
Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility

Lusi Feronika Situmeang^{1✉}, Jesmelifa Putriani Bintang Pasaribu², Indah Eka Juliartha Lumbangaol³, Herlan Pranata Silitonga⁴, Hicca Maria Gandi Putri Aruan⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas HKBP Nommensen, Indonesia

Abstrak

Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan dua elemen strategis yang saling melengkapi dalam membentuk tata kelola perusahaan yang berkelanjutan dan beretika. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep, tujuan, manfaat, prinsip-prinsip utama, serta tantangan dalam implementasi GCG dan CSR di Indonesia. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka dan studi kasus pada PT PLN (Persero) dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Teknik analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola tematik dari dokumen, literatur, dan laporan perusahaan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi GCG dan CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan, memperkuat reputasi, dan menciptakan kepercayaan stakeholder. Namun, implementasinya masih menghadapi berbagai kendala, seperti lemahnya komitmen manajerial, minimnya pengawasan internal, serta anggapan bahwa CSR merupakan beban biaya. Oleh karena itu, integrasi GCG dan CSR harus menjadi bagian dari strategi perusahaan secara menyeluruh. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi manajer, regulator, dan akademisi dalam membangun model tata kelola dan tanggung jawab sosial yang efektif dan kontekstual di Indonesia.

Kata kunci: Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Tata Kelola, Keberlanjutan, Perusahaan Indonesia

Abstract

Good Corporate Governance (GCG) and Corporate Social Responsibility (CSR) are two complementary strategic elements in shaping sustainable and ethical corporate governance. This study aims to examine the concepts, objectives, benefits, main principles, and challenges in the implementation of GCG and CSR in Indonesia. The method used is descriptive qualitative with a literature review and case study approach on PT PLN (Persero) and PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Content analysis techniques were used to identify thematic patterns from relevant documents, literature, and company reports. The results of the study indicate that the integration of GCG and CSR can increase company value, strengthen reputation, and create stakeholder trust. However, its implementation still faces various challenges, such as weak managerial commitment, insufficient internal oversight, and the perception that CSR is a cost burden. Therefore, the integration of GCG and CSR must be an integral part of the company's overall strategy. This study provides important implications for managers, regulators, and academics in developing effective and contextually appropriate governance and social responsibility models in Indonesia.

Keywords: Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Governance, Sustainability, Indonesian Companies

Copyright (c) 2025 Lusi Feronika Situmeang

✉ Corresponding author :

Email Address : lusi.situmeang@student.uhn.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dunia usaha di era globalisasi telah membawa implikasi signifikan terhadap tata kelola perusahaan dan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat luas. Perusahaan kini tidak lagi hanya dinilai dari kinerja finansial semata,

melainkan juga dari bagaimana mereka menerapkan praktik bisnis yang etis, transparan, dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, dua pilar penting dalam manajemen bisnis modern – **Good Corporate Governance (GCG)** dan **Corporate Social Responsibility (CSR)** – menjadi sangat strategis dalam menciptakan nilai jangka panjang dan meningkatkan keberlanjutan perusahaan.

Penerapan GCG yang mencakup prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, serta kesetaraan dan kewajiban, diyakini mampu memperkuat integritas manajemen perusahaan, mencegah praktik korupsi, serta meningkatkan kepercayaan investor dan publik. Di sisi lain, CSR berperan dalam memperluas kontribusi perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan melalui program sosial yang terencana dan berkelanjutan. Keduanya tidak hanya berkontribusi terhadap reputasi dan legitimasi perusahaan, tetapi juga terhadap peningkatan loyalitas konsumen, daya tarik investor, dan nilai ekonomi perusahaan secara keseluruhan.

