

perusahaan memiliki banyak manfaat diantaranya meningkatkan kinerja social, meningkatkan legitimasi dan mengurangi keluhan *stakeholder*. Biaya social yang dikeluarkan perusahaan dapat mempertahankan image baik dipasar komoditas maupun pasar modal. Oleh sebab itu perusahaan tidak akan rugi jika mengeluarkan biaya social karena akan memberikan efek yang baik bagi perusahaan dan masyarakat di lingkungan produksi perusahaan.

Ada tiga persepsi cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan tanggung jawab social yakni

1. Perusahaan melakukan CSR hanya sekedar basa-basi dan keterpaksaan. Yang dimaksud perusahaan melakukan CSR ini hanya untuk mematuhi anjuran perundang-undangan ataupun tekanan dari eksternal. Disisi itu juga untuk membangun image perusahaan perlu melakukan tanggung jawab, sampai akhirnya CSR bersifat jangka pendek, karikatif, insidental dan sebatas image. Sebagai contohnya pelaksanaan bantuan ketika bencana alam saja ditunjukan untuk meningkatkan bentuk kepedulian terhadap perusahaan. bentuk bantuan kegiatan tersebut berhenti hanya bencana alam saja tidak kehidupan masyarakat pasca bencana.
2. CSR dilakukan perusahaan dalam rangka memenuhi kewajiban. Dalam hal ini CSR dilakukan atas dasar kewajiban yang harus dipatuhi seperti undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, keputusan menteri nomor KEP-04/MBU/2007 tentang program kemitraan dengan usaha kecil dan program bina lingkungan.
3. Perusahaan melakukan CSR bukan hanya sekedar kewajiban namun beyond-compliance. Dalam hal ini program yang dilakukan CSR memiliki hubungan baik dengan masyarakat, karena program yang dijalankan berdasarkan keputusan bersama dan dilakukan secara konsisten sehingga memiliki nilai kepercayaan antara perusahaan dengan masyarakat. Tanggung jawab yang dilakukan perusahaan tidak dapat diukur oleh economic measurement saja tetapi upaya mematuhi peraturan perundangan ke masyarakat dan lingkungan.