

PENGARUH IMPLEMENTASI STRATEGI MANAJEMEN *STAKEHOLDER* TERHADAP *STAKEHOLDER ENGAGEMENT* PADA PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* PT. INDONESIA COMNETS PLUS (ICON+)

Alifa Qisthy Ainayya, Choiria Anggraini

Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

Email: alifaqisthy456@gmail.com, Choiriaanggraini@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini memiliki fokus penelitian untuk dapat mengetahui pengaruh implementasi strategi manajemen *stakeholder* terhadap *stakeholder engagement* pada program *corporate social responsibility CSR* PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan beberapa pengaruh yang terjadi pada manajemen *stakeholder* pada *stakeholder engagement*. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, dengan Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif. Sampel yang diambil dengan teknik *random sampling* dengan jumlah keseluruhan responden sebanyak 100 orang *stakeholder*. Selanjutnya, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Sehingga berdasarkan hasil pengujian dari hipotesis uji T adalah pengaruh variabel X yaitu manajemen *stakeholder*. Sedangkan variabel Y yaitu *stakeholder engagement*. Hasil dari penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa implementasi strategi manajemen *stakeholder* dapat meningkatkan *stakeholder engagement* perusahaan.

Kata Kunci: manajemen *stakeholder*, *stakeholder engagement*, *corporate social responsibility*

Abstract

This study has a research focus to be able to determine the effect of the implementation of stakeholder management strategies on stakeholder engagement in the corporate social responsibility CSR program of PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+). The purpose of this study is to describe some of the effects that occur on stakeholder management on stakeholder engagement. This research is a research that uses quantitative methods, with the data analysis technique used in this research is descriptive analysis. Samples were taken by random sampling technique with a total number of respondents as many as 100 stakeholders. Furthermore, the data analysis technique used in this study is simple linear regression. So based on the test results of the T test hypothesis is the influence of variable X, namely stakeholder management. While the Y variable is stakeholder engagement.

Keywords: *Stakeholder Management, Stakeholder Engagement, Corporate Social Responsibility*

Pendahuluan

Perkembangan zaman yang terus berkembang mempengaruhi lingkungan, masyarakat dan pemanasan global. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk memberikan rasa peduli terhadap lingkungan dan masyarakat dalam mengatasi masalah tersebut. Seperti yang dikatakan oleh (Lako, 2018) perusahaan didorong untuk mengartikulasikan serta mengintegrasikan visi, tujuan, sasaran dan lingkungan mereka secara berkelanjutan. Tanggung jawab ini dimasukkan dan diimplementasikan dalam tanggung jawab social perusahaan (*CSR*). Praktik *CSR* yang baik dapat membantu perusahaan melakukan peningkatan reputasi, citra dan nilai perusahaan, meningkatkan kemakmuran sosial, serta melakukan pelestarian lingkungan tempat perusahaan beroperasi.

Menurut Hartman (Widenta, 2011), *CSR* adalah tanggung jawab industri terhadap para pihak yang mempunyai kepentingan (*stakeholder*) dan terlibat dalam kegiatannya. Sehingga, industri harus melaksanakan identifikasi *stakeholder* mereka serta mengintegrasikan keperluan maupun kepentingan mereka ke dalam proses untuk mengambil keputusan strategis perusahaan. Sehingga *CSR* harus menjadi bagian dari strategi perusahaan berdasarkan pada harapan mereka dan program *CSR* akan diterima oleh para *stakeholder* dan akan berdampak positif pada operasi perusahaan. Maka perlu adanya strategi manajemen dalam pendekatan *stakeholder*. Istilah manajemen *stakeholder* mulai dikenal setelah diterbitkannya buku *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (1984), Freeman (1984) yang merupakan inovasi dalam membuat artikel untuk mulai berkembang secara ilmiah. Menurut Freeman, dkk (2010) mengatakan bahwa manajemen *stakeholder* merupakan pendekatan *stakeholder* terhadap strategi manajemen telah mempengaruhi pemikiran di bidangnya, tetapi ada banyak cara untuk memahaminya dan tidak diakui oleh para ahli di bidangnya bahwa strategi manajemen telah diterima secara tradisional diterima.

