



PERAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM MENINGKATKAN TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS PERUSAHAAN

Niken Rahmawati

Universitas Negeri Semarang

Diena Mawaddah

Universitas Negeri Semarang

Ramona Putri

Universitas Negeri Semarang

Alamat: Sekaran, Gunung Pati, Kota Semarang, Jawa Tengah 50229

Korespondensi penulis: rahmawatiniken23@students.unnes.ac.id

Abstract. *As public, government, and other stakeholders' expectations for responsible business practices increase, Corporate Social Responsibility (CSR) has become an important instrument in building corporate transparency and accountability. Basically, CSR not only aims to meet the interests of shareholders but also to provide a positive impact on society, the environment, and the economy. Stakeholder involvement in CSR programs allows companies to strengthen their credibility through transparency and active participation, which serves as an external oversight mechanism. However, the implementation of CSR faces various challenges such as the complexity of socio-environmental issues, regulatory uncertainty, and internal obstacles within the company. Nevertheless, through innovative strategies and collaboration with various parties, the company can strengthen the implementation of CSR and enhance its positive image in the eyes of the public. Effective CSR can enhance customer loyalty, attract investor interest, and reduce long-term costs through sustainable practices. This research uses a literature review method to compile a comprehensive analysis of the role of CSR in enhancing corporate reputation and its impact on transparency and accountability, which ultimately creates shared value for both the company and society.*

Keywords: *Company, CSR, Public*

Abstrak. Seiring dengan meningkatnya ekspektasi masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab, Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi instrumen penting dalam membangun transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Pada dasarnya, CSR tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kepentingan pemegang saham tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat, lingkungan, dan ekonomi. Keterlibatan pemangku kepentingan dalam program CSR memungkinkan perusahaan untuk memperkuat kredibilitasnya melalui transparansi dan partisipasi aktif, yang berfungsi sebagai mekanisme pengawasan eksternal. Namun, implementasi CSR menghadapi berbagai tantangan seperti kompleksitas masalah sosial-lingkungan, ketidakpastian regulasi, serta hambatan internal di dalam perusahaan. Meskipun demikian, melalui strategi yang inovatif dan kolaborasi dengan berbagai pihak, perusahaan dapat memperkuat pelaksanaan CSR dan meningkatkan citra positifnya di mata publik. CSR yang efektif mampu meningkatkan loyalitas pelanggan, menarik minat investor, dan mengurangi biaya jangka panjang melalui praktik yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka untuk menyusun analisis komprehensif terkait peran CSR dalam meningkatkan reputasi perusahaan serta pengaruhnya terhadap transparansi dan akuntabilitas, yang pada akhirnya menciptakan nilai bersama bagi perusahaan dan masyarakat.

Kata Kunci: Perusahaan, CSR, Masyarakat

LATAR BELAKANG

Seiring dengan berkembangnya ekspektasi masyarakat, pemangku kepentingan, dan pemerintah terhadap praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab, CSR telah menjadi salah satu instrumen penting dalam menjawab tantangan ini. Secara tradisional, perusahaan berfokus pada peningkatan profitabilitas dan nilai pemegang saham, namun dengan meningkatnya kesadaran akan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis, paradigma ini mulai bergeser. Perusahaan saat ini dihadapkan pada tekanan untuk menjalankan bisnis yang berkelanjutan dan transparan, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Skandal-skandal korporasi di masa lalu yang menyoroti kurangnya transparansi dan akuntabilitas, seperti kasus pencemaran lingkungan atau eksploitasi tenaga kerja, telah mendorong peningkatan tuntutan masyarakat terhadap keterbukaan informasi perusahaan. Dalam konteks ini, CSR berfungsi sebagai sarana yang memungkinkan perusahaan untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial. Dengan mengadopsi kebijakan CSR, perusahaan tidak hanya diharapkan untuk memenuhi kepentingan pemegang saham, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi pemangku kepentingan lainnya, seperti masyarakat, konsumen, karyawan, dan pemerintah.

