



Analisis Peran Tanggung Jawab Sosial dalam Menambah Nilai Perusahaan dan kesejahteraan masyarakat: Studi kasus pada Perusahaan pertambangan

Vina lia Ananta

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Ersi Sisdianto

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Korespondensi penulis: vinaliaananta23@gmail.com

Abstract. Corporate Social Responsibility (CSR) is a form of corporate social responsibility that must be carried out in Indonesia in accordance with government regulations. CSR includes initiatives to empower communities, improve the quality of life, and protect the environment, which ultimately contributes to increasing company value. This study aims to analyze the CSR strategies implemented by mining companies in increasing company value and community welfare. This research uses a descriptive *qualitative* approach with data collection techniques through literature studies, interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used is the Miles and Huberman model, which includes data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that mining companies' CSR strategies include community empowerment programs, environmental preservation, and local infrastructure development. Examples of programs identified include job skills training, environmental conservation, and construction of public facilities. Overall, these CSR initiatives contribute significantly to increasing company value as well as creating sustainable community welfare.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Value, community welfare

Abstrak. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang wajib dilakukan di Indonesia sesuai dengan regulasi pemerintah. CSR mencakup inisiatif untuk memberdayakan masyarakat, meningkatkan kualitas hidup, dan menjaga lingkungan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi CSR yang diterapkan oleh perusahaan pertambangan dalam meningkatkan nilai perusahaan dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman, yang mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi CSR perusahaan pertambangan meliputi program pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan pengembangan infrastruktur lokal. Contoh program yang diidentifikasi antara lain pelatihan keterampilan kerja, konservasi lingkungan, dan pembangunan fasilitas umum. Secara keseluruhan, inisiatif CSR ini berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan serta menciptakan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, kesejahteraan masyarakat

PENDAHULUAN

Perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tidak dapat dipisahkan dari masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan utama. Hubungan yang harmonis dengan masyarakat sangat diperlukan untuk menjaga keberlanjutan operasional perusahaan, terutama dalam industri yang memiliki dampak langsung terhadap lingkungan dan kehidupan sosial, seperti industri pertambangan. Sebagai salah satu sektor yang erat kaitannya dengan eksploitasi sumber daya alam, perusahaan tambang memiliki tanggung jawab besar untuk mengelola dampak lingkungan, sosial, dan ekonomi akibat aktivitasnya.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi instrumen strategis yang diandalkan perusahaan untuk menunjukkan komitmen etis, legal, dan sosialnya kepada masyarakat. CSR tidak hanya diwajibkan oleh regulasi di Indonesia, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara, tetapi juga menjadi alat penting dalam membangun reputasi perusahaan. Menurut (Ahmad Nurkhin, 2018) Corporate Social Responsibility yang menyebutkan bahwa Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR pada dasarnya adalah komitmen perusahaan terhadap tiga (3) elemen yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Program CSR yang diterapkan perusahaan tambang sering kali mencakup inisiatif seperti pengembangan infrastruktur, pelatihan keterampilan kerja, pemberdayaan ekonomi lokal, layanan kesehatan, serta peningkatan akses pendidikan di daerah operasional. (Soesilowati 2012) mengatakan CSR berguna bagi perusahaan dan masyarakat karena telah terbukti bahwa CSR dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan dapat membantu dalam megentaskan kemiskinan (Prayogo dan Hilarus, 2012).

Banyak penelitian menunjukkan bahwa penerapan CSR secara efektif dapat memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan. CSR memperkuat pandangan masyarakat terhadap perusahaan, mengurangi potensi konflik, serta mendorong dukungan masyarakat terhadap keberlangsungan bisnis. Selain itu, CSR juga memainkan peran penting dalam menciptakan nilai perusahaan yang berkelanjutan melalui hubungan yang lebih baik dengan komunitas dan pemangku kepentingan lainnya.

Namun, tantangan tetap ada, terutama terkait dengan bagaimana perusahaan tambang dapat mengintegrasikan CSR ke dalam strategi bisnisnya sehingga memberikan manfaat nyata bagi masyarakat sekaligus meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang ini, penelitian dengan judul "**Analisis Peran Tanggung Jawab Sosial dalam Menambah Nilai Perusahaan dan Kesejahteraan Masyarakat: Studi Kasus pada Perusahaan Pertambangan**" dilakukan untuk mengkaji peran dan manfaat implementasi CSR dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta citra dan nilai perusahaan pertambangan di Indonesia.

