
Good Corporate Governance & Corporate Social Responsibility

Rista Sianturi^{1✉}, Muliono Stephen Sormin², David Purba³, Hicca Maria Gandi Putri Aruan⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas HKBP Nommensen, Indonesia

Abstrak

Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan dua konsep kunci dalam pengelolaan perusahaan modern yang berorientasi pada keberlanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pengertian, prinsip-prinsip dasar, bentuk penerapan, serta hubungan antara GCG dan CSR dalam konteks perusahaan di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi pustaka, data dikumpulkan dari literatur ilmiah, laporan tahunan perusahaan, regulasi nasional, serta dokumen kebijakan CSR dan GCG. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan GCG melalui prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan dapat memperkuat kredibilitas serta efektivitas pelaksanaan CSR. Sebaliknya, pelaksanaan CSR yang terencana dan sesuai kebutuhan masyarakat dapat menjadi manifestasi konkret dari nilai-nilai GCG. Meskipun implementasi keduanya masih menghadapi tantangan seperti lemahnya regulasi, keterbatasan sumber daya, dan rendahnya partisipasi pemangku kepentingan, integrasi GCG dan CSR secara konsisten mampu meningkatkan reputasi, kinerja, dan legitimasi sosial perusahaan. Penelitian ini merekomendasikan penguatan internalisasi nilai GCG dan CSR, pembentukan sistem tata kelola yang akuntabel, serta kolaborasi multi-pihak dalam mendorong keberlanjutan korporasi.

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

Abstract

Good Corporate Governance (GCG) and Corporate Social Responsibility (CSR) are two key concepts in modern sustainability-oriented corporate management. This study aims to examine in depth the meaning, basic principles, forms of implementation, and relationship between GCG and CSR in the context of companies in Indonesia. Using a descriptive qualitative approach and literature review method, data was collected from scientific literature, company annual reports, national regulations, and CSR and GCG policy documents. The analysis results indicate that the implementation of GCG through the principles of transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness can strengthen the credibility and effectiveness of CSR implementation. Conversely, the implementation of CSR that is well-planned and tailored to community needs can serve as a concrete manifestation of GCG values. Although the implementation of both still faces challenges such as weak regulations, limited resources, and low stakeholder participation, the consistent integration of GCG and CSR can enhance a company's reputation, performance, and social legitimacy. This study recommends strengthening the internalisation of GCG and CSR values, establishing an accountable governance system, and multi-stakeholder collaboration in promoting corporate sustainability.

Keywords: Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Sustainability, Governance, Corporate Reputation

Copyright (c) 2025 David Purba

✉ Corresponding author :

Email Address : rista.sianturi@student.uhn.ac.id

PENDAHULUAN

Di tengah dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif, perusahaan dituntut untuk tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga pada praktik tata kelola yang baik dan bertanggung jawab terhadap lingkungan serta masyarakat. Konsep *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi dua pendekatan strategis yang krusial dalam menjawab tuntutan tersebut. GCG merupakan sistem tata kelola perusahaan yang menjamin terwujudnya prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan keadilan dalam setiap pengambilan keputusan korporat (KNKG, 2006). Sementara itu, CSR merupakan wujud komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, melalui tindakan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan (Carroll & Shabana, 2010).

Keterkaitan antara GCG dan CSR menunjukkan bahwa tata kelola yang baik menjadi fondasi utama dalam perumusan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Implementasi yang sinergis antara GCG dan CSR tidak hanya menciptakan nilai ekonomi bagi perusahaan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat luas dan kelestarian lingkungan. Hal ini sejalan dengan paradigma *stakeholder theory* dan *triple bottom line*, di mana keberhasilan perusahaan ditentukan oleh keseimbangan antara keuntungan ekonomi (*profit*), keberpihakan pada masyarakat (*people*), dan kepedulian terhadap lingkungan (*planet*) (Elkington, 1997).