Peran CSR dalam meningkatkan transparansi perusahaan terkait erat dengan praktik pelaporan yang terbuka mengenai dampak sosial dan lingkungan dari operasional perusahaan. Disclosure atau pengungkapan CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk menyediakan informasi yang akurat dan jujur tentang bagaimana mereka menjalankan tanggung jawab sosialnya. Hal ini menjadi penting karena dengan adanya transparansi, masyarakat dapat menilai apakah kegiatan bisnis perusahaan sejalan dengan prinsip keberlanjutan dan etika bisnis yang baik. Selain transparansi, CSR juga berperan dalam meningkatkan akuntabilitas perusahaan. Melalui program CSR yang dirancang dengan melibatkan pemangku kepentingan, perusahaan dapat mempertanggungjawabkan dampak sosial dan lingkungan yang mereka hasilkan. Dengan akuntabilitas yang lebih baik, perusahaan dapat membangun kepercayaan yang lebih kuat dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Implementasi CSR yang baik memungkinkan perusahaan untuk menjalankan operasi bisnisnya dengan lebih etis dan

bertanggung jawab, yang pada gilirannya dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan.¹

Di Indonesia, perkembangan CSR juga didorong oleh adanya regulasi pemerintah yang mewajibkan perusahaan-perusahaan besar, khususnya yang bergerak di sektor sumber daya alam, untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Dengan demikian, CSR menjadi instrumen strategis yang dapat membantu perusahaan tidak hanya dalam menjaga reputasi, tetapi juga dalam memenuhi harapan pemerintah dan masyarakat terkait praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Oleh karena itu, memahami peran CSR dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas merupakan langkah penting bagi perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di era modern ini.

KAJIAN TEORITIS

1. Sejauh mana keterlibatan pemangku kepentingan dalam program CSR berkontribusi terhadap peningkatan transparansi dan akuntabilitas?
2. Apa tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menerapkan CSR secara efektif untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas?
3. Bagaimana perusahaan dapat mengukur efektivitas CSR dalam meningkatkan citra dan reputasi terkait transparansi dan akuntabilitas di mata publik?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penulisan karya ini menggunakan dalam tinjauan pustaka. Penelitian literatur melibatkan pengumpulan, analisis, dan sintesis data dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti: Jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan artikel populer. Analisis isi adalah metode analisis data yang dapat diterapkan pada tinjauan literatur ini. Menemukan pola, tema, dan konsep dalam sebuah teks dapat dilakukan melalui analisis isi. Metode ini dapat dilakukan secara manual atau dengan menggunakan perangkat lunak analisis teks. Melalui tinjauan literatur, dapat membangun fondasi yang kuat untuk penelitian di masa depan atau pembuatan program CSR yang sukses.

¹ Nopriyanto, A. (2024). ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2-3.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keterlibatan Pemangku Kepentingan Dalam Program CSR Berkontribusi Terhadap Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas

Keterlibatan pemangku kepentingan dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) memainkan peran penting dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Transparansi mengacu pada penyampaian informasi yang jelas, jujur, dan dapat diakses oleh semua pihak terkait, sementara akuntabilitas menekankan pada tanggung jawab perusahaan terhadap tindakan dan dampaknya. Keterlibatan aktif pemangku kepentingan, seperti komunitas lokal, karyawan, investor, dan pihak berwenang, memberikan peluang bagi mereka untuk memahami, menilai, dan memberikan masukan terhadap kebijakan dan pelaksanaan program CSR. Selain itu, ketika masyarakat dan pemangku kepentingan lain terlibat dalam proses perencanaan dan implementasi CSR, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih kuat dan berdasarkan kepercayaan. Proses ini juga memberikan mekanisme bagi perusahaan untuk menerima masukan kritis dan memodifikasi kebijakannya agar lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan para pemangku kepentingan. Selain itu, keterlibatan pemangku kepentingan dalam program CSR juga berkontribusi pada peningkatan kredibilitas perusahaan. Dengan melibatkan berbagai pihak dalam proses pengambilan keputusan terkait CSR, perusahaan dapat memastikan bahwa kebijakan yang diambil mencerminkan kebutuhan dan aspirasi nyata dari masyarakat yang terdampak. Hal ini tidak hanya membuat program CSR lebih relevan, tetapi juga meningkatkan legitimasi perusahaan di mata publik. Misalnya, ketika perusahaan melibatkan komunitas lokal dalam merumuskan inisiatif CSR yang bertujuan untuk mengatasi masalah sosial atau lingkungan yang spesifik, hal tersebut mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab jangka panjang. Dalam dunia bisnis yang semakin mengutamakan tata kelola yang baik (*corporate governance*), hal ini sangat penting karena dapat mempengaruhi kepercayaan investor, kredibilitas di pasar, dan hubungan jangka panjang dengan mitra bisnis.²

² Heriansyah, D. (2024). Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: Literatur Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5063-5064.