Namun demikian, implementasi GCG dan CSR dalam praktik bisnis di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Minimnya pemahaman manajerial, rendahnya komitmen terhadap etika bisnis, lemahnya pengawasan internal, serta persepsi bahwa CSR hanya merupakan beban biaya, menjadi penghambat utama bagi banyak perusahaan untuk menjalankan kedua konsep tersebut secara optimal. Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai sejauh mana perusahaan benar-benar memahami dan melaksanakan prinsip-prinsip GCG dan CSR sebagai bagian dari strategi bisnis yang terintegrasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif konsep, prinsip, manfaat, serta tantangan dalam penerapan Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility di lingkungan bisnis Indonesia. Selain itu, artikel ini juga akan mengeksplorasi contoh nyata implementasi kedua konsep tersebut sebagai upaya memberikan gambaran empirik yang relevan bagi akademisi dan praktisi. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam penguatan tata kelola perusahaan yang bertanggung jawab dan berorientasi pada keberlanjutan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai konsep, penerapan, serta tantangan dalam implementasi Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji fenomena sosial dan praktik bisnis yang bersifat kompleks dan kontekstual (Creswell & Poth, 2018). Sumber data utama dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur yang mencakup jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku-buku akademik, regulasi pemerintah terkait tata kelola perusahaan dan tanggung jawab sosial, serta dokumen perusahaan yang memuat laporan tahunan dan laporan keberlanjutan (Zed, 2004).

Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan teknik analisis isi (*content analysis*), yang bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema utama, prinsip-prinsip penting, serta hubungan antar variabel konseptual yang berkaitan dengan GCG dan CSR (Krippendorff, 2018). Analisis dilakukan dengan menelaah data secara sistematis, mengevaluasi kesesuaian teori dengan praktik, dan membandingkan temuan empiris dari berbagai sumber. Studi kasus pada PT PLN (Persero) dan PT Indofood CBP Sukses Makmur

Tbk digunakan untuk memberikan gambaran nyata mengenai penerapan GCG dan CSR di sektor industri Indonesia, sesuai dengan pendekatan *purposive sampling* dalam studi kualitatif (Patton, 2015). Keabsahan data diperkuat dengan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan berbagai dokumen dan referensi yang relevan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan objektif terhadap permasalahan yang diteliti (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Good Corporate Governance

Good Corporate Governance adalah konsep untuk peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap stakeholder dengan mendasarkan pada kerangka peraturan (Tjondro & Wilopo, 2011).

Menurut Alkhairani et al. (2020) Good Corporate Governance (GCG) adalah Struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan moral, etika, budaya dan aturan yang berlaku.

Menurut Setiorini et al. (2022) Good Corporate Governance (GCG) adalah prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggung jawabannya kepada para shareholders khususnya dan stakeholders pada umumnya.

Pemahaman Corporate Social Responsibility dalam Konteks Praktik Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk komitmen strategis perusahaan terhadap pembangunan sosial dan pelestarian lingkungan, dilakukan secara sukarela melebihi tuntutan hukum formal. CSR berakar pada prinsip tanggung jawab etis perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sebagai bagian integral dari aktivitas bisnisnya (Zarefar & Sawarjuwono, 2021; Alkhairani et al., 2020). Dalam pelaksanaannya, CSR mendorong perusahaan untuk secara aktif menyelaraskan kepentingan bisnis dengan kepentingan sosial, melalui program-program berkelanjutan yang mencerminkan nilai perusahaan.

Temuan ini diperkuat oleh Maignan dan Ferrell (2004), yang menunjukkan bahwa CSR yang terintegrasi dalam proses bisnis berdampak pada peningkatan loyalitas stakeholder dan penguatan legitimasi sosial. Selain itu, Jamali & Mirshak (2007) mengidentifikasi bahwa CSR mampu menurunkan risiko reputasi dan meningkatkan resiliensi perusahaan dalam menghadapi dinamika sosial. Oleh karena itu, CSR telah bergeser dari pendekatan filantropis menjadi komponen kunci dalam strategi keberlanjutan perusahaan di berbagai sektor.

Tujuan dan Manfaat Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) bertujuan untuk menciptakan sistem tata kelola yang menjamin perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas manajemen.

Emirzon (2006) menekankan bahwa GCG tidak hanya menjaga kepatuhan terhadap norma dan hukum, tetapi juga membangun kepercayaan investor melalui peningkatan kualitas pengambilan keputusan manajerial.

GCG juga membawa manfaat nyata, seperti peningkatan nilai perusahaan, pengendalian risiko internal, efisiensi operasional, dan kemudahan akses terhadap pendanaan eksternal (Dwiridotjahjono, 2009; Effendi, 2016). Studi Claessens & Yurtoglu (2013) menyatakan bahwa negara berkembang yang berhasil mengimplementasikan GCG secara efektif menunjukkan lonjakan dalam arus investasi asing serta stabilitas pasar modal. Hal ini menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing korporasi secara global.