Implementasi *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan didasarkan pada unsur-unsur standar ISO 26000 bagi *stakeholder*. Oleh karena itu, pelaksanaan *CSR* tidak lepas dari peran *stakeholder* dalam pelaksanaannya. Freeman (1984), teori *stakeholder* ini adalah teori yang menjelaskan bagian mana dari perusahaan yang bertanggung jawab. *Stakeholder* yaitu seluruh pihak, dari internal atau pihak dalam dan juga pihak luar atau eksternal, yang berhubungan langsung dan tidak dengan suatu industri.

Stakeholder merupakan suatu kesatuan individu maupun kelompok yang dapat mempengaruhi keputusan di dalamnya terhadap pelaksanaannya. Sehingga tidak adanya peran *stakeholder* maka organisasi tidak dapat mengambil keputusan. Oleh sebab itu, pelaksanaan program *CSR* tidak terlepas dari peran *stakeholder* yang merupakan bagian dari perusahaan. Selain itu, Lubis (2018) untuk menciptakan sistem yang konsisten, achievable, namun relevan dan mendukung pencapaian tujuan perusahaan, perusahaan memahami dan mengelola hubungan dengan *stakeholder* serta mengoptimalkan masukan *stakeholder*.

Pengaruh Implementasi Strategi Manajemen Stakeholder terhadap Stakeholder Engagement Pada Program Corporate Social Responsibility (Csr) PT. Indonesia Comnets Plus (Icon+)

Kaur dan Lodhia (dalam Lasmaria, 2014) menjelaskan bahwa *stakeholder engagement* menjadi hal yang penting dengan adanya *stakeholder engagement* dapat memfasilitasi identifikasi dan pemahaman mengenai isu-isu keberlanjutan termasuk masalah, perhatian, kebutuhan dan harapan dari para *stakeholder*. Kinanti (2017) juga menjelaskan bahwa pentingnya bagi perusahaan memahami dan mengelola hubungan stakeholder dan mengoptimalkan kontribusi stakeholder untuk menciptakan hubungan yang dapat dicapai di antara mereka tetapi juga untuk terlibat dan mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Adapun indikator keberhasilan *stakeholder engagement* dalam program CSR adalah *Social License to Operate (SLO)*. Thomson dan Boutilier (2011) menjelaskan bahwa *SLO* adalah keyakinan, pendapat masyarakat sekitar dan *stakeholder* lainnya yang dapat mempengaruhi perusahaan. Adapun pentingnya *SLO* bagi bisnis perusahaan yang pertama, *SLO* dapat berubah dari waktu ke waktu berdasarkan keyakinan, persepsi, pendapat masyarakat sekitar dan *stakeholder* lainnya. Kedua, menurut Smith, dkk (2016) dengan adanya debat public dan penentangan terhadap praktik bisnis tidak dapat dihindari di era demokrasi yang menghargai kebebasan berekspresi dan berpendapat. Ketiga, menurut McIntyre, dkk (2015) menyatakan bahwa suatu oposisi tidak terbentuk dan terdidik dengan baik di negara maju.

Sehingga penelitian berfokus pada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR, khususnya PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+). PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa telekomunikasi dan anak perusahaannya PT. PLN (Persero). Kegiatan yang dilakukan oleh PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) menghubungkan lingkungan dan masyarakat adalah penyedia jaringan komunikasi serat *optic* untuk PLN dan masyarakat. Bekerja pada instalasi perusahaan tersebut sering terkendala dengan tindakan kriminal yang dilakukan oleh karyawan lapangan termasuk pungutan liar oleh warga, kerusakan kabel dan pencurian kabel. Untuk mengatasi kendala tersebut, pihak perusahaan memiliki tujuan untuk membangun hubungan dengan masyarakat sekitar seperti menciptakan aktivitas yang bisa memberi peningkatan kualitas relasi diantara industri dengan warga. Aktivitas yang dilakukan pun sebagai suatu bentuk pelibatan atau engagement masyarakat kepada perusahaan yang dikenal dengan CSR.