Di sisi lain, akuntabilitas perusahaan yang diperkuat melalui keterlibatan pemangku kepentingan juga berfungsi sebagai mekanisme pengawasan eksternal yang mencegah potensi pelanggaran atau penyimpangan. Pemangku kepentingan yang aktif dalam program CSR dapat memberikan umpan balik yang berharga dan membantu mengidentifikasi area di mana perusahaan mungkin gagal memenuhi komitmen tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu, keterlibatan mereka bukan hanya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga memastikan keberlanjutan program CSR yang lebih baik dan dampak sosial yang lebih besar. keterlibatan pemangku kepentingan dalam program CSR dapat menciptakan dialog yang konstruktif antara perusahaan dan masyarakat, yang berfungsi sebagai jembatan untuk memahami lebih dalam dampak bisnis terhadap lingkungan sosial dan ekonomi. Dengan mendengar dan merespons pandangan mereka, perusahaan tidak hanya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga memitigasi risiko reputasi negatif akibat kebijakan yang tidak sesuai dengan kepentingan masyarakat.

Keterlibatan pemangku kepentingan juga memperkuat mekanisme umpan balik yang berkesinambungan, di mana perusahaan dapat terus mengevaluasi dan memperbaiki program CSR-nya. Akibatnya, program CSR menjadi lebih adaptif dan relevan seiring berjalannya waktu, memberikan manfaat yang lebih nyata dan terukur baik bagi perusahaan maupun masyarakat. Dengan adanya pengawasan dan partisipasi pemangku kepentingan, program CSR lebih cenderung berfokus pada hasil jangka panjang dan dampak nyata, bukan hanya sekadar pencapaian jangka pendek atau strategi pemasaran. Ini juga membantu menciptakan kepercayaan yang lebih dalam antara perusahaan dan pemangku kepentingan, serta mendukung terciptanya kolaborasi yang lebih efektif dan berkelanjutan antara sektor swasta dan masyarakat. Pada akhirnya, keterlibatan pemangku kepentingan dalam program CSR tidak hanya meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan, tetapi juga memperkuat hubungan simbiosis antara bisnis dan komunitas.³

³ Wuryan Andayani, T. S., Ikbali, M., Wuryantoro, M., & Sidarta, A. L. (2024). STUDI LITERATUR ASPEK EKONOMI, SOSIAL DAN LINGKUNGAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PT BUKIT ASAM TBK. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 184-185.

B. Tantangan yang Dihadapi Perusahaan Dalam Menerapkan CSR Secara Efektif untuk Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas

Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan berbagai kegiatan yang merupakan bagian dari program (CSR) yang efektif, seperti mendukung komunitas lokal, menggunakan produk ramah lingkungan, atau menggunakan metode bisnis yang adil. Manfaat lain dari CSR adalah membuat perusahaan lebih menarik bagi investor⁴. Perusahaan yang terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sering kali dipandang sebagai organisasi yang lebih stabil dan tahan lama. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa bisnis yang sadar sosial dianggap lebih mahir dalam menangani risiko, baik risiko sosial, lingkungan, maupun regulasi.⁵ Menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara efektif merupakan pekerjaan yang sulit. Dalam lingkungan bisnis saat ini, yang memprioritaskan dampak sosial dan lingkungan selain keuntungan finansial, tanggung jawab sosial perusahaan, atau CSR, adalah ide utama. Namun, banyak perusahaan yang mengalami kesulitan untuk menerapkan CSR dengan cara yang dapat meningkatkan akuntabilitas dan transparansi⁶.

a) Kesulitan dalam Implementasi CSR⁷

- Kerumitan masalah lingkungan dan sosial

Tantangan sosial dan lingkungan termasuk ketidakadilan sosial, perubahan iklim, serta akses terhadap layanan kesehatan dan pendidikan menjadi semakin rumit dan beragam untuk ditangani oleh perusahaan. CSR harus mengambil pendekatan yang lebih komprehensif dan terintegrasi untuk mengatasi masalah-masalah ini.

