

IMPLEMENTASI PROGRAM “AQUA LESTARI” SEBAGAI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT TIRTA INVESTAMA AQUA MAMBAL, BADUNG

Ananda Vidya Ayuningtyas¹⁾, I Dewa Ayu Sugiatica Joni²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾

 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: anandavidyas@yahoo.com, idajoni11@yahoo.com, deviapradipta88@gmail.com

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is an ongoing commitment by the company or the business world to act ethically and contribute to economic, social and environmental development for the local community or the wider community. The Indonesian government has obliged companies to carry out CSR programs. This has been stated in the Undang-Undang Dasar Republik Indonesia No. 40 of 2007 concerning limited liability companies. CSR has now been implemented in many companies in Indonesia. One company that runs the CSR program is PT Tirta Investama AQUA Mambal. The purpose of this study was to determine the implementation of the AQUA Lestari program as a CSR of PT Tirta Investama AQUA Mambal. This type of research is descriptive qualitative. Data collection uses interviews, observation and documentation. The result of the research conducted at PT Tirta Investama AQUA Mambal is the AQUA Lestari program run by AQUA Mambal itself which is divided into 2, namely Mambal Lestari which focuses on agriculture while Ayung Lestari focuses on conserving water resources. In its implementation, this program has taken into account the concept of 3P (Profit, Planet and People) where the company not only prioritizes profit but also contributes positively to the community.

Keywords: CSR, Implementation, Company, Contribution, PT Tirta Investama AQUA Mambal

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Memasuki era globalisasi saat ini, ilmu pengetahuan dan teknologi sangat berperan penting untuk memajukan negara agar dapat bersaing terutama dalam bidang industri. Perkembangan perusahaan di Indonesia sangat berkembang pesat. Seiring dengan pertumbuhan sektor industri yang bisa mengakibatkan hal-hal baik maupun hal-hal buruk bagi lingkungan sekitar tempat perusahaan itu berada, tentu saja perusahaan-perusahaan ini harus melakukan tanggung jawab kepada daerah/

lingkungan dimana perusahaan tersebut didirikan. Salah satu hal yang dilakukan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (M. Putri, dalam Untung, 2008:1). Selain BUMN, saat ini Perseroan Terbatas (PT)

yang mengelola atau operasionalnya terkait dengan Sumber Daya Alam (SDA) diwajibkan melaksanakan program CSR, karena telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 47 Tahun 2012 pasal 74.

AQUA merupakan salah satu perusahaan yang memiliki program CSR dan pelopor Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di Indonesia yang didirikan tahun 1973. AQUA mengembangkan inisiatif AQUA Lestari yang merupakan nama utama dari program CSR di perusahaan ini. AQUA Mambal sebagai pabrik air minum dalam kemasan pertama di Bali dan merupakan pabrik AQUA ke-3 dari total 16 pabrik yang dimiliki AQUA yang dibangun pada tahun 1986. AQUA Mambal sendiri melakukan kegiatan CSR dalam rangka meminimalkan dampak negative atau resiko dan memaksimalkan dampak positif.

AQUA Mambal sendiri mempunyai program CSR yang dijalankan langsung oleh *Stakeholder Relations*, sebutan *Public Relations* di AQUA Mambal. Program CSR nya yaitu, Mambal Lestari dan Ayung Lestari. Program ini telah mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER) yang dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). PROPER disini sudah ada sejak tahun 1995 yang bertujuan untuk mendorong perusahaan meningkatkan pengelolaan lingkungannya. Dari penilaian PROPER, perusahaan akan memperoleh citra/reputasi sesuai bagaimana pengelolaan lingkungannya. Citra tersebut dinilai dengan warna emas,

hijau, biru, merah dan hitam. PROPER emas merupakan PROPER yang terbaik, artinya perusahaan tersebut sudah menerapkan pengelolaan lingkungan secara menyeluruh dan kontinu. AQUA Mambal sudah mendapatkan anugerah PROPER Hijau dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan selama 3 tahun berturut-turut dan pada 18 Desember 2017 mendapatkan PROPER Emas yang berarti telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (*environmental excellency*) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan upaya pengembangan masyarakat secara berkesinambungan. Dengan demikian peneliti tertarik untuk mengkaji implementasi program aqua lestari yang menjadi *Corporate Social Responsibility* PT Tirta Investama AQUA Mambal Badung.