Namun demikian, penerapan GCG dan CSR tidak terlepas dari berbagai tantangan, baik yang bersifat internal seperti resistensi budaya organisasi, keterbatasan sumber daya, hingga tantangan eksternal berupa tekanan regulasi dan ekspektasi pemangku kepentingan yang semakin tinggi. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai prinsip dasar GCG dan dimensi utama CSR menjadi penting untuk memastikan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi jangka pendek, melainkan juga menjadikan keberlanjutan sebagai inti dari strategi bisnisnya.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara konseptual dan praktis mengenai pengertian, prinsip, serta implementasi GCG dan CSR. Lebih jauh lagi, artikel ini menganalisis keterkaitan antara keduanya dalam praktik bisnis serta mengidentifikasi manfaat dan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menerapkannya. Dengan demikian, tulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam penguatan tata kelola dan tanggung jawab sosial perusahaan menuju pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Kajian Pustaka

Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep yang menempatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bagian integral dari strategi dan operasional perusahaan. Wahyudi (2008) mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya melalui kebijakan dan tindakan yang mempertimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) serta lingkungan sekitar, dengan tetap berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku. Dengan demikian, CSR tidak hanya dipahami sebagai aktivitas filantropi semata, melainkan sebagai bentuk tanggung

jawab korporasi terhadap dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat dan lingkungan.

Dalam konteks bisnis modern, CSR telah berevolusi menjadi alat strategis untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Perusahaan tidak lagi hanya mengejar *profit maximization*, tetapi juga *value creation* bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Oleh sebab itu, CSR berperan sebagai jembatan antara perusahaan dan komunitas eksternal dalam membangun legitimasi sosial (*social license to operate*).

Bentuk-Bentuk Pelaksanaan CSR

Bentuk implementasi CSR dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama: sosial, lingkungan, dan ekonomi. Pertama, **CSR Sosial** merupakan bentuk tanggung jawab yang berfokus pada kesejahteraan sosial masyarakat, seperti melalui pemberian beasiswa, bantuan korban bencana, program kesehatan gratis, dan pelatihan keterampilan masyarakat (Wahyudi, 2008). Kedua, **CSR Lingkungan** menitikberatkan pada upaya pelestarian lingkungan hidup, antara lain melalui kegiatan penghijauan, daur ulang limbah, pengurangan emisi karbon, dan penggunaan energi terbarukan. Ketiga, **CSR Ekonomi** berkaitan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat, seperti pengembangan usaha mikro dan kecil (UMKM), kemitraan usaha, serta pembangunan infrastruktur lokal yang dapat menunjang pertumbuhan ekonomi kawasan (Syaffudin & Suryanto, 2016).

Klasifikasi ini menunjukkan bahwa CSR bersifat multidimensional dan dapat disesuaikan dengan konteks lokal dan kapabilitas perusahaan. Semakin strategis bentuk kegiatan CSR, semakin besar pula dampak positifnya terhadap reputasi dan keberlanjutan perusahaan.

Tujuan dan Manfaat Pelaksanaan CSR

CSR memiliki tujuan utama untuk membangun hubungan harmonis antara perusahaan, masyarakat, dan lingkungan, serta menjamin keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Menurut Syaffudin dan Suryanto (2016), CSR berperan dalam pembentukan manajemen risiko sosial, peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, dan pelestarian lingkungan. CSR juga mampu mencegah potensi konflik sosial yang dapat mengganggu operasional perusahaan.

Dari sisi manfaat, Syairozi (2019) mengemukakan bahwa CSR memberikan kontribusi signifikan terhadap reputasi, keberlanjutan, dan efisiensi operasional perusahaan. Beberapa manfaat konkret di antaranya: (1) membangun citra positif, (2) memperluas peluang bisnis, (3) memperkuat loyalitas pelanggan, (4) memudahkan akses pembiayaan, serta (5) menyederhanakan pengambilan keputusan strategis. Di luar aspek internal, CSR juga memberikan manfaat bagi masyarakat berupa penyelesaian masalah sosial seperti pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur publik, sekaligus mendukung upaya pemerintah dalam pembangunan berkelanjutan.

Hal ini memperkuat argumentasi bahwa CSR bukan hanya instrumen kepatuhan moral dan hukum, tetapi juga merupakan investasi jangka panjang yang mendukung stabilitas dan pertumbuhan perusahaan secara menyeluruh.

Hubungan antara GCG dan CSR

Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan dua elemen kunci dalam arsitektur perusahaan yang berorientasi pada keberlanjutan (*sustainable enterprise*). GCG mengatur tata kelola internal perusahaan agar berjalan secara etis, akuntabel, transparan, dan bertanggung jawab, sedangkan CSR mengatur relasi eksternal perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya (KNKG, 2006).