- Ketidakpastian dalam Peraturan

Perusahaan mengalami kesulitan dalam mengembangkan dan melaksanakan program CSR karena kurangnya kejelasan peraturan CSR di berbagai negara. Investasi CSR dapat terpengaruh oleh perubahan

⁴ Bayu Subekti and Nunung Parlinah, "SOCIAL RESPONSIBILITY PADA HUTAN TANAMAN INDUSTRI : SEBUAH ANALISIS YURIDIS (Opportunity and Challenge of Corporate Social Responsibility in Implementation on Forest Plantation Industries : A Judicial Analysis)," *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan* 6, no. 2 (2009): 103–20.

⁵ Hartini Retnaningsih, "Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat," *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 6, no. 2 (2015): 177–88, <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/512>.

⁶ Eny Suastuti, "BEBERAPA KENDALA DALAM PENERAPAN CSR (ANALISIS PASAL 74 UUPt)," *Jurnal Ilmiah Penerapan CSR* 9 (2014): 1–20.

⁷ Resty Amanda Erbhasan and Lucy Pujasari Supratman, "Tantangan Implementasi Corporate Social Responsibility Perusahaan Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2022," *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 22, no. 1 (2023): 166–77, <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i1.3014>.

pemerintah yang tiba-tiba, oleh karena itu perusahaan harus selalu siap untuk menyesuaikan diri.

- Transformasi Digital dan Teknologi
Kemajuan teknologi baru menghadirkan kesulitan tambahan untuk memasukkan CSR ke dalam operasi perusahaan. Perusahaan harus dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan masyarakat, namun mereka sering kali tidak memiliki alat atau keahlian untuk melakukannya dengan sukses.
- Akuntabilitas dan Transparansi
Kerahasiaan bisnis dan kepercayaan publik.
- Keterlibatan Pemangku Kepentingan
Meningkatnya tuntutan akuntabilitas dan keterbukaan dari para pemangku kepentingan, termasuk investor dan konsumen, dapat menambah beban bagi perusahaan. Meskipun membutuhkan banyak waktu dan biaya, interaksi aktif dengan para pemangku kepentingan sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan.⁸
- Hambatan Internal
Hambatan internal yang mungkin dihadapi oleh beberapa perusahaan termasuk kurangnya dukungan dari manajemen tingkat atas atau kurangnya kesadaran di antara anggota staf tentang pentingnya CSR. Hal ini dapat mempersulit keberhasilan program CSR.
- Dampak pandemi COVID-19
Banyak kesulitan yang dihadapi perusahaan saat menerapkan CSR telah diperparah oleh pandemi. Kelangsungan proyek CSR dapat terhambat, misalnya, karena adanya keharusan untuk memodifikasi program CSR ke dalam situasi yang baru dan terbatasnya jumlah izin yang diberikan oleh pemerintah daerah.⁹

b) Kemungkinan untuk Meningkatkan CSR

⁸ Anjar Nopriyanto, "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan," *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* 5, no. 2 (2024): 1–12, <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>.

⁹ Erbhasan and Supratman, "Tantangan Implementasi Corporate Social Responsibility Perusahaan Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2022."

Ada banyak kendala yang harus diatasi, namun ada juga peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan prosedur CSR mereka:

- Kolaborasi & Kemitraan: Perusahaan dapat menangani tantangan sosial yang rumit dengan lebih baik dengan berkolaborasi dengan pemerintah dan kelompok nirlaba.
- Inovasi yang konstan: Perusahaan dan masyarakat luas dapat memperoleh manfaat dari pengembangan produk ramah lingkungan atau inisiatif kesejahteraan karyawan.
- Citra Perusahaan yang lebih baik: Reputasi perusahaan di mata publik dapat ditingkatkan dengan praktik tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang baik, yang dapat menarik lebih banyak investor.

