

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP
PARTISIPASI MEREKA DALAM PROGRAM CSR
PT HOLCIM INDONESIA Tbk – CILACAP PLANT**

Stephanus / Susanto

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Jl. Babarsari No.6 Yogyakarta 55281**

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi fokus perhatian dari banyak perusahaan. Survei *McKinley Survei Global* menunjukkan bahwa 76% dari eksekutif percaya bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memberikan kontribusi positif terhadap nilai pemegang saham jangka panjang, dan 55% eksekutif setuju bahwa CSR membantu perusahaan mereka membangun reputasi yang kuat. Dengan kata lain, CSR berkaitan dengan kebutuhan perusahaan untuk menaikkan citra positifnya, dan dengan melakukan CSR perusahaan dapat meningkatkan pencitraan yang baik di masyarakat. Dengan meningkatnya citra positif perusahaan di mata masyarakat, akan membuka peluang bagi perusahaan untuk dapat terus mengembangkan unit bisnisnya, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan secara berkelanjutan.

Pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT Holcim Indonesia Tbk, diharapkan bisa menjadi solusi untuk membangun citra positif dari masyarakat luas. Setidaknya, pelaksanaan program CSR bisa menjadi wadah tanggung jawab sosial PT Holcim Indonesia kepada masyarakat, di mana Holcim berdiri dan berkarya, juga diharapkan mampu berperan sebagai sarana untuk membina hubungan yang baik dengan masyarakat, dan secara tidak langsung membantu pemerintah dalam program pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat. Dalam mengkaji pelaksanaan program CSR pada sebuah perusahaan, penting kiranya untuk mendalami pula hubungan variabel persepsi dan partisipasi masyarakat untuk mengetahui keberhasilan program CSR.

Melalui karya tulis ilmiah berjudul, “**Persepsi Masyarakat Terhadap Partisipasi Mereka Dalam Program CSR PT Holcim Indonesia Tbk- Cilacap Plant**” penulis memfokuskan diri pada penelitian studi kasus mengenai persepsi terhadap partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT Holcim Indonesia, Tbk. Dari berbagai temuan penelitian yang ada, peneliti mengambil sebuah hipotesa bahwa dengan adanya persepsi yang baik maka akan terjadi partisipasi yang baik pula dari partisipan. Suksesnya suatu program dalam hal ini program CSR tergantung dari aktif atau tidak aktifnya partisipasi masyarakat untuk mensukseskan program CSR tersebut. Sehingga

dalam posisi ini peran aktif masyarakat sangat penting artinya bagi kelancaran dan keberhasilan program tersebut dan tercapainya tujuan secara mantap.

Makna positif atau negatif sebagai hasil persepsi seseorang terhadap program akan menjadi pendorong atau penghambat baginya untuk berperan dalam kegiatannya. Berbagai hal yang terjadi dan menjadi pengalaman yang kurang menyenangkan sering mengakibatkan warga masyarakat kurang mampu bersikap terbuka untuk secara jujur menyatakan persepsi dan pandangannya tentang suatu program CSR yang diselenggarakan

Kata kunci : Pentingnya CSR, Persepsi dan Partisipasi, Makna Positif dan Negatif

A. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadifokus perhatian dari banyak perusahaan. Survei *Mc Kinley Survei Global* menunjukkan bahwa 76% dari eksekutif percaya bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memberikan kontribusi positif terhadap nilai pemegang saham jangka panjang, dan 55% eksekutif setuju bahwa CSR membantu perusahaan mereka membangun reputasi yang kuat.¹ Dengan kata lain, CSR berkaitan dengan kebutuhan perusahaan untuk menaikkan citra positifnya, dan dengan melakukan CSR perusahaan dapat meningkatkan pencitraan yang baik di masyarakat. Dengan meningkatnya citra positif perusahaan di mata masyarakat, akan membuka peluang bagi perusahaan untuk dapat terus mengembangkan unit bisnisnya, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan secara berkelanjutan.

Persepsi dan partisipasi yang baik dalam pelaksanaan CSR merupakan dua hal penting untuk mencapai keberhasilan pelaksanaan program CSR. Persepsi merupakan hasil dari suatu proses pengambilan keputusan tentang pemahaman seseorang kaitannya dengan sesuatu obyek, stimuli atau individu yang lain. Kesan tentang stimuli tersebut dapat dipandang sebagai pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 1989:5).