Hubungan antara GCG dan CSR bersifat saling melengkapi dan memperkuat. GCG tanpa CSR berisiko menjadikan perusahaan hanya berfokus pada pemenuhan aspek regulatif tanpa memperhatikan dampak eksternal. Sebaliknya, CSR tanpa fondasi GCG yang kuat berpotensi menjadi praktik pencitraan (*greenwashing*) yang tidak memiliki transparansi maupun akuntabilitas (Syairozi, 2019).

Secara praktik, CSR merupakan perwujudan dari prinsip-prinsip utama GCG, khususnya transparansi (*transparency*), tanggung jawab (*responsibility*), dan perhatian terhadap kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder orientation*). Pelaporan CSR dalam *sustainability report* atau *annual report* juga mendukung prinsip *disclosure* dalam GCG, yang memperkuat akuntabilitas perusahaan terhadap publik.

Lebih jauh, penerapan GCG yang efektif akan mendorong keterlibatan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan, termasuk dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR. Dalam hal ini, CSR berfungsi sebagai sarana perusahaan untuk menjalankan mandat sosialnya dan memperluas legitimasi di mata publik, sementara GCG memastikan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial dilakukan secara sistematis, terukur, dan beretika.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengkaji secara mendalam konsep, praktik, serta hubungan antara *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam konteks perusahaan di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman kontekstual dan interpretatif terhadap fenomena sosial yang kompleks, termasuk dalam penerapan nilai-nilai tata kelola dan tanggung jawab sosial perusahaan (Creswell & Poth, 2018). Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka terhadap literatur ilmiah, laporan tahunan perusahaan, dokumen kebijakan CSR dan GCG, serta artikel jurnal nasional dan internasional yang relevan. Referensi utama mencakup regulasi nasional seperti Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, Pedoman Umum GCG oleh KNKG (2006), serta panduan CSR dari ISO 26000.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi terhadap berbagai sumber tertulis seperti buku, artikel jurnal ilmiah, *sustainability report*, *annual report*, dan hasil penelitian terdahulu. Literatur dipilih berdasarkan relevansi dan keterkinian informasi, dengan prioritas pada publikasi terindeks dan dokumen resmi yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data dianggap efektif dalam menggali teori, praktik, serta tantangan dan manfaat implementasi GCG dan CSR secara komprehensif (Bowen, 2009).

Seluruh data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode *content analysis* atau analisis isi. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi,

mengklasifikasikan, dan menafsirkan konten dari dokumen-dokumen yang dikaji guna menemukan pola tematik, makna mendalam, serta relasi antar konsep utama yang diteliti, seperti prinsip-prinsip GCG, bentuk dan tujuan CSR, serta keterkaitan antara keduanya. Validitas data diperkuat melalui teknik triangulasi sumber serta kajian literatur mendalam sebagai kontrol keabsahan (Krippendorff, 2018; Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Penelitian ini dilakukan dalam bentuk *desk research* tanpa lokasi fisik tertentu, dengan fokus pada perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan praktik GCG dan CSR di Indonesia. Kegiatan penelitian berlangsung dari bulan Februari hingga Juni 2025, meliputi tahap pengumpulan data, analisis literatur, dan penyusunan artikel ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Good Corporate Governance dalam Perusahaan

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam perusahaan merupakan strategi fundamental untuk menciptakan tata kelola yang profesional, transparan, dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip utama GCG, sebagaimana dirumuskan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG), meliputi transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kesetaraan/fairness. Implementasi prinsip-prinsip tersebut diwujudkan dalam berbagai bentuk kebijakan dan struktur organisasi, seperti kode etik perusahaan, sistem manajemen risiko, pembentukan komite audit, serta keterlibatan pihak independen dalam dewan komisaris dan direksi.

Kode etik korporat berfungsi sebagai pedoman etis bagi seluruh elemen perusahaan dalam menghindari konflik kepentingan, praktik korupsi, dan nepotisme. Selain itu, sistem manajemen risiko diterapkan untuk mengidentifikasi dan mengelola potensi risiko bisnis yang dapat mengancam keberlanjutan perusahaan. Dalam konteks pengawasan, pembentukan satuan pengawasan internal dan komite audit berperan memastikan kepatuhan terhadap peraturan serta efektivitas operasional. Pelibatan komisaris independen juga penting untuk menjamin objektivitas dalam pengambilan keputusan strategis. Evaluasi dan pelaporan secara berkala terhadap implementasi GCG menjadi kunci dalam perbaikan berkelanjutan serta penyesuaian terhadap dinamika bisnis dan regulasi.