C. Perusahaan Dapat Mengukur Efektivitas CSR Dalam Meningkatkan Citra dan Reputasi Terkait Transparansi dan Akuntabilitas di Mata Publik

Faktor penting dalam menciptakan dan meningkatkan citra publik perusahaan adalah tanggung jawab sosial perusahaan, atau CSR. Karena kesadaran ini, masyarakat lebih cenderung menuntut agar bisnis mengambil tanggung jawab yang lebih besar atas dampak dari operasi mereka. Dampak merugikan yang dapat ditimbulkan oleh operasi perusahaan terhadap lingkungan, eksploitasi pekerja, dan ketidakadilan sosial semakin diakui secara luas dalam masyarakat saat ini. Perusahaan yang berhasil mengadopsi CSR dapat meningkatkan reputasi mereka dengan menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat selain profitabilitas.¹⁰

Dalam bukunya yang berjudul *Integrated Approach Service Management*, Farida (2009) mendefinisikan citra perusahaan sebagai representasi dari penilaian pelanggan, termasuk penilaian dari pelanggan yang tidak puas dan calon pelanggan, serta kelompok lain yang terkait dengan bisnis, seperti pemasok, agen, dan investor. Sementara Rhenald Kasali (2003) menyatakan dalam bukunya bahwa citra perusahaan adalah cermin dari identitas individu, sebuah perusahaan dapat memiliki beberapa persepsi publik yang berbeda. Citra perusahaan

¹⁰ Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1-12.

dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk kisah hidupnya yang luar biasa, pencapaian keuangan, reputasinya sebagai pencipta hebat di bidangnya, kesediaan mendalam untuk menerima tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dedikasi terhadap penelitian, dan lainnya.

Menurut Hawkins (2000), proses pembentukan citra perusahaan terjadi dalam beberapa tahap, diantaranya:

- Tujuannya adalah untuk mengamati (mendengar) upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan citranya.
- Memperhatikan upaya perusahaan.
- Fokus pada objek yang dicoba, pahami segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan.
- Sebuah perusahaan yang membuat gambar produk
- Perilaku objek target yang berhubungan dengan perusahaan akan ditentukan oleh citra yang telah dibangun oleh perusahaan.¹¹

Menurut Wartick (Reni Erliani, 2019), reputasi adalah cerminan dari bagaimana pemangku kepentingan merespons kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat. Setiap operasi perusahaan mempengaruhi seberapa besar nilai perusahaan tersebut. Akibatnya, manajemen reputasi sangat penting untuk memastikan bahwa publik terus mendukung dan mempercayai bisnis tersebut.¹² Selain itu, CSR sangat penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Salah satu faktor penting tetapi sering diabaikan adalah bagaimana inisiatif CSR dapat menurunkan biaya jangka panjang dan meningkatkan efektivitas operasional. Selain itu, program CSR yang menekankan manajemen rantai pasokan berkelanjutan dapat diterapkan untuk mengurangi risiko operasional, menjamin produksi yang efisien, dan mencegah biaya terkait masalah sosial dan lingkungan yang dapat timbul dari praktik bisnis yang tidak berkelanjutan. Selain mengurangi potensi biaya, kebijakan CSR yang baik dapat meningkatkan kinerja keuangan jangka panjang, efektivitas operasional, dan

¹¹ LUTFIA, A., Amaluddin, A., & Muttaqin, A. (2021). Peran Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pt. Gunung Verbeck Karebbe Luwu Timur. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 2(2).