2. KAJIAN PUSTAKA

Konsep *Public Relations*

Public relations ialah penghubung antara organisasi atau lembaga yang di wakili dengan publiknya sehingga maksud dan tujuan dari organisasi/lembaga dapat sampai ke publiknya.

Cutlip dan Center dalam Effendy (2009:116) mendefinisikan PR adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik. Kegiatan humas ditujukan kepada dua jenis publik yaitu publik eksternal dan publik internal (Arumsari, 2011). Kedua macam publik tersebut lebih sering dikenal dengan istilah

stakeholder, sehingga *stakeholder* terbagi atas dua jenis yaitu *stakeholder* eksternal dan *stakeholder* internal. Menurut Freeman, *stakeholder* adalah sebuah kelompok, organisasi, atau individu yang dapat dipengaruhi dan mempengaruhi tujuan organisasi tersebut (Freeman, 1984: 46). *Stakeholder* dapat dijelaskan berdasarkan jenisnya yaitu:

- a. *Stakeholder* eksternal adalah publik luar dari organisasi yaitu seperti penyalur, konsumen, pelanggan, masyarakat, dan pemerintah.
- b. *Stakeholder* internal adalah publik dalam yang berada dalam lingkungan organisasi ataupun perusahaan (Kasali, 2005: 60).

Corporate Social Responsibility

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas-komunitas setempat dan komunitas secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan (Bambang Rudito dan Melia Famiola, 2007:209) dalam (Soni, 2012). Menurut (Wibisono 2007:8) CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, dan meminimalkan dampak negatif serta memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (*triple bottom line*).

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip yang dikenal dengan *triple bottom lines* oleh Eklington (Amalia, 2007: 11):

1. *Profi*, merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha.
2. *People*, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia.
3. *Planet*, sudah kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati.

Kemudian dalam program CSR terdiri dari perencanaan, implementasi dan evaluasi. Menurut studi yang dilakukan oleh Robert Ackerman, implementasi program CSR terdiri dari tiga tahap (Anderson, 20:1989) yaitu: Tahap Komitmen, Tahap Pembelajaran, Tahap Institusionalisasi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, yang bertujuan untuk mengemukakan gambaran mengenai bagaimana suatu realitas terjadi. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dimana data primer didapatkan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan narasumber yang dianggap dapat memberikan informasi berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Sedangkan untuk data sekunder, diperoleh dari dokumen, buku, dan literatur yang mendukung proses penelitian.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah *Public Relations* PT Tirta Investama AQUA Mambal. Dalam menentukan informan di penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan teknik *snowball sampling*. Data yang ada pada penelitian ini diperoleh melalui proses wawancara dengan narasumber yang dianggap paling mengetahui tentang fenomena yang akan diteliti, serta observasi partisipasi dan studi dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis interaktif menurut Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

PT Tirta Investama AQUA Mambal

AQUA merupakan pelopor Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di Indonesia yang didirikan tahun 1973. AQUA merupakan produk terkemuka di Indonesia dan dalam pemasarannya, grup distribusi AQUA memiliki jaringan distribusi air mineral yang terluas di Indonesia.

AQUA didirikan oleh Tirta Utomo (1930-1994), warga asli Wonosobo yang setelah keluar bekerja dari Pertamina, dan bekerja di Petronas, mendirikan usaha air minum dalam kemasan (AMDK). Tirta mendirikan pabrik pertamanya di Pondok Ungu, Bekasi. Pada tahun 1984, pabrik AQUA kedua didirikan di Pandaan, Jawa Timur sebagai upaya mendekatkan diri pada konsumen yang berada di wilayah tersebut.