KAJIAN TEORI

Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory) yang diperkenalkan oleh Edward Freeman (1984) menekankan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham tetapi juga kepada seluruh pihak yang terpengaruh atau memiliki kepentingan terhadap operasional perusahaan. Dalam konteks perusahaan pertambangan, stakeholders utama meliputi masyarakat lokal, pemerintah, organisasi non-pemerintah (NGO), karyawan, dan lingkungan.

Implementasi **Corporate Social Responsibility (CSR)** berdasarkan teori ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para stakeholders secara seimbang. CSR di sektor pertambangan tidak hanya mencakup program filantropi tetapi juga strategi untuk

membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat lokal. Misalnya, perusahaan tambang dapat menjalankan program pemberdayaan ekonomi, pelatihan keterampilan kerja, dan konservasi lingkungan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Freeman et al. (2007) mengembangkan kerangka kerja yang relevan untuk identifikasi dan pengelolaan stakeholders melalui **model salience**, yang mengklasifikasikan stakeholders berdasarkan atribut seperti kekuasaan (power), legitimasi (legitimacy), dan urgensi (urgency). Dalam industri pertambangan, masyarakat lokal sering kali termasuk dalam kategori "stakeholders definitif" yang memiliki legitimasi tinggi untuk memengaruhi keberlanjutan operasional perusahaan melalui dukungan atau oposisi mereka.

Penerapan CSR yang baik berdasarkan Teori Pemangku Kepentingan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Program CSR yang dirancang dengan tepat membantu membangun reputasi positif perusahaan tambang, yang sering kali menghadapi kritik karena dampaknya terhadap lingkungan. Reputasi yang baik ini meningkatkan daya saing perusahaan dan menarik minat lebih banyak investor. Selain itu, melalui keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR, risiko konflik sosial dapat diminimalkan, sehingga menciptakan stabilitas dan efisiensi operasional perusahaan. Hubungan yang harmonis dengan stakeholders juga menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan laba dan nilai pasar perusahaan.

Di sisi lain, CSR berbasis teori ini juga memberikan manfaat langsung bagi masyarakat. Program CSR dapat meningkatkan ekonomi lokal melalui pembangunan infrastruktur, pelatihan kerja, dan dukungan untuk usaha kecil menengah (UKM). Pengelolaan dampak lingkungan, seperti reklamasi lahan pascatambang, menjadi salah satu prioritas CSR, yang sangat penting bagi masyarakat yang bergantung pada sumber daya alam lokal. Selain itu, penyediaan layanan kesehatan, pendidikan, dan air bersih dalam program CSR secara langsung meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal, memperkuat hubungan antara perusahaan dan komunitas di sekitarnya. Dengan pendekatan yang holistik, CSR tidak hanya memberikan dampak positif pada perusahaan tetapi juga menciptakan kesejahteraan yang berkelanjutan bagi masyarakat.

Teori Pemangku Kepentingan memberikan kerangka yang relevan untuk menganalisis peran CSR dalam menambah nilai perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di sektor pertambangan. Dengan memenuhi kebutuhan stakeholders melalui CSR, perusahaan tambang dapat menciptakan legitimasi sosial, mengurangi risiko konflik, dan membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan masyarakat lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang salah satu karakteristik utamanya adalah bersifat deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Hal ini berkaitan dengan penerapan metode kualitatif. Semua data yang dikumpulkan memiliki potensi menjadi kunci dalam penelitian yang dilakukan. Oleh

karena itu, laporan penelitian biasanya memuat kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran dalam penyajiannya.

Metode yang digunakan dalam penulisan jurnal ini adalah studi literatur atau studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan dengan meneliti dan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Metode ini melibatkan pengumpulan data, konsep, teori, dan kajian terkait fenomena yang dibahas dalam artikel ini, khususnya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pengembangan masyarakat berdasarkan perspektif pekerjaan sosial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peran Program CSR Pada Perusahaan Industri Pertambangan

Menurut Triyono (2013) mengatakan bahwa program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab sosial terhadap keberlanjutan lingkungan dan pengembangan masyarakat, sekaligus sebagai wujud kepatuhan terhadap regulasi pemerintah. Selain itu, program CSR juga berperan dalam menjaga stabilitas perekonomian masyarakat melalui upaya pemberdayaan dan pelestarian lingkungan.