Salah satu program CSR adalah *charity*. Program ini tidak untuk kepentingan terbaik bagi lingkungan dan *stakeholder* di sekitarnya. Sebagian warga mengatakan bahwa pelaksanaan program tersebut dipandang sebagai program sumbangsih sosial yang tidak memperhitungkan kebutuhan masyarakat, tetapi penyalurannya dipercayakan kepada lembaga maupun pemerintah dan tidak diserahkan kepada masyarakat. Menurut masyarakat, program-program *charity* dianggap tidak sejalan dengan tujuan dan kepentingan masyarakat. Sehingga PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) perlu melakukan pengukuran stakeholder engagement secara komprehensif oleh PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+).

Metode Penelitian

Penelitian ini mempergunakan paradigma positivis berdasarkan pendapat Sugiyono (2017) yaitu metode ilmiah karena mengikuti prinsip-prinsip ilmiah yang konkrit atau empiris yang terukur, sistematis, objektif dan rasional. Positivisme juga disebut konfirmasi karena modelnya bisa berupa pembuktian atau konfirmasi. Pandangan- pandangan yang muncul dari paradigma ini berdasarkan hukum dan prosedur yang baku dan ilmiah dianggap deduktif, dari umum ke khusus, dari yang abstrak ke yang konkrit dan spesifik. Kegiatan meneliti ini mempergunakan metode kuantitatif.

Pendapat oleh Sugiyono (2019), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan guna mempelajari sampel ataupun populasi, mengumpulkan data yang mempergunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data serta analisis data kuantitatif guna melakukan pengujian hipotesis yang diajukan atau definitif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sekaran (2017) adalah studi struktural, kritis, sistematis dan ilmiah terhadap masalah tertentu, yang bertujuan agar mendapatkan jawaban ataupun solusi mengenai permasalahan itu.

Tingkat keterlibatan penelitian menurut Indrawati (2015), peneliti memanipulasi (intervensi) data dan peneliti tidak memanipulasi (intervensi) data. Penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai penelitian di mana peneliti tidak memanipulasi data. Unit analisis yang peneliti analisis adalah unit analisis individu. Berdasarkan lama waktu pencarian, penelitian ini tergolong penelitian *cross section*.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Manajemen Stakeholder

No.	Dimensi	Skor Total	Rata-Rata
1	<i>Inclusivity</i>	335	83,75%
2	<i>Materiality</i>	667	83,37%
3	<i>Responsiveness</i>	653	81,62%
4	<i>Accountability</i>	639	79,87%
5	<i>Dialogue</i>	677	84,62%
6	<i>Organization</i>	658	82,25%

7	<i>Sustainable Development</i>	726	90,75%
Total		4355	83,75%

(Sumber : Olahan Peneliti, 2022)

Berdasarkan hasil data pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa total skor yang tertinggi dimiliki pada sub variabel *sustainable development* dengan jumlah total skor 726 dan yang terendah dimiliki pada sub variabel *inclusivity* dengan jumlah total skor 335.

Tabel 2
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Social Licence Operate

No.	Dimensi	Skor Total	Rata-Rata
1	Legitimasi Ekonomi	1135	94,5%
2	Legitimasi Sosial 2 (a)	736	92%
3	Legitimasi Sosial 2 (b) Kepercayaan	737	92,12%
4	Konstitusional	1087	90,5%
Total		3695	92,25%

(Sumber : Olahan Peneliti, 2022)

Berdasarkan hasil data pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa total skor yang tertinggi dimiliki pada sub variabel legitimasi ekonomi dengan jumlah total skor 1135 dan yang terendah dimiliki pada sub variabel legitimasi social 2(b) dengan jumlah total skor 737.