Saat ini AQUA Group memiliki total jumlah pabrik sebanyak 16 dan Pabrik AQUA Mambal merupakan pabrik ke 3. Sebagai perwujudan visi dan komitmen dalam mengelola operasionalnya secara bertanggung jawab, AQUA mengembangkan inisiatif AQUA Lestari. Inisiatif AQUA Lestari dijalankan dengan membangun kerja sama dengan karyawan dan pemangku kepentingan. Pabrik Mambal sendiri memiliki nama CSR nya yaitu, Mambal Lestari dan Ayung Lestari. Pada tahun 2014 AQUA Group menjadi perusahaan AMDK pertama di Indonesia yang mendapatkan PROPER Hijau dimana salah satu pabrik yang mendapatkan penghargaan ini yaitu Pabrik Mambal. Dan pada tahun 2017 Pabrik Mambal kembali mendapatkan penghargaan yaitu Anugerah PROPER EMAS.

Hasil Temuan dan Analisis Penelitian

Public Relations AQUA Mambal yang berpendapat bahwa suatu fungsi manajemen dalam perusahaan dimana agar terciptanya sifat saling pengertian, menghargai dan toleransi dengan stakeholder nya, baik itu internal maupun eksternal. Stakeholder dapat dijelaskan bedasarkan jenisnya yaitu:

- a. Stakeholder eksternal adalah publik luar dari organisasi, yang meliputi, masyarakat, pemerintah, media, LSM dan komunitas-komunitas. Adapun kegiatan yang dilakukan yang pertama dalam bentuk media relation, sosialisasi-sosialisasi agar tidak menyalahi aturan-aturan yang sudah ditetapkan, menjalin kerjasama dengan mengadakan

program-program CSR yang memiliki fokus dan tujuan yang sama antara LSM dengan perusahaan.

- b. Stakeholder internal AQUA Mambal meliputi, top management, pemegang saham dan para staff karyawan. Disini pihak internal merupakan pengaruh kesuksesan dari dalam untuk sebuah perusahaan. Maka dari itu diadakan kegiatan yang dimana untuk menjaga keharmonisan dan hubungan baik antar karyawannya adapun kegiatan yang dilakukan berupa gathering karyawan, visit to plant, awarding karyawan dan sumbang saran.

Sebagai sebuah Perseroan, AQUA Mambal melakukan program CSR ini yang dimana bukan hanya mengenai masalah kewajiban melainkan sebagai bentuk tanggung jawab yang dimana untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang ada.

Implementasi program CSR terdiri dari tiga tahap:

Tahap 1: Tahap Komitmen,

Tahap dimana top management menyadari pentingnya keterlibatan dan tanggung jawab perusahaan terhadap masalah atau isu tertentu dan kemudian mengeluarkan pernyataan kebijakan terkait hal tersebut. AQUA Group mempunyai komitmen yang kemudian diwujudkan dalam program CSR pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat yang diberi nama AQUA Lestari. AQUA Lestari ini kemudian memiliki 4 pilar dimana yang

meliputi, pelestarian air dan lingkungan, praktik perusahaan yang ramah lingkungan, pengelolaan distribusi produk dan pelibatan pemberdayaan masyarakat.

Maka dari itu sebagai bagian dari AQUA Group, AQUA Mambal menyadari sebuah perusahaan sangat penting untuk melakukan suatu tanggung jawab, keterlibatan dan loyalitas suatu perusahaan terhadap suatu permasalahan yang terjadi di masyarakat dan kemudian akan melakukan tindakan maupun kebijakan akan masalah tersebut. Dikarenakan hal tersebut maka AQUA Mambal juga melaksanakan program CSRnya sendiri.