Tujuan dan Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)

Tujuan utama CSR adalah membangun harmonisasi antara perusahaan dan lingkungan sosialnya, melalui partisipasi aktif dalam penyelesaian isu-isu sosial seperti pendidikan, kesehatan, dan pembangunan ekonomi masyarakat. CSR juga bertujuan meningkatkan reputasi, memperluas jaringan mitra strategis, serta memperkuat legitimasi perusahaan di mata publik (Sopyan, 2014). CSR yang efektif dapat menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas konsumen serta mitra bisnis, sekaligus memperkecil risiko konflik sosial.

Manfaat CSR juga telah dibuktikan dalam studi Lee (2008) dan Carroll & Shabana (2010), yang menyatakan bahwa perusahaan dengan reputasi CSR yang kuat lebih kompetitif, lebih mudah menarik investor, serta memiliki mitigasi risiko sosial yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa CSR bukan hanya alat relasional dengan masyarakat, tetapi juga instrumen manajemen risiko dan investasi jangka panjang.

Prinsip Utama dalam Good Corporate Governance dan CSR

Prinsip-prinsip GCG sebagaimana dirumuskan oleh Hediono & Prasetyaningsih (2019) terdiri dari transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, dan keadilan. Kelima prinsip ini berfungsi sebagai fondasi etika manajerial dan kerangka pengambilan keputusan yang menjamin integritas perusahaan. Penerapannya mendukung penciptaan sistem yang mampu meminimalkan konflik kepentingan dan meningkatkan efisiensi organisasi.

Sebaliknya, CSR berdasarkan ISO 26000 (2010) dalam Narang & Oktavian (2022) menekankan tujuh prinsip utama: akuntabilitas, transparansi, etika, penghormatan terhadap hak asasi manusia, ketaatan hukum, norma internasional, dan penghargaan atas kepentingan stakeholder. Penelitian Carroll & Shabana (2010) menyimpulkan bahwa prinsip-prinsip tersebut menjadi landasan legitimasi sosial perusahaan. Apabila diinternalisasi ke dalam budaya organisasi, prinsip-prinsip ini memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan jangka panjang yang konstruktif dan produktif dengan berbagai pihak.

Tantangan dan Strategi dalam Implementasi Good Corporate Governance

Penerapan GCG di Indonesia masih menghadapi hambatan signifikan, antara lain lemahnya sanksi hukum, dominasi budaya nepotisme, serta intervensi politik dalam pengelolaan BUMN (Dwiridotjahjono, 2009). Studi Rahmawati et al. (2017) menegaskan bahwa minimnya indeks integritas dalam perusahaan negara berdampak pada rendahnya

efisiensi dan akuntabilitas. Tantangan ini menyebabkan implementasi prinsip GCG menjadi simbolis dan tidak fungsional.

Untuk mengatasi kendala tersebut, strategi yang dapat dilakukan meliputi penguatan struktur dewan komisaris independen, peningkatan transparansi dalam proses rekrutmen manajemen, serta audit kinerja berbasis objektivitas. International Finance Corporation (IFC, 2018) menekankan pentingnya pengawasan oleh komite audit independen untuk menjaga integritas tata kelola dan mendeteksi penyimpangan sejak dini. Penerapan pelatihan dan sertifikasi etika bagi pengambil keputusan juga menjadi instrumen penting dalam membentuk budaya tata kelola yang profesional.

Tantangan dan Strategi dalam Implementasi Corporate Social Responsibility

CSR juga menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal ketiadaan kerangka kerja yang baku, kurangnya transparansi dalam pelaporan, serta tekanan internal untuk mengejar target finansial jangka pendek. Seperti yang ditunjukkan oleh Jamali & Mirshak (2007), banyak perusahaan di negara berkembang masih melihat CSR sebagai beban biaya, bukan sebagai investasi strategis.

Strategi penguatan CSR mencakup adopsi model Triple Bottom Line (People, Planet, Profit) dan penerapan Sustainability Balanced Scorecard untuk merancang dan mengukur inisiatif sosial secara terstruktur. Selain itu, pelaporan Environmental, Social, and Governance (ESG) yang dilengkapi dengan jaminan independen dari pihak ketiga menjadi alat penting untuk meningkatkan akuntabilitas. Porter & Kramer (2011) juga mengusulkan pendekatan *Creating Shared Value* (CSV), di mana CSR bukan sekadar tanggung jawab, tetapi sumber inovasi dan keunggulan kompetitif yang menguntungkan perusahaan dan masyarakat secara simultan.