¹² Gultom, R. H., Matondang, K. A., Silalahi, S. M., & Sirait, J. A. (2024). Implementation of Corporate Social Responsibility and its Impact on the Company's Reputation Agincourt Resources PT Martabe. *AURELLA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 356-365.

keberlanjutan perusahaan. Ketika operasi sebuah perusahaan berdampak pada dunia luar, akuntabilitas diperlukan. Ada berbagai fase yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik inisiatif CSR meningkatkan reputasi dan citra bisnis dalam hal: i. Akuntabilitas: menjamin tanggung jawab perusahaan atas tindakannya dan dedikasinya terhadap masalah lingkungan dan sosial; ii. Peningkatan Kinerja: dengan menilai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), bisnis dapat mengidentifikasi kekuatan dan area yang perlu dikembangkan, yang membantu mereka menyempurnakan taktik CSR mereka; iii. Kepercayaan Pemangku Kepentingan: Pelaporan kinerja CSR yang terbuka dan jujur membangun kepercayaan di antara pemangku kepentingan, termasuk klien, staf, investor, dan masyarakat umum.¹³

KESIMPULAN DAN SARAN

Seiring berkembangnya ekspektasi masyarakat dan pemangku kepentingan, CSR telah menjadi alat penting bagi perusahaan untuk menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis berkelanjutan dan bertanggung jawab. CSR tidak hanya membantu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga memperkuat hubungan dengan publik dan pemangku kepentingan. Perusahaan yang menjalankan CSR dengan baik mampu meningkatkan reputasi, membangun kepercayaan, dan mencapai keberlanjutan jangka panjang.

Perusahaan perlu melibatkan pemangku kepentingan secara aktif dalam perencanaan dan implementasi program CSR agar lebih relevan dan transparan. Selain itu, penting untuk meningkatkan kapasitas internal dan menggunakan teknologi untuk memperkuat akuntabilitas. Perusahaan juga sebaiknya memanfaatkan kolaborasi dengan pemerintah dan komunitas untuk mengatasi tantangan sosial secara efektif. Dengan mengukur dampak CSR secara konsisten, perusahaan dapat menyesuaikan strategi agar lebih adaptif dan berkelanjutan, sehingga memperkuat citra serta reputasi di era persaingan global ini. Memanfaatkan teknologi serta kolaborasi strategis, perusahaan dapat memperkuat citra dan reputasinya di mata publik.

¹³ Natari, S. U., & Sitio, N. M. (2023). Penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) PT Sahid Group. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 411-420.

DAFTAR REFERENSI

- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 2-3.
- Heriansyah, D. (2024). Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: Literatur Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5063-5064.
- Wuryan Andayani, T. S., Ikbali, M., Wuryantoro, M., & Sidarta, A. L. (2024). STUDI LITERATUR ASPEK EKONOMI, SOSIAL DAN LINGKUNGAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PT BUKIT ASAM TBK. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 184-185.
- Bayu Subekti and Nunung Parlinah, "SOCIAL RESPONSIBILITY PADA HUTAN TANAMAN INDUSTRI : SEBUAH ANALISIS YURIDIS (Opporrtunity and Challenge of Corporate Social Responsibility in Implementation on Forest Plantation Industries : A Judicial Analysis) ," *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan* 6, no. 2 (2009): 103–20.
- Retnaningsih, Hartini. "Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat." *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 6, no. 2 (2015): 177–88.
- Suastuti, Eny. "BEBERAPA KENDALA DALAM PENERAPAN CSR (ANALISIS PASAL 74 UUPt)." *Jurnal Ilmiah Penerapan CSR* 9 (2014): 1–20.
- Erbhasan, Resty Amanda, and Lucy Pujasari Supratman. "Tantangan Implementasi Corporate Social Responsibility Perusahaan Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2022." *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 22, no. 1 (2023): 166–77. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i1.3014>.
- Nopriyanto, Anjar. "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan." *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* 5, no. 2 (2024): 1–12. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>.
- Erbhasan, R. A., & Supratman, L. P. (2023). Tantangan Implementasi Corporate Social Responsibility Perusahaan Saat Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2022.
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1-12.
- LUTFIA, A., Amaluddin, A., & Muttaqin, A. (2021). Peran Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pt. Gunung Verbeck Karebbe Luwu Timur. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 2(2).
- Gultom, R. H., Matondang, K. A., Silalahi, S. M., & Sirait, J. A. (2024). Implementation of Corporate Social Responsibility and its Impact on the Company's Reputation Agincourt Resources PT Martabe. *AURELIA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 356-365.
- Natari, S. U., & Sitio, N. M. (2023). Penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) PT Sahid Group. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 411-420.