Tahap 2: Tahap Pembelajaran,

Tahap pengumpulan data, Analisa dan evaluasi oleh manajemen. Disini pihak AQUA Mambal melalui program-program yang dijalankan disusun berdasarkan pemetaan sosial yang berkaitan dengan kondisi sosial di masyarakat, serta analisa resiko operasional perusahaan. Pihak AQUA Mambal melakukan social mapping melalui lima pendekatan yaitu sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber finansial, infrastruktur dan sosial budaya. Dalam pembentukan program CSR yang akan dijalankan, semua manager ikut terlibat untuk memberikan penilaian terhadap program-program yang dibuat oleh departemen sustainable development yang nantinya juga akan bertanggung jawab dalam pelaksanaan program CSR. Pelaksanaan program dilakukan berdasarkan pendekatan hulu tengah hilir DAS (Daerah Aliran Sungai) secara terpadu berbasis masyarakat serta kearifan lokal. Dari pembuatan program CSR

tersebut nantinya diharapkan agar bisa terjadi pembangunan yang berkelanjutan dan tidak berhenti sampai disana saja karena program-program ini dibangun sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat dan lingkungannya.

Tahap 3: Tahap Institusionalisasi,

Tahap dimana program diturunkan kepada lini organisasi untuk dijalankan, tahap penggunaan sumber daya, pengkomunikasian program dan evaluasi. Implementasi CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan biasanya tergantung dengan visi, misi, budaya, lingkungan serta kondisi operasional perusahaan tersebut. Maka dari itu program CSR yang dilakukan oleh AQUA Mambal memiliki visi, misi dan tujuannya tersendiri.

AQUA Mambal menggunakan strategi dalam menjalankan program-program CSRnya yaitu *project management tools* yang merancang bagaimana melaksanakan sebuah program di lapangan agar kualitasnya bagus dan sesuai. Masyarakat disini dilibatkan secara aktif mulai dari merancang program hingga implementasi program sehingga nantinya masyarakat merasa program tersebut menjadi milik mereka, disini tujuannya adalah untuk meningkatkan kemandirian masyarakat.

Berdasarkan hasil temuan penelitian di atas AQUA Mambal menjalankan program CSRnya dengan merumuskan konsep lingkup tanggung jawab sosial perusahaan yang mengacu pada tiga prinsip dasar yaitu Profit, Planet, serta People (3P) atau yang dikenal dengan istilah Triple Bottom Line menurut

John Elkington dalam (Rachman, Efendi dan Wicaksana, 2011:10). Analisis dari ketiga prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

1. Profit

Merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.

Pemaparan diatas sesuai dengan yang dilakukan oleh AQUA Mambal, dimana produksi dan efisiensi produk yang dipasarkan disini menjadi sumber utama AQUA Mambal dalam mencari keuntungannya. Disini dititikberatkan bahwa perusahaan tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan sebesar-besarnya dalam mengeksploitasi sumber daya alam dan pemasarannya, melainkan harus memperhatikan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat juga. Maka dari itu diadakan program CSR dimana sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada lingkungannya. Dalam pengimplementasian program-program CSRnya, AQUA Mambal sudah menyiapkan anggaran dananya sendiri.

2. Planet

Hubungan perusahaan dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika perusahaan merawat

lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada perusahaan. Sudah kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati.

Sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada lingkungannya AQUA Mambal membuat program CSR yang dibagi menjadi 2 dan diberi nama Ayung Lestari dan Mambal Lestari. Dalam pembuatan program-programnya AQUA Mambal sudah melakukan pengumpulan data dan analisa sebelum memutuskan untuk membuat program tersebut dimana agar sesuai dengan kebutuhan sumber daya alam dan sumber daya masyarakatnya.

Ayung Lestari merupakan program CSR yang berfokus pada konservasi terpadu dalam upaya melestarikan lingkungan dan mengelola sumber daya air secara berkelanjutan, dimana ruang lingkupnya meliputi kegiatan pembangunan air bersih, konservasi sumber daya air, pertanian sayuran sehat dan pendidikan lingkungan di sekolah dasar. Sedangkan Mambal Lestari berfokus pada bidang pertanian yang bertujuan untuk mendukung upaya pengurangan dan pencemaran lingkungan akibat penggunaan pestisida kimia secara berlebihan oleh petani. Adapun ruang lingkup kegiatannya yaitu pertanian sehat ramah lingkungan dan pertanian lahan pekarangan serta pengelolaan sampah skala rumah tangga. Program-program CSR yang dijalankan sudah sesuai dengan potensi-potensi yang ada di dalam masyarakatnya dan di lingkungan tempat program tersebut

dijalankan. Sehingga hal tersebut tidak akan dikelola secara asal-asalan melainkan sesuai dengan alamnya itu sendiri.