Sudaryanti & Riana, (2017) mengatakan Pandangan mengenai tanggung jawab perusahaan telah mengalami perubahan paradigma. Awalnya, perusahaan hanya dianggap bertanggung jawab kepada pemilik modal atau pemegang saham dengan fokus utama pada aspek finansial. Namun, pemahaman secara global telah mendorong kesadaran bahwa keberlangsungan perusahaan tidak hanya bergantung pada besarnya modal finansial, tetapi juga mencakup aspek lain seperti pengelolaan sumber daya dan dukungan dari masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) di sektor pertambangan menunjukkan bahwa program CSR berperan penting dalam mendukung keberlanjutan perusahaan serta mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan dari operasionalnya. Berikut adalah temuan utama:

1. Peran CSR dalam mendukung keberlanjutan Perusahaan

CSR mendukung pembangunan berkelanjutan melalui tiga aspek utama: ekonomi (profit), sosial (people), dan lingkungan (planet). Pada perusahaan pertambangan seperti PT Antam Tbk, program CSR mencakup berbagai sektor, seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan masyarakat, dan pelestarian lingkungan. Program ini dirancang untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar, memitigasi risiko sosial, dan meningkatkan reputasi perusahaan

2. Dampak lingkungan dan sosial

Perusahaan tambang menghadapi tantangan berupa kerusakan lingkungan dan peningkatan kesenjangan sosial akibat eksploitasi sumber daya alam. Melalui CSR, perusahaan berupaya memperbaiki dampak tersebut dengan rehabilitasi lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Misalnya, PT Antam telah menjalankan program konservasi lingkungan serta pelatihan masyarakat untuk meningkatkan ekonomi lokal

3. Pentingnya implementasi GCG

Good Corporate Governance (GCG) memiliki kaitan erat dengan keberhasilan CSR. Dengan pengelolaan yang transparan dan akuntabel, perusahaan dapat memaksimalkan dampak positif CSR bagi masyarakat dan lingkungan sekaligus menjaga keberlanjutan usaha.

Penelitian oleh Nahda & Harjito (2011) menyebutkan bahwa pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) berkaitan erat dengan Good Corporate Governance (GCG) karena dapat mengurangi dampak negatif yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini membantu menciptakan perusahaan yang lebih tangguh dan berkelanjutan. Namun, seiring dengan pertumbuhan perusahaan, kesenjangan sosial cenderung meningkat, begitu pula kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh eksploitasi sumber daya yang dilakukan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Hubungan Corporate Sosial Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan

Menurut Sutisna (2001:80) dalam Ulman (2014), *brand image* memiliki tiga elemen utama yang mendukungnya, yaitu citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk.

Citra perusahaan mengacu pada kumpulan persepsi konsumen terhadap perusahaan yang memproduksi suatu barang atau jasa. Persepsi ini dibentuk berdasarkan perasaan dan penilaian pelanggan serta mitra bisnis terhadap perusahaan sebagai produsen barang atau jasa tersebut. Evaluasi individu terhadap organisasi ini turut memengaruhi citra perusahaan (Surachman, 2008:275 dalam Ulman, 2014).

1. Citra pemakai adalah asosiasi yang dirasakan konsumen terhadap pengguna barang atau jasa tertentu. Dalam praktiknya, konsumen sering memilih produk atau merek yang sesuai dengan tipe atau kepribadian mereka. Persepsi terhadap diri sendiri, atau citra diri, berhubungan erat dengan kepribadian. Oleh karena itu, konsumen cenderung memilih produk dan jasa yang mencerminkan citra diri atau kepribadian mereka sendiri (Schiffman dan Kanuk, 2008:125 dalam Ulman, 2014).
2. Citra produk adalah sekumpulan asosiasi yang terbentuk di benak konsumen mengenai suatu barang. Produk yang memiliki citra positif dan menyenangkan cenderung lebih menarik perhatian konsumen dan lebih mungkin untuk dibeli dibandingkan produk yang memiliki citra netral atau negatif (Schiffman dan Kanuk, 2008:174 dalam Ulman, 2014).