Contoh Nyata Penerapan GCG dan CSR

Penerapan GCG oleh PT PLN (Persero)

PT PLN (Persero) menerapkan GCG berdasarkan Peraturan Menteri BUMN No. PER-01/MBU/2011. Perusahaan ini telah mengembangkan sistem pengawasan internal dan audit berbasis risiko, serta melakukan pelaporan keuangan dan operasional yang transparan. Rahmawati et al. (2017) menekankan bahwa implementasi GCG yang solid pada PLN meningkatkan resiliensi perusahaan terhadap tekanan eksternal dan perubahan kebijakan regulasi, serta memperkuat kepercayaan investor.

Penerapan CSR oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

PT Indofood CBP menunjukkan praktik CSR yang komprehensif melalui tiga pilar utama: pendidikan, kesejahteraan masyarakat, dan pelestarian lingkungan. Program Indofood Riset Nugraha (IRN), pelatihan masyarakat sekitar, serta komitmen pada pengurangan dampak lingkungan menjadi bukti konsistensi perusahaan dalam pelaksanaan CSR. Felisha (2022) mencatat bahwa program-program tersebut meningkatkan brand equity dan preferensi konsumen. Hal ini juga didukung oleh Ghazali (2007), yang menunjukkan bahwa keterlibatan sosial perusahaan berkorelasi positif dengan peningkatan citra dan kepercayaan publik.

SIMPULAN

Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan dua pilar utama dalam dunia bisnis modern yang memiliki keterkaitan erat dalam menciptakan keberlanjutan perusahaan. GCG berfungsi sebagai sistem tata kelola yang mengedepankan prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, dan keadilan, yang bertujuan untuk meningkatkan integritas, efisiensi, serta kepercayaan pemangku kepentingan. Di sisi lain, CSR menjadi wujud nyata tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, dengan fokus pada program-program pembangunan berkelanjutan yang berdampak luas secara sosial dan ekologis.

Sinergi antara GCG dan CSR terbukti mampu memperkuat struktur internal perusahaan sekaligus membangun reputasi yang positif di mata publik. Ketika keduanya diterapkan secara simultan, perusahaan tidak hanya akan mendapatkan loyalitas konsumen dan kepercayaan investor, tetapi juga mampu meminimalkan risiko bisnis dan meraih keunggulan kompetitif. Dalam konteks bisnis global yang semakin kompleks dan kompetitif, integrasi GCG dan CSR tidak lagi menjadi pilihan, melainkan menjadi kebutuhan strategis untuk menjamin keberlanjutan jangka panjang.

Namun demikian, implementasi kedua konsep ini masih menghadapi berbagai tantangan, mulai dari kurangnya komitmen manajemen puncak, lemahnya pengawasan internal, hingga keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran. Pandangan sempit bahwa CSR hanya merupakan beban biaya masih menjadi hambatan di berbagai sektor. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman, komitmen, dan dukungan dari seluruh elemen perusahaan sangat diperlukan agar GCG dan CSR dapat dijalankan secara efektif dan berkelanjutan.

Bagi perusahaan, penerapan GCG dan CSR hendaknya tidak hanya dipandang sebagai kewajiban formal, melainkan sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang yang berorientasi pada nilai dan keberlanjutan. Perusahaan perlu membangun sistem tata kelola yang transparan dan akuntabel, sembari mengembangkan program CSR yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan mengintegrasikan GCG dan CSR ke dalam visi, misi, dan operasional perusahaan, maka manfaat seperti peningkatan reputasi, loyalitas pelanggan, kemudahan akses pendanaan, serta keberlanjutan bisnis dapat tercapai secara optimal. Keberhasilan dalam penerapan kedua konsep ini juga akan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap nilai moral dan etika bisnis yang berkelanjutan.