3. People

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. AQUA Mambal menjelaskan masyarakat merupakan pihak yang dipengaruhi dan juga mempengaruhi kehidupan dari sebuah perusahaan. Kemauan dan kemampuan perusahaan mendekati diri dengan masyarakat melalui strategi CSR dapat mempengaruhi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Adapun stakeholder internal AQUA Mambal meliputi top manajemen beserta staff karyawan yang dimana nanti dalam pengimplementasian program CSRnya telah ada struktur organisasi yang jelas untuk pertanggungjawabannya. Sedangkan stakeholder eksternal adalah yang berada diluar perusahaan dalam hal ini meliputi akademik, komunitas, pemerintah, bisnis dan pihak media. Keterlibatan para stakeholder yang memiliki perannya masing-masing baik internal maupun eksternal disini sudah sesuai dengan konsep yang ada.

Sejalan dengan pemaparan mengenai konsep ini AQUA Mambal merumuskan bahwa keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan tidak semata-mata bergantung pada laba usaha (profit),

melainkan juga tindakan nyata yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan (planet), dan masyarakat (people). Dan dilakukan demi terciptanya sustainable development (pembangunan berkelanjutan).

5. KESIMPULAN

Hasil dari temuan penelitian yang dibahas dalam pembahasan telah menjawab rumusan masalah bagaimana implementasi program AQUA Lestari sebagai CSR PT Tirta Investama AQUA Mambal. Berdasar hasil temuan tersebut, penulis adalah sebagai berikut :

1. Dalam menjalankan fungsi *Public Relation*, AQUA Mambal mengadakan *gathering* yang melibatkan Publik Internal AQUA Mambal meliputi *top management*, pemegang saham dan jajaran *staff* dan karyawan. Selain itu, AQUA Mambal juga mengadakan *event* yang mengundang pihak eksternal yang bertujuan untuk menjalin hubungan baik antar sesama pemangku kepentingan, seperti masyarakat di sekitar perusahaan, pers, pemerintah, konsumen.
2. AQUA Group melaksanakan program AQUA Lestari dan sebagai bentuk kontribusi perusahaan dalam pembangunan wilayah. Program tersebut antara lain adalah pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat di wilayah sekitar pabrik. AQUA Lestari sendiri sudah menerapkan tiga tahap implementasi dalam menjalankan sebuah program CSR dimana yaitu Tahap Komitmen,

Tahap Pembelajaran dan Tahap Institusionalisasi.

3. Program-program CSR yang dijalankan AQUA Mambal terbagi menjadi 2 yaitu, Mambal Lestari dan Ayung Lestari. Adapun fokus program Mambal Lestari disini adalah pada bidang pertanian, dan Ayung Lestari yang berfokus pada konservasi sumber daya air. Dalam pengimplementasiannya, program ini telah memperhatikan 3P atau yang biasa dikenal dengan istilah *Triple Line Bottom*, di mana perusahaan tidak hanya mementingkan profit tetapi juga memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan aktif ikut serta melestarikan lingkungannya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott M. Allen H, Center. Broom, Glen M. (2011). *Effective Public Relations*. Edisi 9. Jakarta: Kencana Perdana Media Group
- Fakhrurroja, Hanif. (2012). *Metodologi Penelitian : Metode Dan Instrument Pengumpulan Data*. Piksi Ganesha Bandung.
- Ikbar, Y. (2014). *Metode Penelitian Sosial Kualitatif, Panduan Membuat Tugas Akhir/Karyallmiah*. Bandung: Refika Aditama
- Moleong, Lexy. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rudito, Bambang. Melia, Famiola. (2013). *CSR Corporate Social Responsibility*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains
- Rusdianto, Ujang. (2013). *CSR Communications: A Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: PT Gramedia