Jefkin (dalam Soemirat dan Ardianto, 2003:114) menjelaskan bahwa citra adalah kesan yang terbentuk berdasarkan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap fakta atau kenyataan. Sementara itu, menurut Adona (2006:107), citra perusahaan adalah gambaran atau kesan tentang perusahaan yang terbentuk di mata masyarakat luas berdasarkan pengetahuan dan pengalaman individu. Untuk membangun citra yang positif, Sukatendel dalam Soemirat (2003:113) menyatakan bahwa citra harus sengaja diciptakan dengan tujuan memberikan kesan yang baik. Citra perusahaan dapat ditingkatkan melalui keberhasilan dan sejarah yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Dengan demikian, citra

perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga yang bertujuan untuk mendorong persepsi positif masyarakat terhadapnya. Upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan melalui kegiatan humas adalah menciptakan citra yang sebenarnya, seperti yang disarankan oleh Adona (2006:108).

Menurut Susanto (2007:28), perusahaan yang secara konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya akan memperoleh dukungan luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai kegiatan yang dilakukan. Penerapan program CSR tidak hanya meningkatkan citra perusahaan, tetapi dalam jangka panjang dapat membangun reputasi perusahaan yang kuat. Tujuan utama perusahaan selama ini adalah mencapai keuntungan sebesar-besarnya dan meningkatkan citra perusahaan untuk mendukung pertumbuhannya yang berkelanjutan. Namun, hal tersebut hanya dapat tercapai jika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan di sekitarnya. Masyarakat kini lebih cerdas dalam menilai kontribusi perusahaan terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan. CSR tidak hanya dinilai dari jumlah dana yang dikeluarkan, tetapi juga dari seberapa aktif dan proaktif perusahaan dalam berinteraksi dengan lingkungan. Oleh karena itu, beberapa perusahaan saat ini telah melaksanakan CSR sebagai komitmen untuk berkontribusi pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta berharap dapat mendapatkan dukungan masyarakat yang lebih luas dan meningkatkan citra mereka di mata publik (Untung, 2008: 100)

Pengaruh CSR Terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Program tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* atau CSR) bertujuan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam komunitas sosial. Hal ini penting karena keberadaan perusahaan sebagai entitas bisnis sangat bergantung pada dukungan masyarakat sekitar. Secara ekonomi, perusahaan tidak akan mencapai filosofi *profit maximizing* jika produk atau jasa yang ditawarkan tidak diterima oleh konsumen, yang merupakan bagian dari komunitas masyarakat. Selain itu, operasional perusahaan juga akan lebih lancar jika masyarakat sekitar bersikap kooperatif. Oleh karena itu, CSR menjadi instrumen penting bagi perusahaan untuk menjalankan fungsi bisnisnya secara berkelanjutan.

Menurut Susanto (2007:26), CSR harus memperhatikan tiga aspek utama, yaitu keuntungan (*profit*), lingkungan, dan masyarakat. Ketiga aspek ini saling berkaitan dan perlu dijalankan secara simultan untuk menciptakan keseimbangan sesuai kondisi sosial masyarakat. Dengan melaksanakan tanggung jawab sosial, perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga berkontribusi secara bijaksana dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Contoh implementasi CSR Dalam industri pertambangan, implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan perusahaan dan memperbaiki hubungan dengan masyarakat sekitar. Salah satu contoh implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan tambang adalah dengan mengintegrasikan program-program sosial yang sistematis dan terstruktur, yang berfokus pada pengembangan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Program ini mencakup berbagai bidang, seperti pendidikan, kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal, yang

bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menjaga kelestarian alam di sekitar area operasional. Tujuan utama dari CSR pada perusahaan tambang adalah untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat, serta memastikan bahwa dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan pertambangan dapat diminimalkan. Hal ini tidak hanya mendukung citra perusahaan, tetapi juga menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi komunitas sekitar, yang pada gilirannya mendukung keberlangsungan operasional perusahaan itu sendiri. Keberhasilan program CSR ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat, memberikan peluang ekonomi, dan mendorong pembangunan yang lebih merata.