¹Mc Kinsey (2010), "How Companies Manage Sustainability; Mc Kinsey Global Survey Results. www.mckinseyquarterly.com , diakses 31 Maret 2014.

Penafsiran tersebut mencakup banyak hal, antara lain adalah: penafsiran tentang perilaku individu, keadaan lingkungan, keinginan, kemauan, dan harapan-harapan (Tubbs dan Moss, 1996:40). Adapun Bornby (dalam Webster, 1976) mengartikan partisipasi sebagai tindakan untuk “mengambil bagian” yaitu kegiatan atau pernyataan untuk mengambil bagian dari kegiatan dengan maksud memperoleh manfaat. Sedang di dalam kamus sosiologi disebutkan bahwa partisipasi merupakan keikutsertaan seseorang di dalam kelompok sosial untuk mengambil bagian dari kegiatan masyarakatnya, di luar pekerjaan atau profesinya sendiri (Theodorson, 1969).

Melalui karya tulis ilmiah ini, penulis memfokuskan diri pada penelitian studi kasus mengenai persepsi terhadap partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT Holcim Indonesia, Tbk. Dari berbagai temuan penelitian yang ada, peneliti mengambil sebuah hipotesa bahwa dengan adanya persepsi yang baik maka akan diikuti partisipasi yang baik pula dari partisipan. Suksesnya suatu program dalam hal ini program CSR tergantung dari aktif atau tidak aktifnya partisipasi masyarakat untuk mensukseskan program CSR tersebut. Sehingga dalam posisi ini peran aktif masyarakat sangat penting artinya bagi kelancaran dan keberhasilan program tersebut dan tercapainya tujuan secara mantap.

Kaitannya dengan peran serta masyarakat dalam program CSR, peranan tokoh masyarakat baik formal maupun non-formal sangat penting terutama dalam memberi arahan, memberi contoh, dan menggerakkan keterlibatan seluruh warga masyarakat di lingkungannya guna mendukung keberhasilan program CSR. Apalagi di masyarakat pedesaan, peran tersebut menjadi faktor determinan karena kedudukan para tokoh masyarakat masih sangat kuat pengaruhnya, bahkan sering menjadi tokoh panutan dalam segala kegiatan hidup sehari-hari warga masyarakat. Persepsi warga masyarakat terhadap program tertentu merupakan landasan atau dasar utama bagi timbulnya kesediaan untuk ikut terlibat dan berperan aktif dalam setiap kegiatan program CSR tersebut.

Makna positif atau negatif sebagai hasil persepsi seseorang terhadap program akan menjadi pendorong atau penghambat baginya untuk berperan dalam kegiatannya. Berbagai hal yang terjadi dan menjadi pengalaman yang kurang menyenangkan sering mengakibatkan warga masyarakat kurang mampu bersikap terbuka untuk secara jujur menyatakan persepsi dan pandangannya tentang suatu program CSR yang diselenggarakan. Karena sering dilandasi oleh persepsi yang kurang positif maka keterlibatan yang ada sering merupakan partisipasi semu. Keadaan yang demikian itu bila sering terjadi maka akan berakibat kurang lancarnya kegiatan sesuai dengan rencana sehingga menyulitkan usaha pencapaian tujuan program secara utuh dan mantap (Sutopo, 1996: 132).

Hambatan yang sering muncul ketika partisipasi masyarakat terhadap suatu program pemerintah kurang maksimal bisa secara internal, berupa hambatan sosio-kultural, dan eksternal, hambatan dari birokrasi pemerintah (Miftah Thoha, tth: 11-17) Hambatan internal, merupakan hambatan dari dalam masyarakat itu sendiri, yang merupakan keengganan sebagian besar warga masyarakat untuk terlibat langsung dalam suatu program kegiatan. Hal ini disebabkan karena keadaan sosiokultural dan sosial-ekonomi, rendahnya pendidikan, dan kurangnya sarana dan prasarana mereka yang belum memungkinkan untuk secara aktif menyuarakan keinginan mereka. Sedangkan hambatan yang sifatnya eksternal adalah karena selama ini setiap ada program kegiatan pemberdayaan biasanya sistemnya sendiri yang lebih menekankan perencanaan dari atas (top-down) atau strategi center-down, yang kurang memperhatikan masyarakat arus bawah.