Zaim, Saidi. Hamid, Abidin. (2004). *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Depok: Piramida

Jurnal Online

Mukhlisah. 2013. *Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Riau Kepri Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*. http://repository.uin-suska.ac.id/7840/1/2013_2013122_KOM.pdf. Diakses pada hari Jumat 5 Januari 2018: pukul 15.00 wita

Priyono, Sapto. 2017. *Implementasi Program CSR Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Bina Lingkungan Pada Perusahaan Penyaluran Dan Pusat Pengatur Beban Sumatera (P3bs) (Studi Pada Kelompok Usaha Bayar Listrik Dengan Kotoran Sapi (Kubali Kopi) Di Desa Tanjung Lurah, Kecamatan Salimpaung, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat)*. <https://media.neliti.com/media/publications/126293-ID-implementasi-program-CSR-dalam-pemberday.pdf>. Diakses pada hari Rabu 3 Januari 2018: pukul 11.00 wita

Riyantie, Mayang. 2013. *Implementasi CSR Melalui Program "Kampoeng Bni" Oleh Pt. Bni (Persero) Tbk*. <http://journal.unpad.ac.id/jkk/article/view/6043/3154>. Diakses pada hari Sabtu 20 Januari 2018: pukul 18.00 wita

Sidik, Sichril. 2016. *Implementasi Corporate Social Responsibility Pt. Pertamina Ep Asset 3 Subang Field (Studi Deskriptif Pada Program CSR Budidaya Jamur Merang)*. <http://digilib.uinsgd.ac.id/4840/>. Diakses pada hari Kamis 1 Februari 2018: pukul 14.30 wita

Uthami, Agnes. 2016. *Implementasi Program Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Pengelolaan Sarana Air Bersih Berbasis Masyarakat (Studi pada warga penerima program CSV Nestle di RT 13 & 14 Desa Sukamanjur, Kelurahan Bumi Kedamaian, Kecamatan Kedamaian, Kota Bandar Lampung)*. http://digilib.unila.ac.id/2588/10/SKRIPSI%20FULL%20TA_NPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf. Diakses pada hari Rabu 3 Januari 2018: pukul 10.00 wita

Sumber Internet

Cappeti, Charlie. 2013. *Kami Tetap Memperhatikan Keseimbangan Alam*. <http://executive.kontan.co.id/news/kami-tetap-memperhatikan-keseimbangan-alam>. Diakses pada hari Selasa 24 Oktober 2017: pukul 16.00 wita

(www.aqua.com). Diakses pada hari Selasa 24 Oktober 2017: pukul 16.30 wita

Sukma, Devani. 2011. *Institusionalisasi (Standarisasi dan/atau Regulasi) CSR itu Sulit Dijalankan*. <http://keuanganism.com/institusionalisasi-CSR-itu-sulit-dijalankan/>. Diakses pada hari Senin 24 Maret 2018: pukul 13.00 wita

Yeni, Eni. 2013. *All About Kriteria Peringkat PROPER Emas, Hijau, Biru, Merah dan Hitam*. <http://www.trainingproper.com/all-about-kriteria-peringkat-proper-emas-hijau-biru-merah-dan-hitam/>. Diakses pada hari Jumat 9 Februari 2018: pukul 11.00 wita

2016. *CSR: Profit, Planet, People*. <http://rotasinews.com/CSR-profit-people-planet/>. Diakses pada hari Senin 24 Maret: pukul 15.00 wita

2015. Tiga, Jembatan. *Peran Public Relation dalam komunikasi CSR*. <http://jembatantiga.com/2015/05/peran-public-relation-dalam-komunikasi-CSR/>. Diakses pada

hari sabtu 30 desember 2017:
pukul 15.00 wita