

PENGARUH INTERNAL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK. UD TRUCKS CABANG BANDUNG)

Fitria Endah Permata Sari¹, Tri Indra W², S.sos.³

¹Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom

¹fitria@yahoo.com

Abstrak

Persaingan bisnis dewasa ini dapat di kategorikan sebagai pertarungan pembukaan dan penjagaan image di mata stakeholder, dan disinilah korporasi dapat mempertahankan dan unggul dengan pembentukan corporate image yang ramah lingkungan dan memiliki kepekaan sosial yang bertanggung jawab. Tanggung jawab sosial adalah jiwa perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan bisnis yang mencakup citra perusahaan, promosi, meningkatkan penjualan, membangun percaya diri, loyalitas karyawan, serta keuntungan. Menurut Nor Hadi (2009:117) Ada banyak cara untuk menaikkan citra perusahaan. Isu yang berkembang saat ini adalah perusahaan melakukan tanggung jawab sosial terhadap karyawannya, untuk melakukan kode etik korporasi yang berkaitan dengan etika kepedulian perusahaan pada karyawan yang bukan hanya berorientasi pada profit semata. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian penjelasan (explanatory research) dengan menggunakan data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung dan sebanyak 28 orang yang dijadikan sampel penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah uji korelasi peringkat Spearman dan menggunakan alat bantu SPSS 20. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa variabel dalam konsep corporate social responsibility (X) yang dilihat dari dimensi kesehatan dan keselamatan kerja secara tidak langsung mempunyai pengaruh dengan ukuran sedang terhadap citra perusahaan (Y). Dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,343. Dan untuk nilai koefisien determinasi sebesar 11,76%. Pada PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung terdapat pengaruh antara corporate social responsibility (CSR) terhadap citra perusahaan. Artinya bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung tersebut mempunyai peranan walaupun dengan interpretasi lemah. Kata kunci : Corporate social responsibility (CSR), kesehatan dan keselamatan kerja, citra perusahaan.

Telkom
University

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Sejarah PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung

PT. Astra *Multi Trucks* Indonesia atau AMT Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang bisnis truk otomotif. Perusahaan ini merupakan Agen Tunggal Pemegang Merk (ATPM) dari UD Trucks. PT. Astra *International – Nissan Diesel Sales Operation* (NDSO) adalah salah satu divisi dari Astra *International* Tbk. yang berdiri pada 20 Februari 1957 dengan nama PT. Astra *International Incorporation* (PT. AI) dengan pendiri adalah William Soeryadja dan Tjia Kian Tie yang bergerak di bidang usaha penjualan hasil bumi.

Pada tahun 1999, dengan disepakatinya kemitraan strategis baru antara *Nissan Diesel Motor Co.* Dari Jepang dan Volvo AB dari Swedia, maka merk *Nissan Diesel* menjadi UD Trucks. Sejalan dengan bergantinya merk *Nissan Diesel* menjadi UD Trucks maka sejak Oktober 2010 PT. Astra *Nissan Diesel* Indonesia berganti nama menjadi PT. Astra *Multi Trucks* Indonesia dan NDSO berganti nama menjadi UD Trucks *Sales Operation* pada Januari 2011. Untuk pasar Indonesia PT. Astra *Multi Trucks* Indonesia (AMT Indonesia) merupakan produsen dan agen tunggal penjualan UD Trucks, termasuk menangani produk-produk pendukungnya. Astra *International* memiliki 75% saham AMT Indonesia. AMT Indonesia secara eksklusif bekerja sama dengan UD Trucks *sales Operational*, salah satu unit penjualan yang berada dibawah naungan Astra *International*.

1.1.2. Bidang Usaha

PT. Astra *International* Tbk. UD Trucks bergerak di bidang penjualan dan juga perawatan. Untuk penjualan UD Trucks memiliki 10 Dealer yang tersebar di seluruh Indonesia, sedangkan untuk perawatan seperti pengecekan mobil, bengkel, dan penjualan suku cadang terdapat 10 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya di kota Bandung.

Untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan, PT. Astra *International* Tbk. - UD Trucks memiliki sebuah filosofi pelayanan yang dijadikan sebagai acuan dan dasar dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Filosofi pelayanan ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu dasar pelayanan dan unsur pembangun loyalitas.

1.1.3. Program SESR (*Security, Environment, Social, Responsibility*)

Astra

Astra memiliki 2 kerangka kerja yaitu Astra *Friendly Company* (AFC) dan Astra *Green Company* (AGC). AGC memberikan landasan dalam pengelolaan Lingkungan, Kesehatan & Keselamatan Kerja (LK3). Sedangkan AFC menggariskan ketentuan akan pentingnya pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dengan memperhatikan kesadaran sosial yang diterapkan melalui implementasi kegiatan di bidang pengembangan masyarakat.

Astra *Friendly Company* (AFC) merupakan sistem standar manajemen bagi perusahaan Astra *International* dalam hal pelaksanaan CSR. AFC berlandaskan pada 3 pilar utama, yaitu:

1. *Value*, program yang dilakukan Astra memiliki landasan/dasar yang sesuai dengan filosofi (Catur Dharma), visi, dan misi.

2. *Mindset*, pelaksanaan yang sistematis dan terstruktur. Dengan identifikasi dampak sosial-bisnis, *stakeholders*, menyusun program sesuai persepsi dan harapan *stakeholders*, menentukan indikator keberhasilan, dan terakhir melakukan review secara berkelanjutan sebagai upaya monitoring.
3. *Behaviour*, seluruh program CSR yang dilaksanakan dimaksudkan untuk memenuhi hak *stakeholders* terkait.

Keseluruhan pilar dasar tersebut lalu teruang dalam satu buku “Panduan Kriteria *Assesmant Astra Friendly Company*” yang berisikan kriteria- kriteria AFC dan digunakan sebagai pedoman untuk pengarahannya kualitas hubungan sosial perusahaan dengan *stakeholder*-nya yang keseluruhannya merupakan objek standar penilaian kinerja CSR. Penilaian kinerjanya pun bersifat komprehensif meliputi tingkat pencapaian sistem manajemen, aktivitas dan program yang menggunakan *Key Performance Indicator* (KPI) sebagai sistem peringkat, dimulai dari bintang satu untuk pencapaian yang terendah dan bintang lima untuk pencapaian paling tinggi. Perhatian Astra terhadap lingkungan terlihat dari program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) lingkungan Astra yang terangkum dalam kerangka kerja *Astra Green Company* (AGC) yang menjadi panduan bagi seluruh anak perusahaan Grup Astra dalam menjalankan proses operasi yang ramah lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan. *Astra Green Company* (AGC) merupakan kerangka kerja perusahaan dibawah kelompok usaha Astra, atau juga sebagai *guidelines*, petunjuk pelaksanaan kerja perusahaan dengan pengelolaan lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja (LK3). Dalam komitmennya dalam mengelola LK3 perusahaan harus berlandaskan pada :

- a. Strategi bisnis perusahaan (*Green Strategy*)
- b. Proses bisnis yang aman, nyaman dan bersih (*Green Process*)
- c. Pengembangan produk yang ramah lingkungan (*Green Product*)
- d. Pengembangan kompetensi sumber daya manusia (*Green Employee*).

1.2. Latar Belakang

Green company adalah pilar penting bagi *green economy* yang bermuara pada *sustainability*. Membangun tatanan bisnis hijau membutuhkan proses panjang. Maka, sekecil dan sesederhana apapun inisiatif pelaku bisnis untuk membangun perusahaan hijau, patut diapresiasi dan didorong. Indonesia *green company* yaitu, bisnis hijau yang membangun perusahaan menjadi perusahaan dengan memperhatikan *people, profit, dan planet*. Saat ini isu sustainability perusahaan yang gencar dilakukan adalah segera menyusun *roadmap* perusahaan dalam jangka panjang. Sehingga, perusahaan memiliki *concern* menuju *green industry* dan *world class CSR* yang mengacu pada ISO 26000 : 2010. Pemahaman *green* bagi perusahaan yaitu, seluruh aktivitas yang meliputi seluruh aspek kriteria *green industry*. Beberapa hal yang dilakukan oleh perusahaan mengenai aktivitas *green process, green strategy, green product, dan green employee*. (SWA, edisi 13/2012).