Akibatnya, yang dilakukan itu kadang-kadang menjadi tidak realistis dan mengalami stagnasi. Akibatnya juga banyak program menghadapi kendala dalam pelaksanaannya seperti kendala yang telah diuraikan di atas. Sehingga partisipasi warga masyarakat sangat kurang. Proses dan persepsi seseorang tidak mudah diungkap secara lengkap dan rinci, lebih-lebih apabila orang tersebut tidak bersikap terbuka. Banyak hal yang merupakan pengalaman seseorang dapat mempengaruhi makna hasil

persepsi terhadap kegiatan hubungan antar manusia dalam masyarakat. Selain tergantung dari bentuk dan proses interaksinya, persepsi seseorang sangat tergantung pada banyak faktor yang membentuk pengalamannya dalam kehidupan masyarakat itu sendiri.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk Memahami bagaimana persepsi masyarakat terhadap program CSR Holcim Indonesia dan persepsi masyarakat terhadap partisipasi mereka
2. Untuk membandingkan atau melihat hubungan antara DUA PERSEPSI, yaitu persepsi masyarakat terhadap program dan persepsi masyarakat terhadap partisipasi Mereka di dalam program. Lalu menjelaskan mengapa kedua persepsi tersebut, yang secara teoritik mestinya sejalan, tetapi data penelitiannya menunjukkan tidak sejalan (persepsi terhadap program buruk tapi persepsi terhadap partisipasi cukup baik).

C. Hasil dan Analisis

CSR Holcim Indonesia dilaksanakan dengan pembentukan wadah Posdaya yang memiliki fokus program yang terbagi menjadi 5 bidang yaitu, Pendidikan, kesehatan, perbaikan ekonomi, lingkungan dan kelembagaan. Melalui kajian analisa data sekunder dari laporan penelitian pihak pertama berjudul “Evaluasi Keterlibatan Masyarakat Dalam Kegiatan CSR Yang Dilakukan Oleh PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant “ (Tim Facilitator UNS, 2011) diperoleh temuan data dan analisa mengenai persepsi masyarakat terhadap program CSR Holcim Indonesia dan persepsi terhadap partisipasi mereka pada setiap bidang pemberdayaan dalam bentuk diagram, yang kemudian penulis tuangkan kembali dalam bentuk tabulasi untuk memudahkan analisa data dan menentukan nilai positif atau negatif pada variable persepsinya. Penelitian sebelumnya menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menghasilkan kesimpulan data bahwa rata rata persepsi masyarakat terhadap program CSR Holcim Indonesia adalah cukup baik

sampai baik ²: Sementara ketika penulis mencoba mentabulasikan data tersebut, hasilnya menjadi berbeda. Persepsinya terhadap program CSR prosentase terbesarnya adalah sangat buruk dan persepsinya terhadap partisipasi adalah sedang, karena adanya poin partisipasi yang cukup aktif. Untuk lebih menjelaskan temuan tersebut, berikut ini penulis sajikan tabulasi data dari penelitian sebelumnya :

a. Persepsi Masyarakat Terhadap Program CSR Holcim Secara Keseluruhan

Tabel.1 Persepsi Masyarakat Terhadap Program Secara Keseluruhan

No	Persepsi	Kategori					Total (%)
		Sangat Baik (%)	Baik (%)	Cukup baik (%)	Kurang baik (%)	Sangat Buruk (%)	
1	Bidang pendidikan	5,50	19,00	16,75	7,25	51,50	100
2	Bidang kesehatan	8,00	20,67	16,67	6,33	48,33	100
3	Bidang ekonomi	0,80	12,00	10,20	10,00	67,00	100
4	Bidang lingkungan	1,00	7,20	8,00	8,20	75,60	100
5	Bidang kelembagaan	0,57	12,86	20,57	9,29	56,71	100
	Rata2	3,17	14,34	14,44	8,21	59,83	100

b. Partisipasi masyarakat secara keseluruhan terhadap kegiatan CSR Holcim Indonesia

Tabel.2 Persepsi masyarakat terhadap partisipasi mereka secara keseluruhan terhadap kegiatan CSR Holcim Indonesia