Kendala dan Tantangan dalam Penerapan GCG

Meskipun urgensi GCG telah banyak disuarakan, implementasinya di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala struktural dan kultural. Pertama, budaya perusahaan yang masih kental dengan praktik patronase dan relasi personal menghambat internalisasi nilai-nilai GCG. Resistensi terhadap transparansi dan akuntabilitas menjadi tantangan utama dalam mendorong budaya organisasi yang sehat.

Kedua, komitmen manajemen terhadap GCG sering kali bersifat formalitas belaka, terutama di perusahaan skala kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan sumber daya manusia dan finansial untuk menyusun sistem pengawasan yang efektif. Ketiga, struktur kepemilikan perusahaan yang didominasi oleh pemegang saham mayoritas juga memperlemah perlindungan bagi pemegang saham minoritas. Fungsi dan efektivitas dewan komisaris serta komite audit belum optimal, terutama pada perusahaan yang menerapkan sistem *one-tier board* yang mengaburkan pemisahan antara fungsi eksekutif dan pengawasan.

Keempat, lemahnya regulasi dan penegakan hukum turut memperburuk iklim tata kelola perusahaan. Pengawasan yang tidak konsisten dan korupsi di lembaga pengatur menurunkan kepercayaan publik terhadap sistem tata kelola. Terakhir, pada perusahaan milik negara (BUMN), intervensi politik dalam pengangkatan pejabat manajerial menciptakan konflik kepentingan yang merusak independensi dan profesionalisme manajemen.

Penerapan Corporate Social Responsibility dalam Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi elemen penting dalam praktik bisnis yang berkelanjutan. Penerapan CSR mencakup tiga ranah utama, yakni sosial, lingkungan, dan ekonomi. Contoh kegiatan CSR yang sering dijalankan di Indonesia meliputi program konservasi lingkungan seperti penanaman pohon, pemberian beasiswa dan bantuan pendidikan, pelatihan kewirausahaan untuk masyarakat sekitar, serta pelayanan kesehatan gratis di daerah terpencil.

Praktik-praktik tersebut tidak hanya mencerminkan kepedulian sosial perusahaan, tetapi juga merupakan investasi jangka panjang dalam membangun relasi yang harmonis dengan masyarakat serta memperkuat legitimasi sosial perusahaan. CSR yang dijalankan secara strategis dapat meningkatkan loyalitas konsumen, memperkuat reputasi merek, serta menciptakan iklim usaha yang kondusif.

Kendala dan Tantangan dalam Penerapan CSR

Di sisi lain, penerapan CSR tidak lepas dari tantangan serius. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran perusahaan terhadap pentingnya CSR sebagai bagian dari strategi bisnis. Banyak perusahaan, terutama UMKM, masih menganggap CSR sebagai beban tambahan, bukan sebagai investasi sosial. Keterbatasan anggaran juga menjadi faktor penghambat, terutama dalam kondisi ekonomi yang fluktuatif.

Selanjutnya, meskipun regulasi seperti UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 mewajibkan pelaksanaan CSR untuk perusahaan tertentu, lemahnya penegakan hukum dan minimnya sanksi menyebabkan implementasi CSR bersifat sporadis dan tidak konsisten. Tidak adanya standar pelaksanaan CSR yang seragam juga menyulitkan evaluasi dan pelaporan, serta membuka ruang bagi praktik *greenwashing*.

Keterlibatan pemangku kepentingan yang rendah juga mengurangi efektivitas program CSR. Ketika masyarakat lokal tidak dilibatkan dalam perencanaan dan pelaksanaan program, maka kegiatan CSR cenderung tidak tepat sasaran dan tidak berkelanjutan. Selain itu, beberapa perusahaan menjadikan CSR hanya sebagai strategi pemasaran atau pencitraan, tanpa kontribusi nyata bagi lingkungan atau masyarakat.