Persaingan bisnis dewasa ini dapat di kategorikan sebagai pertarungan pembukaan dan penjagaan *image* di mata *stakeholder*, dan disinilah korporasi dapat mempertahankan dan unggul dengan pembentukan *corporate image* yang ramah lingkungan dan memiliki kepekaan sosial yang bertanggung jawab. Tanggung jawab sosial adalah jiwa perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan bisnis yang mencakup citra perusahaan, promosi, meningkatkan penjualan, membangun percaya diri, loyalitas karyawan, serta keuntungan. (Wibisono, 2007:3).

Dalam pelaksanaan tanggung jawab perusahaan secara internal PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung dalam membangun citra perusahaan mengalami hambatan-hambatan yang terjadi di dalam perusahaan.

- a. Desakan maraknya isu *green company* untuk membangun pilar penting mengharuskan perusahaan membangun tatanan bisnis hijau yang memperhatikan *people, profit, dan planet* guna menjadikan perusahaan yang berkelanjutan.
- b. Terjadinya kebakaran kantor pada tahun 2009 disebabkan karena kurangnya kontrol menyeluruh terhadap titik-titik rawan kecelakaan perusahaan yang dapat membahayakan seluruh aktivitas karyawan dan juga *asset* perusahaan
- c. Terjadinya kecelakaan kerja terhadap karyawan yang cukup sering pada tahun 2012 akibat kurangnya kontrol dan pengawasan dari pihak penanggung jawab serta perlunya pendampingan secara berkala oleh pihak yang berkompeten mengawasi kinerja karyawan yang rentan terhadap kecelakaan kerja.
- d. Hambatan yang menjadi masalah dalam internal perusahaan tersebut berdampak pada pencapaian penilaian terhadap citra perusahaan yang didapat. Hasil evaluasi tahun 2009 tersebut mengakibatkan perusahaan PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung mendapatkan predikat hitam dalam kriteria penilaian Astra *Green Company*.

Dalam rangka mewujudkan pelaksanaan tanggung jawab sosial secara internal dalam hal kesehatan dan keselamatan kerja karyawannya usaha Astra yang dapat bertahan dan berkembang, perusahaan senantiasa menjalankan upaya yang sistematis terintegrasi dan berkesinambungan, mulai dari persiapan, pelaksanaan dan *monitoring*. Melalui mekanisme *Award* yang diselenggarakan Astra International merupakan bentuk penghargaan bagi

kelompok usaha Astra guna mendapatkan *image* baik. (sumber: Czsahreymedi, Admin Servis UD Trucks Cabang Bandung : 2012)

Ada banyak cara untuk menaikkan citra perusahaan, salah satu cara yang saat ini sedang berkembang yaitu dengan penerapan *corporate social responsibility* (CSR), yang kini sedang marak dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu yaitu, dengan memperhatikan terkait hal kesehatan dan keselamatan kerja. Menurut Susanto (2009:34) Konsep tanggung jawan sosial perusahaan telah banyak mengalami tahapan sebelum gaungnya terasa seperti saat ini. Tanggung jawab sosial perusahaan terkait hal tersebut adalah tindakan dan kebijakan-kebijakan perusahaan dalam berinteraksi dengan lingkungan internalnya yang didasarkan pada etika.