Hasil Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) menjelaskan bahwa uji normalitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi, indikator pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan *Test Normality Kolmogorov Smirnov*. Menurut (2018), Alpha (α) merupakan suatu batas kesalahan yang maksimal yang dijadikan sebuah patokan oleh peneliti. Sehingga peneliti menetapkan alpha (α) sebesar 0,05 dengan keputusan jika signifikan $> 0,05$ maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.47567554
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.048
	Negative	-.046
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber : Olahan Peneliti, 2022)

Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan sehingga dapat diketahui nilai signifikan sebesar 0,200. Memiliki nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dapat terdistribusi dengan normal.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.427	3.847		2.451	.016
	manajemen stakeholder	.517	.087	.513	5.919	.000

a. Dependent Variable: social licence operate

(Sumber : Olahan Peneliti, 2022)

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 9.427 + 0.517 X$$

Y : *Social Licence Operate*

X : *Manajemen Stakeholder*

Dari hasil pengelolaan data, nilai konstanta dapat di artikan bahwa manajemen stakeholder (X) bernilai nol atau *social licence operate* (Y) Tidak dipengaruhi oleh

penggunaan media sosial. Sehingga hasil dari *social licence operate* sebesar 9.427. Sedangkan hasil dari koefisien regresi b mempunyai arti jika variabel manajemen *stakeholder* (X) sebesar 0.517 yang dapat ditandai sebagai positif yang memiliki arti jika manajemen *stakeholder* meningkat. Sehingga pemenuhan *social licence operate* akan meningkat sebesar 0.517 satuan. Dapat disimpulkan bahwa semakin kuat dari manajemen *stakeholder* sehingga semakin meningkat *social licence operate*.

Hasil Uji Hipotesis Uji T

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.427	3.847		2.451	.016
	manajemen stakeholder	.517	.087	.513	5.919	.000

a. Dependent Variable: social licence operate

(Sumber : Olahan Peneliti, 2022)

Berdasarkan hasil dari pengolahan dan pengujian pada penelitian ini mengenai pengaruh manajemen *stakeholder* terhadap *social licence operate* sehingga didapatkan nilai t hitung sebesar 5,919 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Selanjutnya, jika dibandingkan hasil ttabel dengan probabilitas 5% serta $df=200-2=198$. Maka didapatkan t tabel sebesar 1.972. Oleh karena itu hasil dari thitung > ttabel (12.931 > 1.972) serta nilai signifikansi $0,000 < 0,005$.

Hasil dari Uji T dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga terdapat pengaruh signifikan dalam manajemen *stakeholder* terhadap *social licence operate*.

Pengaruh Manajemen Stakeholder Terhadap Stakeholder Engagement

Menjalankan suatu kegiatan CSR harus memberikan unsur *sustainable development* yang memiliki tujuan sebagai keberlanjutan perusahaan dalam menyusun sebuah kegiatan yang bekerja sama dengan *stakeholder* didalamnya. Seperti kegiatan yang sudah dilakukan oleh PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) dengan mengacu pada CSR berbasis ISO 26000 namun belum adanya pengukuran terhadap ISO tersebut. Sehingga penelitian ini untuk menunjukkan tidak adanya pengaruh manajemen *stakeholder* terhadap *stakeholder engagement* yang menjalin kerja sama oleh pihak perusahaan. Hal ini dibuktikan oleh hasil dari uji regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y).

Menurut Ghazali (2011), jika nilai Sig. < 0,05 maka dapat diartikan variabel independent secara berpengaruh terhadap variabel dependent (Y). Maka berdasarkan diperoleh variabel manajemen *stakeholder* dengan nilai Sig. 0,000 yang dimana $0,000 <$

0,05 mengartikan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Selain hal itu, pada uji variabel manajemen *stakeholder* (X) terhadap variabel *stakeholder engagement* (Y) adalah sebesar $12.931 > 1.972$, sehingga dapat dipahami bahwa H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh X terhadap Y. Sehingga konsep manajemen *stakeholder* perlu diperhatikan dan diterapkan dengan baik oleh perusahaan terhadap *stakeholder*.