KESIMPULAN

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan dan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam konteks industri pertambangan yang erat kaitannya dengan dampak lingkungan dan sosial. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan yang diwajibkan oleh regulasi di Indonesia dan bertujuan untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tiga aspek utama, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Melalui implementasi CSR, perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan masyarakat sekitar, memitigasi risiko konflik sosial, dan menjaga keberlanjutan operasional.

Manfaat CSR tidak hanya dirasakan oleh perusahaan tetapi juga oleh masyarakat sekitar. Bagi perusahaan, CSR berperan penting dalam membangun reputasi positif yang meningkatkan daya saing, menarik minat investor, dan memberikan legitimasi sosial untuk keberlangsungan operasionalnya. Program-program CSR yang dirancang dengan baik, seperti pelatihan kerja, pengembangan infrastruktur lokal, dan pelestarian lingkungan, tidak hanya meminimalkan dampak negatif aktivitas tambang tetapi juga memberikan kontribusi nyata pada pertumbuhan nilai perusahaan. Bagi masyarakat, program-program ini membantu meningkatkan kesejahteraan mereka melalui peningkatan kualitas hidup, pemberdayaan ekonomi lokal, dan pelestarian lingkungan yang berkelanjutan.

Penelitian ini juga menekankan pentingnya integrasi CSR ke dalam strategi bisnis perusahaan agar pelaksanaannya tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi juga bagian integral dari visi dan misi perusahaan. Dalam hal ini, prinsip Good Corporate Governance (GCG) menjadi pendukung utama, karena pengelolaan CSR yang transparan, akuntabel, dan berorientasi jangka panjang akan memastikan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak.

Secara keseluruhan, implementasi CSR yang strategis, holistik, dan selaras dengan kebutuhan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya terbukti memberikan dampak positif yang luas. CSR tidak hanya meningkatkan citra perusahaan di mata publik tetapi juga menciptakan lingkungan sosial dan ekonomi yang lebih baik bagi masyarakat sekitar, sekaligus memastikan kelangsungan perusahaan di masa depan. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa keberhasilan CSR terletak pada komitmen perusahaan untuk berkontribusi secara aktif pada kesejahteraan sosial dan lingkungan sekitarnya, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat.

REFERENSI

- Astiti, N. P. Y., & Saitri, P. W. (2017). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kesejahteraan masyarakat dan citra perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2 Juli), 94.
- Mafulla, A. A., & Rachmawati, I. I. (2024). Literature Review: Analisis Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Pertambangan. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship*, 1(2), 62-75.
- Mafulla, A. A., & Rachmawati, I. I. (2024). Literature Review: Analisis Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Pertambangan. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship*, 1(2), 62-75.
- Malihah, L., Nazairin, A., & Zaitun, Z. (2024). PERAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MENINGKATKAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA (STUDI PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN BATU BARA DI KALIMANTAN SELATAN). *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 7(1), 18-30.
- Ningtyas, C. P., Kambolong, M., & Makmur, M. (2022). Implementasi Corporate Social Responsibility pada PT. Aneka Tambang Tbk. UBPB Sulawesi Tenggara. *Journal publicuho*, 5(4), 1091-1112.
- Prasiska, Y. V., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitr, D. (2017). CSR dan Citra Perusahaan. *Jurnal bisnis dan ekonomi*, 24(1).
- Rathobei, K. E., Hitch, M., & Barakos, G. (2024). Exploring broad value creation in mining: Corporate social responsibility and stakeholder management in practice. *The Extractive Industries and Society*, 17, 101412.
- Razak, R., Yunus, R., Hasbi, M. R., & Rajab, M. (2022). IMPLEMENTASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PT VALE INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KEBERDAYAAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUSAHAAN. *Jurnal Neo Societal; Vol*, 7(1).
- Rodrigues, M., Alves, M. -C., Silva, R., & Oliveira, C. (2022). Mapping the Literature on Social Responsibility and Stakeholders' Pressures in the Mining Industry. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(10), 425.
- Rukmana, E., Hendri, E., & Rismansyah, R. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 3(1), 1-12.
- Silvia, S. A., & Nirawati, L. (2024). Analisis Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) untuk Meningkatkan Citra Perusahaan dan Kesejahteraan Masyarakat PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4356-4366.