No	Bentuk partisipasi	Kategori					Total (%)
		Sangat aktif (%)	Aktif (%)	Cukup aktif (%)	Kurang aktif (%)	Tidak aktif (%)	
1	Kehadiran dalam kegiatan CSR	9	17	20	16	38	100
2	Motivasi partisipasi	0	28	16	9	47	100
3	Aktivitas keterlibatan	6	29	41	14	10	100
4	Kesukarelaan keterlibatan	36	16	29	1	18	100
5	Imbalan yang diterima masyarakat dalam keterlibatannya	9	37	46	2	6	100
	Rata2	12,00	25,40	30,40	8,40	23,80	100

²Tim Peneliti UNS Facilitator, Evaluasi Keterlibatan Masyarakat Dalam Kegiatan CSR Yang Dilakukan Oleh PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant. Surakarta 2011. Hal.128

C.1. MENGAPA PERSEPSI MASYARAKAT BURUK ?

Mempelajari dan menganalisa data sekunder berupa hasil penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap program CSR dan persepsi masyarakat terhadap partisipasi dalam pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT Holcim Indonesia mengindikasikan adanya hubungan yang tidak sejalan antara persepsi terhadap program dan persepsi terhadap partisipasi. Secara logika berpikir, menjelaskan bagaimana persepsi yang positif terhadap program CSR akan menimbulkan persepsi yang tinggi pula terhadap partisipasi masyarakat dalam program CSR itu. Apabila masyarakat memandang program CSR Holcim itu positif berarti mereka melihat program itu mempunyai tujuan yang baik dan akan bermanfaat bagi mereka, bahwa mereka menganggap program CSR itu penting dan dapat membantu mereka meningkatkan kesejahteraan. Bila persepsi terhadap program CSR yang ditawarkan dan dilaksanakan oleh PT Holcim positif, maka besar kemungkinan mereka akan memandang perlu untuk berpartisipasi di dalam program tersebut, memandang penting untuk ikut serta atau terlibat dalam mensukseskan program itu. Namun dari analisa data di atas, kenyataannya hubungan dua variabel persepsi tersebut tidak sejalan. Persepsi terhadap program buruk, namun persepsi terhadap partisipasi sedang.

Persepsi masyarakat terhadap program CSR umumnya masih sangat buruk, bahkan untuk bidang ekonomi, lingkungan dan kelembagaan. Untuk pendidikan dan kesehatan walaupun banyak yang mempersepsikan dengan baik, namun prosentase persepsi buruk juga masih mendominasi sehingga perlu untuk lebih di tingkatkan.

Begitu pula pada hasil CSR bidang kelembagaan, hal ini menunjukkan bahwa penguatan kelembagaan nampaknya belum menyentuh kepentingan kelompok masyarakat di luar Posdaya. Sehingga, di masa depan, perlu perhatian terhadap penguatan kelembagaan di luar kepentingan posdaya.

Mengacu pada deskripsi di atas, persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan kegiatan CSR Holcim Indonesia masuk dalam kategori **Persepsi negatif**. Hal tersebut dikarenakan dari kesemua kategori partisipasi yang diujikan melalui olah data statistik, rata-rata terbesar menunjukkan angka lebih dari 50% responden memberikan persepsi yang sangat buruk dari semua kegiatan CSR Holcim secara keseluruhan, sehingga masih harus dilakukan peningkatan.

C.2 PARTISIPASI MASYARAKAT SEDANG

Merujuk pada temuan yang berkenaan dengan partisipasi pada pelaksanaan CSR Holcim, masyarakat cenderung memiliki **partisipasi sedang**. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat kehadiran dan motivasinya mengikuti ragam kegiatan CSR. Meskipun tetap juga membutuhkan peningkatan, namun kecenderungan untuk terlibat dalam kegiatan CSR Holcim sudah baik.

C.3 MENGAPA PERSEPSI TERHADAP PROGRAM TIDAK SEJALAN DENGAN PERSEPSI TERHADAP PARTISIPASI?

Apabila menggunakan logika berpikir secara teoritik semestinya, persepsi masyarakat sejalan dengan persepsi mereka terhadap partisipasinya, namun dari data penelitian yang ada menunjukkan adanya perbedaan bahwa hubungan antara dua persepsi tersebut tidak sejalan. Menurut data penelitian tersebut, persepsi masyarakat terhadap program CSR Holcim Indonesia rata-rata adalah buruk, sementara persepsi mengenai partisipasi mereka cenderung cukup aktif (sedang/lumayan baik).

