusun menggunakan teknik diskriptif analisis yaitu prosedur atau cara memecahkan masalah penelitian (Sugiyono 2013). Sumber data yang digunakan berupa data primer yaitu melakukan wawancara dengan pimpinan dan pegawai PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar internasional ahmad yani semarang serta kepala kecamatan semarang timur, pimpinan desa rejomulyo, dan ketua kelompok sadar wisata (POKDARWIS) kampoeng jadhol semarang.

Results and discussion

**Strategi Implementasi Program Kemitraan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Program Bina Lingkungan (PKBL)**

PT. Angkasa Pura (Persero) Semarang menyadari bahwa CSR merupakan kewajiban penting bagi perkembangan perusahaan, untuk pembangunan berkelanjutan perusahaan serta tanggung jawab moral dan sosial perusahaan kepada masyarakat, baik itu masyarakat sekitar yang berada di kawasan bandara maupun masyarakat luas di luar kawasan bandara. Selain itu, dibutuhkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat, khususnya masyarakat sekitar bandara, agar operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Hal ini sesuai dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)" B. Carrol yang merupakan nilai etika atau kebajikan yang diterapkan perusahaan untuk kesejahteraan masyarakat internal dan eksternal perusahaan (Adi 2003).

PT. Angkasa Pura (Persero) Semarang berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteran ekonomi dan lingkungan warga. Hal tersebut sesuai dengan konsep triple botton line yang dikemukakan oleh John Elkington, yang menyatakan bahwa perusahaan harus menjaga keseimbangan antara keuntungan perusahaan (*profit*), masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*). Upaya perusahaan untuk mencapai tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kemandirian ekonomi. Padahal pelaksanaan PKBL ini menarik dan aman bagi pemerintah. Dalam mengimplementasikan program tanggung jawab sosial perusahaan terdapat tiga strategi yaitu charity, kegiatan sosial dan community development. Amal adalah tanggung jawab sosial yang murah hati. Kegiatan khusus adalah memenuhi tanggung jawab sosial dengan melayani atau membantu masyarakat untuk bersantai. Pengembangan masyarakat merupakan perwujudan tanggung jawab sosial perusahaan yang melibatkan masyarakat, sehingga masyarakat dapat membangun jembatan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial melalui pemberdayaan melalui pengelolaan bersama dalam kegiatan produksi (Hadi 2011).

Strategi *community development* yang pelaksanaannya sejalan dengan strategi pengembangan masyarakat, kemitraan memberikan bantuan. Dalam kemitraan ini, pinjaman modal komersial diberikan kepada masyarakat untuk meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat yang mandiri. Pemangku kepentingan berpartisipasi dalam penyusunan rencana perencanaan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan, dan pemberdayaan melalui kegiatan produksi untuk pengelolaan bersama. Kampoeng jadhoel menyuguhkan pengunjung dengan atmosfir situasi kota semarang tempo dulu, tak hanya itu, kampoeng yang masih dalam satu kawasan dengan kampoeng batik ini juga menyediakan beberapa aneka ragam mulai spot foto yang unik hingga makanan khas yang menjadi ikon kota semarang yaitu lumpia. Dari kegiatan itu warga bisa menghasilkan pendapatan yang bisa dimanfaatkan untuk memperbaiki kehidupan mereka.

**Program Kemitran & Bina Lingkungan (PKBL) untukPertumbuhan Ekonomi**

Pemberdayaan masyarakat pada dasarnya adalah kegiatan kolektif terencana yang bertujuan untuk melaksanakan kegiatan bagi individu atau komunitas kelompok yang kurang beruntung melalui rencana peningkatan kapasitas untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan dasarnya, mengungkapkan gagasan, dan mewujudkan kehidupan. Memilih, mengembangkan kegiatan ekonomi, menghubungi dan menggerakkan sumber daya, dan berpartisipasi dalam kegiatan sosial (Suharto 2007). Implementasi CSR PT. Angkasa Pura (Persero) Semarang merupakan bagian dari Rencana Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang merupakan komitmen perusahaan untuk menjaga hubungan dengan masyarakat untuk menjaga keharmonisan. CSR perusahaan adalah meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan melalui Program Kemitran & Bina Lingkungan. Dalam kegiatan ini perusahaan menggunakan metode pembobotan (*weighting method*) metode ini dilaksanakan melalui program kemitraan dengan pendampingan yang dapat mendukung perekonomian masyarakat. Dalam program kemitraan, perusahaan memberikan bantuan modal komersial kepada komunitas individu atau usaha kecil dan menengah yang mengajukan proposal kepada perusahaan, modal yang telah cair digunakan oleh warga untuk menjalankan usahanya. Dari yang sebelumnya kampoeng jadoel ini sepi pengunjung dikarenakan situasi lokasi yang tidak mendungkung setelah mendapat alokasi dana CSR dari perusahaan, sekarang kampung ini menjadi ramai dan menjadi wisata batik di kota semarang, karena banyaknya pengunjung yang datang di kampung tersebut akhirnya bisa meningkatkan ekonomi masyakat