Menciptakan Kepercayaan Konstitusional Terhadap Manajemen *Stakeholder*

Menciptakan kepercayaan konstitusional *stakeholder*, PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) perlu melakukan hubungan yang baik dengan *stakeholder*. Memberikan perhatian, dukungan dan partisipasi pada program-program yang diberikan untuk *stakeholder*. Salah satu program yang dilaksanakan oleh PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) yaitu program CSR. Pengajuan program CSR melalui sebuah proposal bantuan CSR dari pemerintah maupun investor untuk program *charity* dengan kebutuhan biaya yang besar namun programnya layak.

Setelah dilakukan pengecekan dan penilaian dengan hasil PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) membutuhkan hubungan baik dengan pemerintah maupun investor dalam hal penggunaan internet dengan baik untuk masyarakat sekitar yang artinya cukup tinggi pengaruh pemerintah maupun investor dengan PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+).

Sehingga pelaksanaan program tersebut mampu diterapkan bagi yang membutuhkan akses internet. Program tersebut diharapkan hasilnya mampu dilihat oleh pemerintah daerah untuk memajukan sebuah daerah yang sesuai dengan visi maupun misi pemerintah daerah tersebut.

Kepercayaan *stakeholder* terhadap PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) menjadi salah satu faktor utama yang menjadi terciptanya proses kerja sama yang baik. Kelebihan untuk *stakeholder* yang memiliki pengaruh tinggi terhadap proses kerja sama perusahaan tersebut, seperti lembaga pemerintahan, LSM dan juga media.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang telah peneliti lakukan mengenai pengaruh implementasi strategi manajemen *stakeholder* terhadap *stakeholder engagement* pada program *corporate social responsibility CSR* PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) dengan menggunakan analisis deskriptif. Sehingga dapat disimpulkan dengan menjawab permasalahan tersebut diantaranya hasil pengujian pada data yang telah diperoleh terdapat pengaruh antara manajemen *stakeholder* terhadap *stakeholder engagement* hal tersebut dilihat dari hasil penelitian yang diperoleh variabel X manajemen *stakeholder* dengan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,005$ mengartikan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsep manajemen *stakeholder* perlu diperhatikan dan diterapkan dengan baik oleh perusahaan terhadap *stakeholder* karena variabel tersebut menjadi salah satu yang turut dalam pembentukan *stakeholder engagement*.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian ini saran akademik, diharapkan penelitian selanjutnya dapat difokuskan pada pengukuran seberapa

pentingnya strategi yang diimplementasikan pada manajemen *stakeholder* terhadap *stakeholder engagement*. Saran praktis, perusahaan dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruhnya dari implementasi program *CSR* yang dilaksanakan oleh PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) melalui pengukuran *social licence operate*.