Rahmat (2005) menyebutkan persepsi dibagi menjadi dua bentuk yaitu positif dan negatif, apabila objek yang dipersepsi sesuai dengan penghayatan dan dapat diterima secara rasional dan emosional maka manusia akan mempersepsikan positif atau cenderung menyukai dan

menanggapi sesuai dengan objek yang dipersepsikan. Apabila tidak sesuai dengan penghayatan maka persepsinya negatif atau cenderung menjauhi, menolak dan menanggapi secara berlawanan terhadap objek persepsi tersebut. Robbins (2002) menambahkan bahwa persepsi positif merupakan penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan yang positif atau sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Sedangkan, persepsi negatif merupakan persepsi individu terhadap objek atau informasi tertentu dengan pandangan yang negatif, berlawanan dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Penyebab munculnya persepsi negatif seseorang dapat muncul karena adanya ketidakpuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya ketidaktahuan individu serta tidak adanya pengalaman individu terhadap objek yang dipersepsikan dan sebaliknya, penyebab munculnya persepsi positif seseorang karena adanya kepuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya pengetahuan individu, serta adanya pengalaman individu terhadap objek yang dipersepsikan.

Menurut Leavitt (1997) individu cenderung melihat kepada hal-hal yang mereka anggap akan memuaskan kebutuhan-kebutuhan mereka, dan mengabaikan hal-hal yang dianggap merugikan/mengganggu. Menurut Robbins (2002) keadaan psikologis menjadi sangat berperan dalam proses interpretasi atau penafsiran terhadap stimulus, sehingga sangat mungkin persepsi seorang individu akan berbeda dengan individu lain, meskipun objek/stimulusnya sama. Davidoff (1988) menambahkan bahwa penafsiran sangat dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik pribadi dari pelaku persepsi, antara lain sikap, motif/kebutuhan.

Dari pendapat para ahli di atas, kita bisa mengetahui mengapa persepsi bisa menjadi positif atau negatif, dan ketika dalam penelitian ini lewat data yang ada disebutkan bahwa persepsi masyarakat terhadap program CSR adalah negatif maka bisa dikolaborasikan kembali factor

penyebabnya dengan pendapat para ahli yang telah dikemukakan di atas. Intinya, ketika persepsi masyarakat menjadi negative itu karena masyarakat masih merasa bahwa kebutuhan kebutuhannya yang diharapkan melalui program CSR Holcim Indonesia belum terpenuhi (adanya ketidakpuasan). Namun sebaliknya apabila persepsinya terhadap program CSR ada positif maka berarti ada kebutuhan kebutuhan masyarakat yang sudah terpenuhi melalui program CSR Holcim Indonesia (adanya kepuasan).

Persepsi masyarakat terhadap hasil CSR Holcim Indonesia masih buruk, karena disebabkan juga oleh adanya pemahaman yang buruk tentang perusahaan, namun apabila kemudian di ikuti oleh partisipasi yang cukup aktif hal ini berarti menandakan masyarakat pada dasarnya memiliki kemauan yang besar untuk mewujudkan perubahan yang baik untuk kehidupannya

D. Kesimpulan

Dalam kajian penelitian persepsi masyarakat terhadap program CSR dan persepsi terhadap partisipasi masyarakat dalam kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Holcim Indonesia maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Semua kelompok masyarakat rata-rata memberikan persepsi yang buruk tentang hasil CSR Holcim Indonesia. Berdasarkan kategori persepsi, maka hasil persepsi masyarakat terhadap kegiatan CSR Holcim Indonesia adalah tergolong sebagai **Persepsi Negatif**
2. Meskipun ada sebagian masyarakat yang menyatakan imbalan yang disediakan oleh PT Holcim Indonesia Tbk relative rendah , demikian juga terlihat dari kehadirannya, tetapi secara keseluruhan keterlibatan masyarakat, menunjukkan bahwa motivasi , aktifitas dan kesukarelaan dalam berpartisipasi masih kurang baik. Artinya persepsi negatif dari hasil kegiatan CSR Holcim Indonesia ternyata justru di ikuti dengan **partisipasi yang sedang** pula. Sehingga pengujian hipotesis bahwa persepsi akan