Bentuk tanggung jawab sosial meliputi: hak-hak pekerja, pelanggan, masyarakat, mentaati peraturan pemerintah dan pelestarian lingkungan. Sedangkan prakarsa tanggung jawab sosial perusahaan dari aspek individu adalah moral, dan dari aspek organisasi adalah filosofi, pemikiran-pemikiran para pendiri dan atau pengelola organisasi secara berkesinambungan dengan berbasiskan pada etika organisasi. (Nor Hadi, 2009: 3). Tanggung jawab sosial merupakan roh dan strategi perusahaan dalam menjinakkan gejolak sosial baik yang disebabkan oleh aktivitas bisnis maupun berkaitan dengan tindakan ekonomi, politik, maupun perubahan kultural. (Poerwanto, 2010:8).

Berdasarkan pemikiran di atas, penulis bermaksud mengadakan penelitian tentang pengaruh internal *corporate social responsibility* PT. Astra International Tbk. UD Trucks cabang Bandung dalam kaitannya dengan citra perusahaan. Hal ini dikarenakan objek penelitian menggunakan parameter tersebut untuk melakukan penilaian yang dinilai cukup representatif untuk

disandingkan dengan citra perusahaan. Karena kita dapat melihat tanggung jawab internal perusahaan dari sisi kesehatan dan keselamatan kerja.

Hasil pengamatan yang di kemukakan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Internal Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan.” (Studi Pada PT. Astra International Tbk. - UD Trucks Cabang Bandung).**

1.3. Perumusan Masalah

Atas dasar latar belakang diatas, maka penelitian ini mempunyai perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi internal *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung terkait dengan hal kesehatan dan keselamatan kerja?
2. Bagaimana citra perusahaan PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh dari internal *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kondisi internal *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung terkait dengan hal kesehatan dan keselamatan kerja.

2. Untuk mengetahui bagaimana citra perusahaan PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari internal *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Praktisi

Diharapkan dapat memberikan informasi bagi PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung dalam melihat manfaat dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diterapkan dan memberi inspirasi bagi penerapan CSR yang akan datang.

1.5.2. Kegunaan Keilmuan

Bagi Penulis, diharapkan dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan menambah pengalaman, wawasan serta belajar sebagai praktisi dalam menganalisis suatu masalah kemudian mengambil keputusan dan kesimpulan.

Bagi Akademis, sebagai sumbangan pemikiran dan informasi terutama bagi rekan-rekan mahasiswa yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh CSR terhadap citra perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan di bagi menjadi lima (5) bab, yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Penelitian ini diawali dengan penjelasan tentang latar belakang masalah yang menjadi pemicu munculnya permasalahan. Dengan latar belakang masalah tersebut ditentukan rumusan masalah yang lebih terperinci sebagai acuan untuk menentukan hipotesis. Dalam bab ini pula dijabarkan tentang tujuan dan kegunaan penelitian, dan pada akhir bab dijelaskan tentang sistematika penelitian yang akan digunakan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Sesuai dengan judul yang tertera, pada bab II ini akan diuraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Sebagai acuan akan diuraikan pula penelitian terdahulu yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, yang memiliki keterkaitan dengan variabel-variabel hipotesis yang akan diajukan. Dalam bab ini pula akan dijabarkan tentang kerangka pemikiran dan hipotesis dari permasalahan yang ada pada Bab I.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan langkah-langkah dan prosedur-prosedur penelitian untuk menggambarkan bagaimana penelitian ini dilakukan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini akan dijabarkan tentang hasil analisis data yang di dapat dari objek penelitian (sampel) beserta penjelasan yang diperlukan. Analisis data dan penjabarannya akan didasrkan pada landasan teori yang telah di jabarkan pada Bab II, sehingga segala permasalahan yang dikemukakan dalam Bab I dapat terpecahkan atau mendapat solusi yang tepat.

BAB V Penutup

Berdasarkan penjelasan hasil analisis data pada Bab IV di atas, akan dirumuskan kesimpulan yang merupakan pembuktian dari hipotesis yang ada pada bab II. Di samping itu juga, akan diutarakan keterbatasan penelitian yang dilakukan serta saran-saran yang diharapkan bisa berguna bagi instansi terkait.



10
Telkom
University

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis dan didukung oleh teori-teori yang melandasi serta hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka untuk menjawab rumusan masalah, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan internal *corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial internal perusahaan) yang dilakukan oleh PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung telah dilaksanakan dengan baik dibandingkan dengan perolehan pada tahun 2009 kesesuaian tanggung jawab yang diberikan dan diterima berada pada posisi 0-20. Sedangkan untuk tahun 2012 perusahaan telah melakukan perbaikan dalam posisi 51-75. Hal tersebut dapat terlihat dari tanggapan karyawan yang bekerja, berpendapat sangat setuju dan setuju hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan melakukan perubahan terhadap tanggung jawab internalnya.
2. PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung dalam menjalankan usahanya memiliki citra yang baik pada perolehan kriteria tahun 2012 setelah pada tahun 2009 pencapaian kriteria tergolong buruk karena mendapat predikat kelompok hitam dalam tanggung jawab sosial, maka hal tersebut menurunkan citra perusahaan. Namun berjalannya waktu perusahaan membangun kembali kepercayaan karyawannya dengan meningkatkan perhatiannya terkait dengan tanggung jawab sosial internal perusahaan dengan selalu melakukan evaluasi terhadap program CSR setiap periodenya. Sehingga dampaknya pada tahun 2012 PT. Astra

International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung memperoleh predikat biru atas tanggung jawab sosial internal perusahaan. hal tersebut, mengembalikan kepercayaan karyawan dan meningkatkan citra perusahaan .

3. Pada PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung terdapat pengaruh antara *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan. Artinya bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung tersebut mempunyai peranan walaupun dengan interpretasi lemah. dilihat dari hasil analisis koefisien korelasi *rank spearman* yang hanya sebesar 0,343 dalam membangun citra perusahaan PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung. Dan untuk hasil analisis koefisien determinasi hanya didapat sebesar 11,76% yang artinya bahwa citra perusahaan hanya dipengaruhi oleh faktor *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 11,76% saja. Sisanya dipengaruhi faktor lain.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka penulis berkeinginan untuk mengemukakan saran-saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung adalah sebagai berikut:

1. PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung sebaiknya selalu melakukan evaluasi kegiatan internal CSR-nya setiap periode waktu tertentu kepada seluruh karyawan sehingga setiap program yang telah dilakukan memberikan dampak yang baik bagi karyawan dan lebih

meningkatkan program yang terkait keselamatan dan kesehatan kerja agar dapat terlihat peningkatan perlakuan yang dapat mengesankan para karyawan merasa aman dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Adanya laporan dari pihak ketiga yang kredibel dapat membantu PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung dalam mendapatkan informasi dan hasil evaluasi program internal CSR yang dilakukan.

2. Proses membangun citra perusahaan yang dilakukan oleh PT. Astra International Tbk. UD Trucks Cabang Bandung dari tahun 2009 ke tahun 2012 sudah baik karena mampu merubah dari predikat hitam menjadi biru. Diharapkan untuk kedepannya perusahaan mampu menaikkan posisi kriteria menjadi hijau atau yang berarti bahwa perusahaan harus sudah menempatkan internal CSR pada strategi inti dan jantung bisnisnya. Sehingga internal CSR tidak hanya dianggap keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial. Peningkatan kriteria dapat merubah pandangan citra perusahaan dimata *stakeholder* perusahaan.

5.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi para peneliti yang berminat untuk melakukan penelitian mengenai *corporate social responsibility* (CSR) sebagai alat bantu manajemen dalam mengukur pencapaian citra perusahaan lebih lanjut baik diperusahaan sejenis maupun perusahaan lainnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan memperhatikan dimensi-dimensi CSR seperti tanggung jawab perusahaan terhadap manajemen lingkungan. Adapun baiknya juga melakukan pengamatan terhadap kondisi eksternal CSR. Hal ini dilakukan semata-mata agar dapat memenuhi perbaikan dalam efisiensi dan efektifitas perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ardana, Komang. Mujiati, I Wayan. Murdiartha Utama, Wayan. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Edisi Pertama, Cetakakan Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. (2004). *Dasar-Dasar Puublic Realition*. (Cetakan Ketiga). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Assael, Henry. (2003). *Customer Behaviour & Marketing Action*. (Edisi 4). New Jersey: Prentice Hall.
- Chattananon, Apisit and Lawley, Meredith. (2006). *Developing a Model of The Impact of Societal Marketing on Corporate Image*. Australia: University of The Sunshine Coast.
- Ebert, Ronald J and Griffin, Ricky W. (2002). *Business Essentials*. New Jersey: Prentience-Hall.
- Frederick, William C. Post., James, E., and Davis, Keith. (1992). *Business and Society: Corporate Stratey, Public Policy, Ethics*. (seventh edition). New York: McGraw-Hill.
- Hadi, Nor. (2009). *Corporate Social Responsibility*. (Edisi 1, Cetakan Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2006). *Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa oleh Benjamin Molan*. (2007). (Edisi 12). Jakarta: PT. Indeks.
- Krishnan, Sandeep K. and Balachandran, Rakesh. (2004). *Marketing Strategies for Firms in Emerging Markets*. NASMEI
- Lawrence, Anne T. Webber. James and Post. James E. (2005). *Business and Society: Stakeholder, Ethics and Public Policy*. (eleventh edition). New York: McGraw-Hill.

Mursitama, Tirta N., Hasan, M.Fadhil., Fakhrudin, Iman Y. (2011). *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia*. (cetakan pertama). Jakarta: Institut for Development of Economic and Finance (INDEF).

Nazir, Moh. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Noor, Juliansyah. (2011). *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. (cetakan ke-1). Jakarta: Kencana

Olson, Eric G. (2009). *Better Green Business: Handbook for Environmentally Responsible and Profitable Business Practice*. (1st edition). New Jersey: PearsonPrentice Hall.

Poerwanto. (2010). *Corporate Social Responsibility Menjinakkan Gejolak Sosial*. (cetakan I). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Siagian, Sondang P. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Ed. 1, Cet. 17). Jakarta: Bumi Aksara.

Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Cetakan ke-13). Bandung: Alfabeta.

Susanto, A.B. (2009). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility, Pendekatan Strategic Management dalam CSR*. (Cetakan ke-2). Jakarta: Esensi, Erlangga Group

Susilo, Willy. (2011). *Audit SD*. (Cetakan Pertama). Jakarta: Tidak diketahui

Sutojo, Siswanto. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. (edisi pertama). Jakarta: PT. Damar Media Pustaka.

The European Community. (2001). *The Green Paper*

Umi, Narimawati. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media

Untung, Hendrik Budi. (2008). *Corporate Social Responsibility*. (cetakan pertama). Jakarta: Sinar Grafika.

Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah konsep & aplikasi CSR: corporate social responsibility*. Gersik: Fascho pub.

Internet:

http://www.udtrucks-astra.co.id/udtrucks/info_perusahaan/ [Diakses pada tanggal 2 Oktober 2012]

Sumber Lain:

Haliana, Wisnu Riza. (2009). *Peranan Dimensi Internal dan Eksternal Corporate Social Responsibility dalam Bentuk Corporate Image Pada PT. Kertas Padalarang (Persero)*. Universitas Padjajaran: tidak diterbitkan

Luthfi, Muhammad. (2008). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Corporate Image Pada PT. Citra Nusa Insan Cemerlang (PT. CNI) Cabang Bandung*. Universitas Widyatama: tidak diterbitkan.

Majid, Paramita. (2012). *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Pada PT. Hadji Kalla Cab. Sultan Alauddin, Makassar*. Universitas Hasanuddin: diterbitkan

Putra, Imran Dwi. (2008). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Corporate Image Pada PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat*. Universitas Widyatama: tidak diterbitkan.

Subakti, Panji. (2010). *Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan (Corporate Image)*. Universitas Komputer Indonesia.: diterbitkan



96
Telkom
University