Conclusion

Berdasarkan hasil penelitian tentang penerapan program tanggung jawab sosial perusahaan terhadap peningkatan ekonomi masyarakat, maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa strategi program kemitran & bina lingkungan *Corporate Social Responsibility* sebagai upaya pemberdayaan masyarakat di Kampoeng Djadhoel, menggunakan strategi berbasis *Community Empowerment*. Program ini sebagai salah satu upaya meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pendekatan pemberdayaan (*empowerment approach*). Selanjutnya peningkatan ekonomi sebagai hasil implementasi CSR PT. Angkasa Pura Semarang di Kampoeng Djadhoel Semarang. Dalam implementasinya perusahaan ikut membrandingkan Kampoeng Djadhoel Semarang yang sebelumnya memiliki citra negatif (kumuh, banjir, rawan kejahatan) setelah menjadi rekanan perusahaan melalui Program Kemitraan Bina Lingkungan sekarang Kampoeng Djadhoel semakin berkembang bahkan bisa disebut sebagai salah satu ikon destinasi wisata di Kota Semarang. Implikasi Bagi pengelola PKBL PT. Angkasa Pura (Persero) Semarang, khususnya program kemitraan perlu adanya pembinaan secara berkelanjutan dan monitoring perkembangan usaha dari perusahaan setiap bulannya agar bantuan yang diberikan dapat dimanfaatkan dengan baik dan benar. Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial PerusahaanProgram Kemitran & Bina Lingkungan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat perusahaan di Kampoeng Djadhoel Semarang perlu adanya upaya melibatkan semuapihak masyarakat Kampoeng Djadhoel untuk bisa ikut andil dalam program-program yang berkaitan dengan wisata dan sejarah di Kota Semarang yang di adakan oleh perusahaan. Serta pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaanProgram Kemitran & Bina Lingkungan perusahaan di Kampoeng Djadhoel Semarang perlu adanya pembinaan lebih lanjut supaya kedepannya bisa lebih ikut menguntungkan dari kedua belah pihak.

References

Adi, I. R. (2003). Pemberdayaan, pengembangan masyarakat dan intervensi komunitas:(pengantar pada pemikiran dan pendekatan praktis), Lembaga Penerbit, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

Afifah, M. N. (2019). Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mempertahankan citra perusahaan di PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar International Juanda, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Budiasni, N. W. N., et al. (2015). "Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan Konsep Tri Hita Karana (Studi Kasus Hotel Comoshambala Estate di Banjar Begawan Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar)." JIMAT Undiksha **3**(1).

Djakfar, M. (2007). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam, UIN-Maliki Press.

Fahmi, I. (2013). "Etika Bisnis." Bandung: Alfabeta.

Hadi, N. (2011). "Corporate Social Responsibility edisi Pertama: Graha Ilmu." Yogyakarta. Kusumawati, Citra.

Liany, D. R. (2017). Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Poso energy dalam pemberdayaan masyarakat Desa Sulewana, Kecamatan Pamona Utara, Kabupaten Poso, Sulawesi Tengah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Naqvi, S. N. H. (2003). "Menggagas Ilmu Ekonomi Islam,." Yogyakarta: Pustaka Pelajar **28**.

Nasdian, F. T. (2014). Pengembangan masyarakat, Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Ramadhani, A. S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Perspektif Islam terhadap Kesejahteraan Masyarakat dengan Penguatan Community Development (Studi pada PT Surya Raya Lestari II di Sulawesi Barat), Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Rudito, B. and M. Femiola (2007). "Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Peruasahaan di Indonesia."

Sugiyono, D. (2013). "Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D."

Suharto, E. (2007). "Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)." Bandung: Refika Aditama.

Sukada, S., et al. (2007). "Membumikan bisnis berkelanjutan, memahami konsep & praktik tanggung jawab sosial perusahaan."

Wibisono, Y. (2007). Membedah konsep & aplikasi CSR: corporate social responsibility, Fascho Pub.