sejalan dengan partisipasinya, misalnya persepsi positif maka partisipasinya pun baik, atau sebaliknya tidak selalu benar (tidak terbukti). Seperti pada penelitian ini, penulis menemukan temuan bahwa persepsi yang buruk, tidak selalu diikuti dengan partisipasi yang rendah pula, namun justru diikuti oleh partisipasi yang tergolong kategori cukup aktif (sedang). Tentu saja ada beberapa faktor yang patut diduga menjadi penyebab adanya temuan ini, yakni kurangnya informasi mengenai CSR, pentingnya CSR dan manfaat CSR, kemudian program program CSR Holcim sebagian besar baru bersifat rencana jangka panjang, belum banyak yang langsung bisa dirasakan oleh masyarakat, sebagai contoh persepsi dalam bidang kesehatan mendapatkan persepsi yang tinggi (baik) karena pelayanan kesehatan tersebut segera diwujudkan nyatakan, berbeda dengan persepsi CSR bidang pendidikan yang tampak masih kurang. Persepsi terhadap Partisipasi yang tergolong cukup baik tersebut juga karena disebabkan oleh adanya partisipasi yang tinggi dari masyarakat, karenan kemauan, minat, dan kebutuhan masyarakat untuk bertumbuh kembang mewujudkan penghidupan yang lebih baik. Prosentase partisipasi yang baik dalam kategori partisipasi secara sukarela dalam bidang layanan kesehatan dan pendidikan, karena dua hal tersebut adalah kebutuhan mendasar bagi sebagian masyarakat.

3. Buruknya persepsi masyarakat terhadap ragam kegiatan CSR Holcim Indonesia juga tidak hanya disebabkan oleh karena kurangnya informasi seputar CSR, tentang kebermanfaatan, maupun keberlanjutan program. Melalui hasil diskusi pada pertemuan forum komunikasi masyarakat, aparat birokrasi, perusahaan dan LSM, buruknya persepsi masyarakat juga dikarenakan oleh adanya suatu pandangan negatif terhadap beroperasinya perusahaan tambang dan produsen semen PT Holcim Indonesia Tbk yang dianggap memiliki dampak yang kurang baik bagi lingkungan kehidupan
4. Untuk meningkatkan persepsi masyarakat, perusahaan perlu untuk lebih meningkatkan sosialisasi yang baik kepada masyarakat, seputar aktivitas

perusahaan, program CSR yang diselenggarakan dan kebermanfaatannya bagi usaha mendukung pembangunan daerah dan pembangunan sumber daya manusia yang berkelanjutan.



Daftar Pustaka

- Apo Leong and Chan Ka-wai. 2006. *Critical Reflection on CSR : Labour's Perspective*. Asian Labour Update
- Dwight W. Justice. 2003. *Corporate Social Responsibility : Challenges and Oppurtunity for Trade Unionsts, in Labour Education No. 130 ILO Bureau for Workers Activities*. Internaional Labour Office, Geneva.
- Iwang Gumilar (staff pengajar Fakultas Perikanan dan Ilmu kelautan). 2007. *Jurnal Akuatika” Vol III No.2/September 2012 (198-211),ISSN 0853-2523 Jurnal Sositologi*. Edisi 12 Tahun 6.
- M. Slamet. 1985. *Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Pedesaan*
- Philip Kotler and nancy lee. 2005. *Corporate Social Responsibility, Hoboken, NJ : John Wiley & Sons*. www.docstoc.com/docs/22732977/STUDI-KEPUSTAKAAN/.
- Soetrisno L. 1987. *Pokok Pokok Pembahasan Makalah Memantapkan Penyuluhan Pertanian di Indonesia*. Subang.
- Susilo Adi. 2010. *Jurnal Spirit Publik Implementasi CSR Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan*. Jurnal Penelitian.
- Tim Peneliti UNS Facilitator. 2011. *Evaluasi Keterlibatan Masyarakat Dalam Kegiatan CSR Yang Dilakukan Oleh PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant Surakarta* UNAPDI, Local Level Planning And Rural Development
- Totok Mardikanto, Prof. Dr, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung : Alfabeta. 2012 hal 125

INTERNET :

<http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/48129> (di akses pada tanggal 15 Juni 2014)

[http :www.staff.uny.ac.id/system/files/penelitian](http://www.staff.uny.ac.id/system/files/penelitian) (diakses tanggal 24 Juni 2014)

www.mckinseyquarterly.com Mc Kinsey (2010), “*How Companies Manage Sustainability; Mc Kinsey Clobal Survey Results*”. (diakses 31 Maret 2014)