BIBLIOGRAFI

- Annual Report ICON+. (2019). *Unlocking Digital Value*. Diambil dari: <http://www.iconpln.co.id/wp-content/uploads/2021/03/Annual-Report-Icon2019-final.pdf> (Akses : 14 Januari 2022).
- Brundtland, G. H. (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
- Dachi, C. S., & Djakman, C. D. (2020). Penerapan *Stakeholder Engagement* dalam *Corporate Social Responsibility*: Studi Kasus Pada Rumah Sakit Mata X. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 291-306. Diambil dari: <https://ejournal.upi.edu/index.php/JRAK/article/view/21535/12712> (Akses: 14 Januari 2022).
- Dewi, S. C. K., & Davianti, A. (2019). *Stakeholder Engagement* Sebagai Praktik CSR dan Pengungkapannya pada Kelompok Usaha Lippo Group. *International Journal of Social Science and Business*, 3(4), 444-455. Diambil dari: <http://dx.doi.org/10.23887/ijssb.v3i4.21506> (Akses : 14 Januari 2022).
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- Freeman, R. E., & Dmytriyev, S. (2017). Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other *. *Symphonya Emerging Issues in Management*, 2, 7–15. Retrieved from symphonya.unimib.it
- Ganesha, I., & Hartanti, D. (2019). Analisis Stakeholders Management PT ABC Terkait Kasus Kebakaran Lahan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 229-240. Diambil dari : <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i2.17430> (Akses : 14 Januari 2022).
- Ihugba, B. U. (2012). CSR stakeholder engagement and Nigerian tobacco manufacturing sub-sector. *African Journal of Economic and Management Studies*, 3(1), 42–63. Diambil dari [:https://doi.org/10.1108/20400701211197276](https://doi.org/10.1108/20400701211197276) (Akses: 14 Januari 2022).
- Kaur, A., & Lodhia, S. K. (2017). The extent of stakeholder engagement in sustainability accounting and reporting: does empowerment of stakeholders really exist? In *Modern Organisational Governance*. Emerald Publishing Limited. Diambil dari: <https://doi.org/10.1108/S2043-052320170000012007> (Akses : 14 Januari 2022).
- Kinanthi, E. S. (2017). Analisis Penerapan Stakeholder Engagement Melalui Stakeholder Mapping: Studi Kasus pada Spare Part Division Perusahaan Otomotif. Universitas Indonesia.
- Kusumawardani, N., Soerachman, R., Laksono, A. D., Indrawati, L., Hidayangsih, P. S., & Paramita, A. (2015). Penelitian kualitatif di bidang kesehatan. Yogyakarta: PTKanisius.
- Lako, A. (2018). *Akuntansi Hijau: Isu, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lasmaria, K. (2014). Pengaruh Stakeholder Engagement Terhadap Pengungkapan Sustainability Report (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012). Universitas Diponegoro.
- Lubis, A. N. (2018). Corporate Social Responsibility In Health Sector: A Case Study In

- The Government Hospitals In Medan, Indonesia. *Business: Theory and Practice*, 19, 25–36. Diambil dari : <https://doi.org/10.3846/btp.2018.04> (Akses : 14 Januari 2022).
- Muslim. (2016). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. *Wahana*, 1, No.10(10), 77–85. Diambil dari: <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/654> (Akses : 14 Januari 2022).
- Prayogo, D. (2011). Evaluasi program corporate social responsibility dan community development pada industri tambang dan migas. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 15(1), 43-58. Diambil dari: <https://doi.org/10.7454/mssh.v15i1.893> (Akses : 14 Januari 2022)
- Qisthi, F., & Fitri, M. (2020). Pengaruh Keterlibatan Pemangku Kepentingan Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Berdasarkan *Global Reporting Initiative (GRI) G4*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 5(4). Diambil dari :<https://doi.org/10.24815/jimeka.v5i4.16042> (Akses : 14 Januari 2022).
- Santoso, M. B., & Raharjo, S. T. (2014). Corporate social responsibility (CSR) dari sudut pandang perusahaan. *Share: Social Work Journal*, 4(1). Diambil dari : <https://doi.org/10.24198/share.v4i1.13045> (Akses : 14 Januari 2022)
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian Buku 2*. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Thomson, I. & Boutilier, R. G. (2011). *Social license to operate*. In P.Darling (Ed.), *SME Mining Engineering Handbook* (pp. 1779-1796). Littleton, CO: Society for Mining, Metallurgy and Exploration.
- Totok, M. (2014). *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta. Peraturan Menteri BUMN Republik Indonesia Nomor PER, 5.
- Widenta, Y. P. (2012). Analisis implementasi corporate social responsibility pt. indosatbk. tahun 2007-2011 berdasarkan global reporting initiative. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(1). Diambil dari : <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/484> (Akses : 14 Januari 2022).

Copyright holder:

Alifa Qisthy Ainayya, Choiria Anggraini (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