Sementara itu, bagi mahasiswa khususnya di bidang akuntansi, manajemen, dan bisnis, penting untuk memahami konsep dan implementasi GCG serta CSR sebagai bagian dari pembentukan karakter profesional yang beretika. Mahasiswa perlu menyadari bahwa keberhasilan suatu organisasi tidak hanya diukur dari laba semata, tetapi juga dari kontribusinya terhadap masyarakat dan lingkungan. Pemahaman teori yang kuat dan keterampilan analitis dalam melihat praktik GCG dan CSR akan menjadi bekal berharga dalam menghadapi tantangan dunia kerja, serta mendorong mahasiswa untuk berperan aktif dalam mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di masa depan.

Referensi:

- Agustin Teras Narang, & Daniel Pradina Oktavian. (2022). Partisipasi Masyarakat Dalam Program Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Menurut Perspektif Iso 26000. *Jurnal Hukum To-Ra : Hukum Untuk Mengatur Dan Melindungi Masyarakat*, 8(3), 374–385. <https://doi.org/10.55809/tora.v8i3.157>
- Alkhairani, Kamaliah, & Rokhmawati, A. (2020). Analisis Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 31(1), 10–25.
- Annisa Siregar, N., Purba, R., Maysarah, S., & Nanda Rayani Sinuhaji, T. (2023). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program *Corporate Social Responsibility*. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 2623–2630. <https://jim.usk.ac.id/sejarah>
- Alkhairani, R., Mahfud, M. K., & Sudarmiatin, S. (2020). Corporate social responsibility dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 654–662.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Claessens, S., & Yurtoglu, B. B. (2013). Corporate governance in emerging markets: A survey. *Emerging Markets Review*, 15, 1–33. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2012.03.002>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dwiridotjahjono, J. (2009). Penerapan *Good Corporate Governance* : Manfaat Dan Tantangan Serta Kesempatan Bagi Perusahaan Publik Di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar*, 5(2), 101–112.
- Emirzon, J. (2006). Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance* Pada Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*, 4(8).
- Effendi, M. A. (2016). *The power of good corporate governance: Teori dan implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Emirzon, J. (2006). *Prinsip-prinsip good corporate governance: Suatu kajian teori dan praktik*. Yogyakarta: Genta Publishing.
- Felisha, R. (2022). Analisis penerapan corporate social responsibility pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 45–53.
- Ghazali, N. A. M. (2007). Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: Some Malaysian evidence. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 7(3), 251–266. <https://doi.org/10.1108/14720700710756535>
- Hediono, H., & Prasetyaningsih, D. (2019). Implementasi prinsip-prinsip good corporate governance pada perusahaan publik. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(2), 347–359.
- International Finance Corporation (IFC). (2018). *Corporate governance: A toolkit for small and medium enterprises*. Washington, DC: The World Bank Group.
- ISO. (2010). *ISO 26000: Guidance on social responsibility*. Geneva: International Organization for Standardization.
- Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243–262. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9168-4>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Lee, M.-D. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53–73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x>

- Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2004). Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 3–19. <https://doi.org/10.1177/0092070303258971>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Narang, A. T., & Oktavian, D. P. (2022). Implementasi ISO 26000 dalam program CSR perusahaan di Indonesia. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 9(1), 15–25.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). SAGE Publications.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value: How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Rahmawati, Y., Putri, E. R., & Kurniasih, L. (2017). Pengaruh good corporate governance terhadap efisiensi operasional BUMN di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 32(3), 190–200.
- Setiorini, K. R., Fidayanti, F., Kalbuana, N., & Cakranegara, P. A. (2022). Pengaruh Leverage sebagai Pemoderasi Hubungan GCG, CSR dan Agresivitas Pajak terhadap Financial Distress pada Perusahaan Perbankan Syariah di Indonesia. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 194–202. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1750>
- Sopyan, R. (2014). *Corporate social responsibility: Tanggung jawab sosial perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan*. Bandung: Alfabeta.
- Tjondro, D., & Wilopo, R. (2011). Pengaruh Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Profitabilitas Dan Kinerja Saham Perusahaan Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Business and Banking*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.14414/jbb.v1i1.148>
- World Bank. (2020). *Worldwide governance indicators*. <https://info.worldbank.org/governance/wgi/>
- Zarefar, A., & Sawarjuwono, T. (2021). Corporate social responsibility sebagai strategi perusahaan dalam mewujudkan bisnis berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(1), 112–123.
- Zed, M. (2004). *Metode penelitian kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.