Manfaat Penerapan GCG dan CSR secara Terintegrasi

Penerapan GCG dan CSR secara terintegrasi merupakan pendekatan strategis dalam mewujudkan keberlanjutan bisnis jangka panjang. Sinergi antara GCG dan CSR memberikan manfaat yang signifikan, baik dari aspek internal perusahaan maupun eksternal. Dari sisi internal, penerapan prinsip GCG memperkuat sistem tata kelola dan pengambilan keputusan, sementara CSR memperluas legitimasi sosial perusahaan melalui kontribusi nyata kepada masyarakat.

Perusahaan yang menerapkan GCG dan CSR secara konsisten cenderung memiliki tingkat kepercayaan investor yang lebih tinggi, reputasi yang lebih positif, serta daya tahan

yang lebih kuat dalam menghadapi krisis. Kinerja keuangan dan non-keuangan juga meningkat seiring dengan penguatan hubungan dengan para pemangku kepentingan. Secara makro, integrasi GCG dan CSR mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya dalam aspek keadilan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan sosial.

SIMPULAN

Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan dua pilar utama dalam pengelolaan perusahaan modern yang berorientasi pada keberlanjutan dan nilai etis. GCG menyediakan kerangka tata kelola yang menjamin transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan, sedangkan CSR mencerminkan komitmen perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan sebagai bagian dari tanggung jawab kolektif terhadap masyarakat. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penerapan GCG dan CSR secara terintegrasi memberikan dampak positif terhadap reputasi, kinerja, dan keberlanjutan perusahaan. Namun demikian, tantangan implementasi masih cukup signifikan, seperti budaya organisasi yang belum kondusif, keterbatasan sumber daya, lemahnya regulasi, dan minimnya partisipasi pemangku kepentingan. Oleh karena itu, diperlukan strategi konkret seperti internalisasi nilai-nilai GCG dan CSR melalui pelatihan berkala, penguatan sistem pengawasan internal dan struktur tata kelola yang transparan, penyusunan program CSR berbasis *stakeholder mapping* dan *need assessment*, serta kolaborasi antara pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat sipil. Di samping itu, regulasi terkait GCG dan CSR perlu dievaluasi dan diperkuat, termasuk mekanisme audit dan pelaporan keberlanjutan, guna mencegah praktik formalitas dan pencitraan belaka. Melalui pendekatan yang strategis dan berkelanjutan tersebut, perusahaan akan mampu membangun legitimasi sosial yang kuat, meningkatkan daya saing, serta menciptakan fondasi bisnis yang tangguh dan bertanggung jawab di tengah dinamika global yang terus berkembang.

Referensi :

- Aras, G. (2018). Tata kelola lembaga keuangan. *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.33>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.
- Herdani, E. F., & Kurniawati, R. (2022). Analisis pengaruh Good Corporate Governance dan intellectual capital terhadap nilai perusahaan IDXESGL30. *Ilmu dan Budaya*, 43(1), 1–16.
- KNKG. (2006). *Pedoman GCG dan implementasinya*. Jakarta: Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG).
- KNKG. (2006). *Pedoman umum Good Corporate Governance Indonesia*. Komite Nasional Kebijakan Governance. <https://ecae.ac.id/wp-content/uploads/2017/12/Pedoman-GCG-KNKG-2006.pdf>

- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Maf'ulla, A. A., & Rachmawati, I. I. (2024). Tinjauan pustaka: Analisis manfaat penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap citra perusahaan pertambangan. *Jurnal Kewirausahaan Manajemen dan Inovasi (JMIE)*, 1(2), 62-75.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Munawaroh, M. (2019). *Tinjauan hukum Islam dan hukum positif terhadap implementasi Corporate Social Responsibility perusahaan PT. Gold Coin Specialties Desa Sukanegara Kec. Tanjung Bintang Lampung Selatan* (Disertasi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Sari, I. P. (2021). Penerapan tata kelola perusahaan terhadap kinerja perusahaan. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 4(1), 90-97.
- Syaffudin, & Suryanto. (2016). *Pengembangan strategi CSR dan GCG untuk perusahaan berkelanjutan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Syaffudin, M., & Suryanto, D. (2016). *Manajemen CSR dan pembangunan berkelanjutan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Syairozi, A. (2019). *Corporate Social Responsibility: Konsep dan aplikasi pada perusahaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2007). *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106*.
- Wahyudi, S. (2008). *Corporate governance: Kajian etika dan tata kelola perusahaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.