

mendukung berdirinya perusahaan. Membentuk hubungan baik dengan cara memberikan perhatian kepada masyarakat.

Bentuk perhatian perusahaan ini sendiri dilihat dari kewajiban perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dari dampak aktivitas usahanya dibidang ekonomi, social dan lingkungan (Triple Bottom Line (3BL)). Bagi perusahaan yang konsisten dalam menjalankan program CSR dalam jangka panjang maka akan menghasilkan keuntungan dalam bentuk kepercayaan dari stakeholder (corporate image) kepada perusahaan yang terkait. Bukti menunjukkan adanya kaitan positif antara perusahaan yang menjalankan aktivitas program CSR dalam usahanya dengan apresiasi kemasyarakat. Menjalankan program CSR tidak dianggap lagi sebagai “*cost*” belaka, melainkan menjadi investasi jangka panjang bagi perusahaan.

Menjalankan program corporate social responbility ini didasarkan pada banyak alasan dan tuntutan, menjadi gabungan antara faktor dan eksternal. Begitu juga yang dibahas lebih jauh oleh Fryanas (2009) yang menilai bahwa pertimbangan kegiatan CSR antara lain umumnya karena alasan-alasan berikut:

- 1) Untuk memenuhi regulasi, hukum dan aturan
- 2) Sebagai investasi social perusahaan untuk mendapatkan image yang positif
- 3) Bagian dari strategi bisnis perusahaan
- 4) Untuk memperoleh licence to operate dari masyarakat setempat
- 5) Bagian dari risk management perusahaan untuk meredam dan menghindari konflik social

Sikap tanggung jawab social perusahaan terbentuk menjadi respon kesadaran moralistas dalam berbisnis dari pemilik perusahaan, oleh karena itu tanggung jawab social menjadi salah satu bentuk bantuan yang ditunjukkan untuk masyarakat sekitar. Perusahaan menganggap bahwa memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat yakni dengan mewujudkan program-program yang diperuntukan untuk masyarakat, sebanding dengan kebutuhan mereka. Sementara itu World Business Council and Sustainability Development (WBCSD) memberikan penjelasan tentang tanggung jawab social perusahaan sebagai berikut: