

## THE COMMUNITY EMPOWERMENT THROUGH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A CASE OF THE LIMITED LIABILITY COMPANY OF PT. HOLCIM INDONESIA TBK CILACAP PLANT

**Pramono Hadi, Siti Nurlaela**  
Universitas Islam Batik (UNIBA) Surakarta  
Email : hadi\_pram@yahoo.co.id

### ABSTRAK

The objectives of this research are: (1) to explain the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) developed by of PT. HolcimIndonesia Tbk. Cilacap Plant; (2) to explain the activities of the community empowerment conducted by the Limited Liability Company of PT. HolcimIndonesia Tbk. Cilacap Plant; (3) to explain the perception and participation of the community on the activities of the community empowerment conducted by the Limited Liability Company of PT. HolcimIndonesia Tbk. Cilacap Plant; (4) to reveal the factors influencing the evaluation on the results and benefits of the community empowerment; and (5) to formulate the model which can be done in the community empowerment through CSR developed by the Limited Liability Company of PT. HolcimIndonesia Tbk. Cilacap Plant.

This research used the explanatory and correlational study. The data and information of the research were explored in depth. The samples of the research were taken by using group random sampling with many phases. The population of the research consisted of 612, and the respondents of the research were 250. The data of the research were analyzed by using path analysis.

The results of the research show that: (1) the concept of CSR of the Limited Liability Company of PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant has shown the high commitment toward the implementation of its CSR; (2) the results of the community empowerment activities cover education, health, economy, and environment with adequate budget allocations; (3) the perception and participation of the community toward the community empowerment activities are high and are strengthened by the results and benefits of CSR; (4) the factors influencing the evaluation on the benefits of the community empowerment are as follows: (a) the evaluation on the results of the empowerment that all of the perceptions of the community have significant effects, which include perceptions on the group dynamics, government support, community's participation in the empowerment, variety of benefit recipients, variety of CSR activities, performance of CSR, and CSR b) internal factors, c) external factors, and d) information on CSR; (5) the formulations of model in the community empowerment activities through CSR on the evaluation of the community empowerment benefits through CSR activities include the following: a) the evaluation of the empowerment results, b) the participation of the community in the empowerment, c) perception on the group dynamics, d) perception on the variety of CSR activities, e) the community's perception on CSR, f) internal and external factors, and g) information on CSR.

*Keywords: Community empowerment, and Corporate Social Responsibility (CSR)*

### 1. Pendahuluan

Dewasa ini isu tanggungjawab sosial perusahaan mengalami perkembangan yang sangat pesat sejalan dengan perkembangan pemberdayaan masyarakat. Salah satu mandat untuk dunia usaha agar tidak semata-mata mengejar keuntungan, tetapi juga bersikap etis kepada masyarakat setempat dan pada dampak lingkungan akibat dari operasional perusahaan. Diantara kegiatan etika perusahaan yang sekarang berkembang adalah pembangunan masyarakat dengan cara pemberian sumbangan. Menurut studi yang dilakukan oleh Jung (1994) tanggungjawab sosial perusahaan pada umumnya dipengaruhi oleh tiga faktor penting yaitu; 1) ukuran dan kematangan perusahaan pada skala pendanaan; 2) regulasi dan sistem perpajakan yang berlaku di suatu negara; dan 3) bentuk kepemilikan dan pengelolaan perusahaan.

Peran sektor industri amat dominan pada pendapatan kabupaten Cilacap. Kabupaten yang merupakan salah satu daerah penghasil migas di Indonesia ini memiliki industri yang menghasilkan devisa yang cukup besar. Kegiatan ekonomi lain yang juga berperan signifikan adalah

perdagangan. Kabupaten Cilacap memiliki cukup banyak perusahaan besar dan sedang. Perusahaan-perusahaan ini menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Setiap industri berperan dalam proses pemberdayaan masyarakat melalui tanggungjawab sosial perusahaan dengan model yang berbeda-beda. Perbedaan model tanggungjawab sosial perusahaan yang sebagian besar biasanya memberikan sumbangan dalam bentuk dana maupun financial berdampak pada persepsi dan perilaku masyarakat sekitar perusahaan (Zaidi, 2008).

Pemberdayaan sebagai salah satu ujung tombak strategi trisula (*three pronged strategy*) untuk memerangi kemiskinan yang dilaksanakan sejak memasuki dasarwarsa 90-an, yang terdiri atas: penggalangan peluang (*promoting opportunity*) fasilitasi pemberdayaan (*facilitating empowerment*) dan peningkatan keamanan (*enhancing security*). Sedangkan di Indonesia penerapan tanggungjawab sosial perusahaan ditanggapi oleh perusahaan dengan beragam bentuk kegiatan dan beragam pula bentuk penolakan. Keadaan tersebut dapat memunculkan perbedaan persepsi pada berbagai kalangan termasuk juga dari masyarakat (Mardikanto, 2009).

Konsep yang terkait antara perusahaan, pemerintah dan masyarakat yang saat ini berkembang yaitu tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebagai suatu pertimbangan moral dan etika menimbulkan banyak perdebatan dan belum ada kesepakatan hingga saat ini. Aspek moral dan etika pada CSR merupakan salah satu aspek yang sangat penting. Pada saat ini ada pendapat CSR bukan dilihat sebagai suatu penghalang kegiatan bisnis perusahaan, tetapi harus dilihat untuk mendatangkan keuntungan dan manfaat baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Branco, 2007).

Di Indonesia terlihat ada peningkatan sumbangan perusahaan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Survei tentang kedermawanan perusahaan di Indonesia yang dilakukan PIRAC (*Public Interest Research and Advocacy Center*), organisasi nir-laba yang memberikan layanan dalam bentuk penelitian, pelatihan, advokasi, dan penyebaran informasi di bidang filantropi, pada akhir tahun 2001 menunjukkan fakta bahwa lebih dari Rp 115 miliar dana sumbangan diberikan oleh 180 perusahaan untuk 279 kegiatan sosial yang dimuat pada media massa. Satu kegiatan rata-rata mendapatkan dana sumbangan Rp 413 juta (Saidi dan Abidin, 2003). Bentuk-bentuk sumbangan yang besar banyak berlawanan dengan konsep-konsep dasar pemberdayaan masyarakat. Konsep dasar pemberdayaan masyarakat membantu meningkatkan kemampuan untuk mengungkap dan memperkecil kesulitan-kesulitan yang dihadapi masyarakat tanpa mengakibatkan pola ketergantungan (Mardikanto, 2008). Proses pelaksanaan program CSR oleh perusahaan secara umum belum melibatkan masyarakat sekitar perusahaan sebagai sasaran program dalam perencanaan kegiatan, sehingga keberhasilan program tersebut kurang optimal.

Perbedaan persepsi tentang pemahaman CSR yang terjadi, diakibatkan dari keinginan masyarakat, perusahaan dan pemerintah yang tidak sama dalam memandang sebuah pola kegiatan pemberdayaan masyarakat (Sahid, 2009). Partisipasi masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui tanggungjawab sosial perusahaan masih rendah.. Perusahaan secara umum dalam pelaksanaan CSR hanya sekedar menyumbang dana dan materi untuk kepentingan sesaat (Mardikanto, 2010). Ragam kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui tanggungjawab sosial perusahaan tidak banyak, hanya pada kepentingan perusahaan.. Hal tersebut dapat menyebabkan perbedaan yang cukup besar pada persepsi masyarakat tentang bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan (Mardikanto, 2009). Ragam penerima manfaat pemberdayaan masyarakat melalui CSR juga terkait pada ragam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Pola ragam kegiatan berbanding lurus dengan pola ragam penerima manfaat (Zaidi, 2008). Persepsi tentang kinerja CSR yang dirasakan oleh masyarakat sekitar perusahaan penyelenggara pemberdayaan masyarakat melalui melalui tanggungjawab sosial perusahaan tidak banyak beragam kegiatan (Mardikanto, 2009).

Permasalahan yang sering muncul antara lain persepsi dukungan pemerintah terhadap aktivitas pemberdayaan masyarakat melalui tanggungjawab sosial perusahaan sangat beragam. Perbedaan persepsi ditingkat pengambil keputusan, kebijakan dan pengawasan sangat penting untuk mendukung atau justru menghambat proses pemberdayaan masyarakat (Mardikanto, 2008). Sedangkan Menurut Kementerian Lingkungan Hidup (2010). Faktor-faktor internal pemberdayaan masyarakat melalui tanggungjawab sosial perusahaan berperan penting dalam proses pemberdayaan. Faktor-faktor tersebut seperti karyawan, pegawai, investor, manajemen akan

memegang kunci pokok dalam tingkat keberhasilan dalam kegiatan pemberdayaan (Zaidi, 2008). Faktor-faktor eksternal pada pemberdayaan masyarakat melalui tanggungjawab sosial perusahaandiharapkan juga dapat memacu dan mempercepat proses pemberdayaan masyarakat. Faktor-faktor eksternal seperti; pelanggan, pemerhati lingkungan, asosiasi akuntansi perusahaan atau sosial, LSM dan mediamassa berperan dalam menekan dan mendorong proses pemberdayaan masyarakat oleh perusahaan secara objektif (Mardikanto, 2009). Dinamika kelompok yang berada dalam masyarakat akan menjadi motor penggerak kegiatan CSR. Karakter kelompok dan juga budaya organisasi dalam kelompok dapat berdampak langsung pada tingkat keberhasilan kegiatan CSR (Sumaryo, 2009).

Penilaian terhadap hasil dan manfaat pemberdayaan masyarakat melalui tanggungjawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh masyarakat sangat beragam. Dimana kepentingan pribadi lebih menonjol dibandingkan dengan kepentingan kelompok di masyarakat (Mardikanto, 2008). Sehingga dari permasalahan-permasalahan tersebut di atas, penelitian ini fokus pada bagaimana aktivitas perusahaan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui tanggungjawab sosial perusahaan yang telah dilaksanakan oleh PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant dengan baik dan telah mendapatkan penghargaan proper dari Kementrian Lingkungan Hidup tahun 2011 dengan lebih banyak pendekatan top down tetapi apakah persepsi dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui tanggungjawab sosial perusahaan dengan pendekatan bottom up telah berjalan dengan baik ?

#### **Rumusan Masalah**

- 1) Bagaimana konsep CSR Holcim PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant ?
- 2) Bagaimana hasil kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui CSR Holcim PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant ?
- 3) Bagaimana persepsi dan partisipasi masyarakat sekitar perusahaan tentang kegiatan pemberdayaan masyarakat PT Holcim ?
- 4) Faktor apa saja yang mempengaruhi penilaian hasil dan manfaat pemberdayaan ?
- 5) Bagaimana model yang dapat dilakukan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui CSR dimasa mendatang ?

#### **Tujuan Penelitian**

- 1) Menganalisa konsep CSR Holcim PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant.
- 2) Menganalisa hasil kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui CSR Holcim PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant.
- 3) Menjelaskan persepsi dan partisipasi masyarakat sekitar perusahaan tentang kegiatan pemberdayaan masyarakat PT Holcim.
- 4) Mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian hasil dan manfaat pemberdayaan.
- 5) Merumuskan model yang dapat dilakukan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui CSR PT Holcim.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **Pemberdayaan Masyarakat**

Penelitian ini menggunakan teori *Community Development* (CD) atau disebut pengembangan masyarakat sebagai teori dasar yang merupakan landasan kerangka berpikir dan memberikan arah atau warna serta napas penelitian (Ife, 1995). Prinsip-prinsip pengembangan masyarakat oleh Ife diperinci menjadi dua puluh dua prinsip, yaitu; 1) pembangunan terpadu (*integrated development*); 2) melawan ketidakberdayaan struktural (*confronting structural disadvantages*); 3) hak asasi manusia (*humanrights*); 4) keberlanjutan (*sustainability*); 5) pemberdayaan (*empowerment*); 6) kaitan masalah pribadi dan politik (*the personal and the political*); 7) kepemilikan oleh komunitas (*community ownership*); 8) kemandirian (*self reliance*); 9) ketidaktergantungan pada pemerintah (*independent from the state*); 10) keterkaitan tujuan jangka pendek dengan visi jangka panjang (*immediate goals and ultimate vision*); 11) pembangunan bersifat organik (*organic development*); 12) kecepatan pembangunan (*the pace of development*); 13) keahlian dari luar (*external expertise*); 14) pembangunan komunitas (*community building*); 15) kaitan proses dengan hasil (*process and outcome*); 16) integritas proses (*the integrity of process*);

17) tanpa kekerasan (*non violence*); 18) keinklusifan (*inclusiveness*); 19) konsensus (*concensus*); 20) kerjasama (*co-operation*); 21) partisipasi (*participation*); dan 22) perumusan kebutuhan (*defining need*).

### **Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

Elkington (1970) telah menyatakan konsep CSR ke dalam tiga fokus; (*triple bottom line*) *Profit*, *Planet* dan *People* atau (3P) sinergi tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi saja (*profit*). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). *Corporate Sosial Responsibility/CSR* atau tanggungjawab sosial perusahaan dalam versi Word Bank, dimana CSR adalah komitmen dunia usaha untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bekerjasama dengan tenaga kerja dan organisasi representasinya, dengan masyarakat lokal dan dengan masyarakat dalam lingkup yang lebih luas, untuk memperbaiki kualitas hidup dengan cara yang menguntungkan kedua belah pihak baik untuk dunia usaha maupun untuk pembangunan masyarakat sekitar perusahaan dan masyarakat luas (Sripambudi, 2005). *Environics International* menunjukkan hasil penelitiannya yang menyatakan sebagian besar dari masyarakat di dua puluh tiga negara memberikan perhatian yang tinggi terhadap perilaku sosial perusahaan (Gupta, 2003).

### **Persepsi Masyarakat**

Menurut Soemadi (1986), menyatakan bahwa persepsi merupakan fungsi psikologis melalui alat sensoris yang memungkinkan individu menerima data, informasi baik berupa stimulus fisik dan stimulus sosial dari lingkungan dan mengolah data/informasi untuk kemudian memberikan interpretasi, penilaian, dan perubahan-perubahan. Asngari (1984) tentang persepsi adalah sebagai interpretasi individu akan makna sesuatu bagi individu dalam kaitan dengan "dunia"nya, lebih lanjut Asngari mengatakan bahwa, "*man is very complex organism. His actions are influenced by many things...His actions are strongly influenced by what perceived as his role in each situation, always tending toward the behaviour expected of him and subject to influence of others within the particular situation*". Litterer (1973) yang mengatakan bahwa suatu persepsi sangat penting untuk mengetahui susunan atau pengorganisasian tingkah laku individu. Selanjutnya menurut Litterer, seseorang bertindak atas dasar sesuatu yang ada untuk dipikirkan, diketahui atau dimengerti oleh seseorang. Sedangkan menurut Ittelson dan Cantril (1954), Crider (1983) mengartikan persepsi sebagai proses berpikir untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimulus-stimulus yang diterima individu. Dalam hubungan tersebut, persepsi merupakan proses untuk "mempertanyakan" kondisi dan situasi, tentang apa yang dapat dilakukan individu (Newcomb, 1956). Sereno dan Budaken (1974) lebih lanjut mengemukakan bahwa sebagai variabel antara persepsi merupakan proses penerimaan dan evaluasi atas stimulus-stimulus.

### **Partisipasi masyarakat**

Partisipasi merupakan aktivitas keikutsertaan, peranserta atau keterlibatan masyarakat yang berkaitan dengan keadaan lahiriah saja (Sastropoetro, 1995). Sedangkan Hoofsteede (1971) menyatakan bahwa, partisipasi adalah *the taking part in one ore more phases of the process*. Sejalan dengan pernyataan pakar di atas Keith Davis (1967) menyatakan bahwa partisipasi ; "*as mental and emotional involment of persons of person in a group situation which encourages him to contribute to group goals and share responsibility in them*" Verhagen (1979) dalam Mardikanto (2003) menyatakan bahwa, partisipasi merupakan suatu bentuk khusus dari interaksi dan komunikasi yang berkaitan dengan pembagian: kewenangan, tanggungjawab, dan manfaat. Theodorson dalam Mardikanto (1994) mengemukakan bahwa dalam pengertian sehari-hari, partisipasi merupakan keikutsertaan atau keterlibatan seseorang (individu atau warga masyarakat) dalam suatu kegiatan tertentu.

### **Faktor-Faktor Internal dan Eksternal**

Menurut Kasali (2008) dalam bukunya *Manajemen Public Relations stakeholder* adalah sebagai berikut: "*Stakeholders adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun luar*

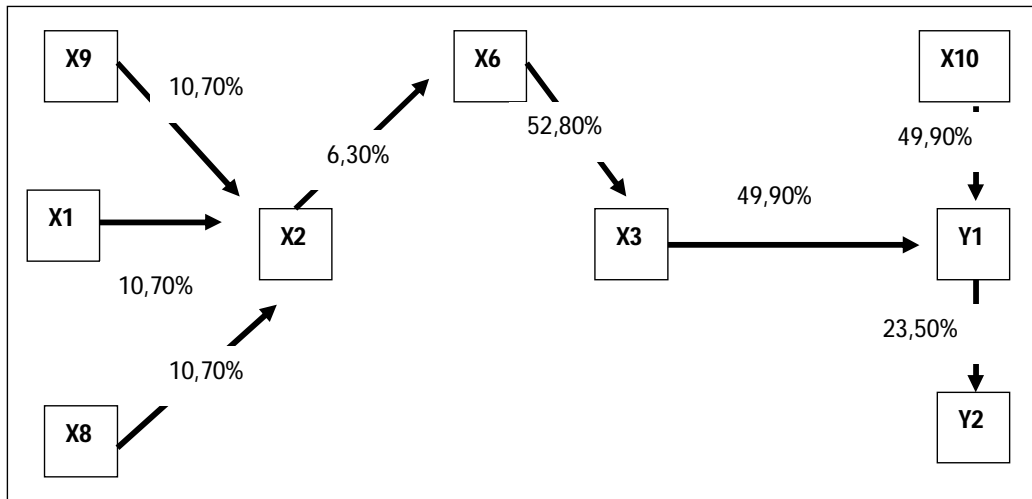
perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan perusahaan. Stakeholders bisa berarti pula setiap orang yang mempertaruhkan hidupnya pada perusahaan” Sedangkan beberapa pakar manajemen yang lain menyebutkan bahwa *stakeholders* terdiri atas berbagai kelompok penekan (*pressure group*) yang mesti di pertimbangkan perusahaan.

Kelompok masyarakat bisa berupa lembaga profesi akuntansi, pemerhati lingkungan, LSM dan organisasi keagamaan. Hal yang tidak kalah penting adalah dengan tetap memperhatikan tokoh-tokoh masyarakat seperti ketua pemuda, ketua PKK, ketua adat sebagai suatu Negara yang mempunyai kearifan lokal yang kuat.

**Penilaian Terhadap Hasil dan Manfaat Pemberdayaan**

Konsep pemberdayaan masyarakat tidakmempertentangkan pertumbuhan dengan pemerataan, karena seperti dikatakan oleh Donald (1995), keduanya tidak harus diasumsikan sebagai “incompatible or antithetical”. Konsep ini mencoba melepaskan diri dari perangkap “zero-sum game” dan “trade off”. Bertitik tolak dari pandangan bahwa dengan pemerataan tercipta landasan yang lebih luas untuk pertumbuhan dan yang akan menjamin pertumbuhan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, seperti dikatakan oleh Kirdar dan Silk (1995), “*the pattern of growth is just as important as the rate of growth*”. Yang dicari adalah seperti dikatakan Ranis, “*the right kind of growth*”, yakni bukan yang vertikal menghasilkan “*trickle-down*”, seperti yang terbukti tidak berhasil, tetapi yang bersifat horizontal (*horizontal flows*), yakni “*broadly based, employment intensive, and not compartmentalized*” (Ranis, 1995).

**3. Metode Penelitian**

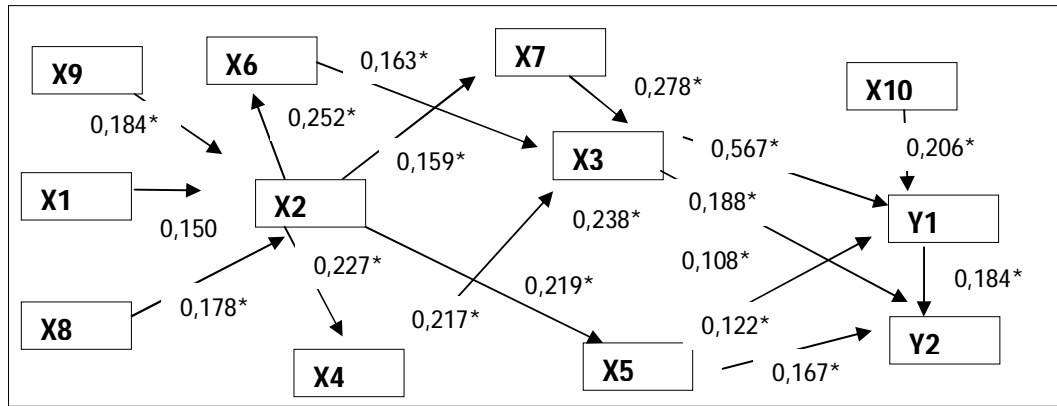


**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

Keterangan;

- X1: Informasi tentang CSR
- X2: Persepsi masyarakat tentang CSR
- X3: Partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan melalui CSR
- X4: Persepsi masyarakat tentang kinerja CSR
- X5: Persepsi masyarakat tentang dukungan pemerintah
- X6: Persepsi masyarakat tentang ragam kegiatan CSR
- X7: Persepsi masyarakat tentang ragam penerima manfaat CSR
- X8; Faktor-faktor eksternal
- X9: Faktor-faktor internal
- X10: Persepsi masyarakat tentang dinamika kelompok
- Y1: Penilaian terhadap hasil pemberdayaan melalui CSR
- Y2: Penilaian terhadap manfaat pemberdayaan melalui CSR

4. Hasil dan Pembahasan



Gambar 2. Hasil pengujian hipotesis

Keterangan

- X1: Informasi tentang CSR
- X2: Persepsi masyarakat tentang CSR
- X3: Partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan melalui CSR
- X4: Persepsi masyarakat tentang kinerja CSR
- X5: Persepsi masyarakat tentang dukungan pemerintah
- X6: Persepsi masyarakat tentang ragam kegiatan CSR
- X7: Persepsi masyarakat tentang ragam penerima manfaat CSR
- X8: Faktor-faktor eksternal
- X9: Faktor-faktor internal
- X10: Persepsi masyarakat tentang dinamika kelompok
- Y1: Penilaian terhadap hasil pemberdayaan melalui CSR
- Y2: Penilaian terhadap manfaat pemberdayaan melalui CSR

5. Kesimpulan dan saran

Simpulan

- 1) Konsep CSR Holcim PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant telah menunjukkan komitmen yang tinggi terhadap pelaksanaan CSR.
- 2) Hasil kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah mencakup bidang kesehatan, pendidikan, ekonomi, lingkungan
- 3) Persepsi dan partisipasi masyarakat tentang kegiatan pemberdayaan oleh Holcim dengan komitmen yang tinggi yang ditunjukkan oleh PT. Holcim Indonesia Tbk. Cilacap Plant diperkuat dengan hasil evaluasi terhadap persepsi dan masyarakat yang rata-rata menyatakan cukup baik, terhadap hasil-hasil dan manfaat CSR, dukungannya terhadap pembangunan daerah, maupun manfaatnya bagi perusahaan.
- 4) Faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian manfaat pemberdayaan melalui kegiatan CSR secara matematis adalah penilaian terhadap hasil pemberdayaan, persepsi berpengaruh secara nyata sebesar 23,50 %, persepsi tentang dinamika kelompok sebesar 49,90 %, persepsi tentang dukungan pemerintah sebesar 23,50 %, partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan sebesar 23,50 %, persepsi tentang ragam penerima manfaat sebesar 52,80 %, persepsi tentang ragam kegiatan CSR sebesar 52,80 %, persepsi tentang kinerja CSR sebesar 52,80 %, persepsi tentang CSR sebesar 2,50 %, faktor-faktor internal sebesar 10,70 %, factor-faktor internal besar 10,70 % dan informasi tentang CSR sebesar 10,70 %.
- 5) Rumusan model yang dapat digunakan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui CSR perusahaan penilaian terhadap manfaat pemberdayaan melalui kegiatan CSR perusahaan dipengaruhi oleh penilaian terhadap manfaat pemberdayaan melalui kegiatan CSR perusahaan sebesar 23,50 %, sedangkan variable tersebut dipengaruhi partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan sebesar 49,90 % yang didukung juga oleh persepsi tentang dinamika kelompok sebesar 49,90 %, sedangkan partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan dipengaruhi oleh

persepsi tentang ragam kegiatan CSR sebesar 52,80 %, sedangkan variable tersebut dipengaruhi oleh persepsi masyarakat tentang CSR sebesar 6,30 % sedangkan persepsi masyarakat tentang CSR dipengaruhi oleh informasi tentang CSR sebesar 10,70 %, factor-faktor internal sebesar 10,70 % dan factor-faktor eksternal sebesar 10,70 %.

### Saran

- 1) Implikasi praktis. Penerapan tanggungjawab sosial perusahaan lebih baik berdasarkan kepada kebutuhan dasar masyarakat dengan tidak boleh mengindahkan faktor-faktor internal perusahaan, factor-faktor eksternal, informasi tentang CSR dan persepsi tentang ragam penerima manfaat untuk lebih mengoptimalkan partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan melalui CSR. Sosialisasi tentang kegiatan pemberdayaan melalui kegiatan CSR sangat membutuhkan partisipasi aktif masyarakat mulai dari perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi kegiatan.
- 2) Implikasi teoritis. Untuk lebih memudahkan penerapan UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 4 dan PP Perseroan Terbatas No. 47 tahun 2012, perlu penjabaran operasional ditingkat wilayah, selain itu perlu disepakati adanya audit pihak ketiga pada setiap kegiatan CSR perusahaan. Dukungan dari pihak-pihak terkait dalam penyampaian pesan sangat penting dalam menumbuhkan partisipasi masyarakat dan bekerja sama dengan penerima manfaat pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan CSR

### Daftar Pustaka

- Abidin, Said Zainal. 2008. *Strategi Kebijakan dalam Pembangunan dan Ekonomi Politik*. Jakarta. Penerbit Suara Bebas.
- Asngari, Pang S. 1984. *Persepsi Direktur Penyuluhan Tingkat 'Keresidenan dan Kepala Penyuluh Pertanian Terhadap Peranan dan Fungsi Lembaga Penyuluhan Pertanian di Negara Bagian Texas Amerika Serikat*. Bogor. Media Peternakan 9 (2) : 1-43. IPB.
- Beal. 1964. *Adoption of Public Fallout Shelters*. Rural Sociology Report No. 49SDepartement of Sociology and Anthropology. State University Iowa.
- Berlo, 1961. *The Process Of Communication: An Introduction To Theory And Practice*. New York. Holt, Rinehart and Winston.
- Brilliant, Eleanor L. dan Kimberlee A. Rice. 1988. *Influencing Corporate Philantropy*. Social Work in the Workplace, New York. Springer Publishing Co.
- Brown, Lawrence A. 1981. *Innovation Diffusion: A New Perspective*. Methuen. London.
- Burke, 2004. *Sebuah Pendekatan Partisipatif dalam Perencanaan Kota*. Bandung. Penerbit Yayasan Sugijanto Soegijoko.
- Braun JV, McComb J, Fred-Mensah BK, Lorch RP. 1993. "Urban Food Insecurity and Malnutrition in Developing Countries: Trends, Policies, and Research Implication". *International Food Policy Research Institut*. Washington DC.
- Carney, Michael, Gedajlovic. 2001. "Corporate Governance and Firm Capabilities : A Comparison of Managerial, Alliance, and Personal Capitalisms". *Asia Pacific Journal of Management*. Vol. 18, No. 3.
- Crider. 1983. *The Practice of Social Research*. 8th edition. USA. Wadsworth Publishing Company.
- Conyes, Diana. 1991. *Perencanaan Sosial di Dunia Ketiga*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Elkington, John. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone. Oxford.
- Gupta, Ashok. 2003. "Why Should Companies Care". *Mid American Journal of Business*. Spring Press.
- Griffin, J. and Mahon, J. 1997. "The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate: Twenty Five Years Of Incompatible Research". *Business and Society*. Vol. 36.
- Hadisapoetro. S. 1968. *Pembangunan Pertanian*. Yogyakarta. Fakultas Pertanian UGM.
- Hadi, Sutrisno. 1993. *Methodology Research*. Yogyakarta. Fakultas Psikologi UGM.
- Hofstede, Geert. 1994. *Culture and Organizations*. HarperCollins Business. Hammersmith.

- Ife Jim. 1995. *Community Development: Creating Community Alternatives Vision Analysis and Practice*. Longman. Australia.
- Jung J. 1987. *Understanding Human Motivation: A Cognitive Approach*. New York. Mc Millan Publishing Co, Inc.
- Khasali Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations*. Jakarta. Penerbit Grafiti.
- Kotler and Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good For Your Company and Your Cause*. New Jersey. John Willey&Sons.
- Leavitt. 1978. *Psikologi Manajemen*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Litterer, Joseph A. 1973. *The Analysis of Organization*. New York. John Wiley & Sons.
- Mardikanto.T. 1993. *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Surakarta. Sebelas Maret University.
- , 1994. *Mengukur Tingkat Adopsi Dengan Tiga Tolak Ukur*. Prima Theresia Pressindo.
- , 2004. "Social Welfare Problems and Social Work in Indonesia". Trends and Issues Masalah Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial di Indonesia: Kecenderungan dan Isu". *International Seminar on Curriculum Development for Social Work Education in Indonesia*. Bandung. Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial.
- , 2009. *Sistem Penyuluhan Pertanian*. Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- , 2010. *Konsep-konsep Pemberdayaan Masyarakat*. Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. 2007a. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal*. Indonesia.
- , 2007b. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. Indonesia.
- Newcomb. 1956. *Social Psychology*. New York. Dryden Press Publishers.
- Saidi, Abidin. 2003. *Sumbangan Sosial Perusahaan, Profil dan Pola Distribusinya di Indonesia: Survei 226 Perusahaan di 10 Kota*. PIRAC. Jakarta. Ford Foundation.
- Saidi., Zaim, dan Hamid Abidin. 2004. *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta. Piramida.
- Slamet Margono. 1990. *Perspektif Ilmu Penyuluhan Pembangunan Menyongsong Era Tinggal Landas. Paper presented at the Seminar Sehari Peranan Penyuluhan Pembangunan Menyongsong Era Tinggal Landas*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Soetomo. 2006. *Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta. Penerbit. Pustaka Pelajar.
- Solihin. 2008. *Analisis Kebijakan Dari Formulasi Ke Implementasi Kebijakan Negara*. Edisi kedua. Jakarta. PT Buni Aksara.
- Steiner dan Miner. 1997. *Kebijakan dan Strategi Manajemen*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Subejo. 2008. *Sistem Penyuluhan di Jepang: Konsep, Peran dan Perkembangan Penyuluhan Pertanian dan Pedesaan*. Yogyakarta. UGM.
- Subejo dan Supriyanto. 2004. *Metodologi Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta. Fakultas Pertanian. UGM
- Sugiyono. 2001. *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung. CV Alfabeta.
- Susiloadi, Priyanto. 2008. "Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan". *Spirit Publik*. Vol. 4.No. 2. Diakses tanggal 21 Desember 2009.
- Sumodiningrat, Gunawan. 1996a. *Ekonometrika Pengantar*. Yogyakarta. BPFE
- , 1996b, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta. Bina Rena Pariwisata.
- Suharto Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*. Bandung. Refika Aditama.
- , 2007. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesehatan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Bandung. Rafika Aditama.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 tahun 2006 tentang *Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan*. Jakarta.
- Verhagen. 1979. *Corporate Citizenship*. Germany.
- Wood, D. J. 2002. "Corporate Social Performance Revisited". *Academy of Management Review*.