

TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) DALAM PERSPEKTIF KEBIJAKAN PEMBANGUNAN PERTANIAN

Muhammad Iqbal dan Tahlim Sudaryanto

Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian

Jl. A. Yani No.70, Bogor 16161

ABSTRACT

It is necessary to implement the agricultural development by means of stakeholders' participation. One of the key stakeholders in agricultural development is private sector. The role of private sector through Corporate Social Responsibility (CSR) can be viewed as a strategic program to accelerate agricultural development program. Entry point of this program should be based on regulation legitimacy and socialization as well as collaborative activities supported by government incentive policy and social safety including community and other stakeholder participations. Setting up equal perception, commitment network, collective decision, and synergic activity between private sector and government participated by community and other stakeholders including non-government organization (NGO) are the bases to implement CSR Program in agricultural sector.

Key words : *corporate social responsibility, policy, agricultural development*

ABSTRAK

Implementasi pembangunan pertanian memerlukan partisipasi segenap jajaran pemangku kepentingan. Salah satu pemangku kepentingan yang memiliki peran kunci dalam hal ini adalah sektor swasta. Peran swasta melalui tanggungjawab sosial perusahaan dipandang cukup strategis dalam percepatan pembangunan pertanian. Titik tumpunya adalah melalui legitimasi peraturan perundang-undangan serta sosialisasi dan urun rembuk kegiatan seiring kebijakan insentif dan ketentraman sosial dari pemerintah yang didukung partisipasi masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Penyamaan persepsi, jalinan komitmen, keputusan kolektif, dan sinergi aktivitas antara pihak swasta dan pemerintah dengan melibatkan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya, termasuk lembaga swadaya masyarakat (LSM) merupakan basis dalam implementasi Program Tanggungjawab Sosial Perusahaan dalam sektor pertanian.

Kata kunci : *tanggungjawab sosial perusahaan, kebijakan, pembangunan pertanian*

PENDAHULUAN

Pembangunan antara lain dapat didefinisikan sebagai suatu proses perubahan sosial. Implementasinya tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan status dan kesejahteraan semata, tetapi sekaligus juga dimaksudkan untuk

mengembangkan potensi sumberdaya manusia baik secara ekonomi, sosial, politik, budaya, lingkungan, maupun moral melalui perbaikan (*improvement*), pertumbuhan (*growth*), dan perubahan (*change*).

Dalam konteks Indonesia, pembangunan sektor pertanian dapat dianggap sebagai salah satu tulang punggung pembangunan nasional yang implementasinya harus sinergis dengan pembangunan sektor lainnya. Kongkretnya, pembangunan pertanian diemban oleh departemen teknis terkait, pemerintah daerah, petani, masyarakat, pihak swasta, dan pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya. Koordinasi lintas institusi merupakan elemen pokok dalam mewujudkan tujuan dan sasaran pembangunan pertanian.

Pada hakekatnya, pembangunan pertanian diimplementasikan dalam beberapa program kegiatan. Program-program kegiatan tersebut diantaranya meliputi : (1) penerapan berbagai pola pemberdayaan masyarakat sebagai pelaku pembangunan agribisnis, terutama petani; (2) fasilitasi terciptanya iklim yang kondusif bagi perkembangan kreativitas dan kegiatan ekonomi masyarakat; (3) penyediaan prasarana dan sarana fisik oleh pemerintah dengan fokus pemenuhan kebutuhan publik yang mendukung sektor pertanian serta lingkungan bisnis secara luas; dan (4) akselerasi pembangunan wilayah dan stimulasi tumbuhnya investasi masyarakat serta dunia usaha (Deptan, 2002).

Salah satu pemangku kepentingan yang memiliki peran strategis dalam pembangunan pertanian adalah sektor swasta (dunia usaha). Peran swasta selama ini sudah cukup menonjol, khususnya dalam pengembangan agribisnis. Namun peran tersebut masih perlu ditingkatkan lagi dalam rangka memacu pembangunan pertanian agar lebih berdayaguna, khususnya bagi masyarakat pertanian. Salah satu peluang yang memungkinkan dalam rangka meningkatkan peran swasta dalam pembangunan pertanian adalah melalui implementasi Program Tanggung-jawab Sosial Perusahaan (*corporate social responsibility*), atau lebih dikenal dengan singkatan “*CSR*”.

Secara umum, tulisan ini bertujuan membahas Program *CSR* dalam perspektif kebijakan pembangunan pertanian. Secara khusus, fokus tulisan ini adalah membahas Program *CSR*, menganalisis sinergi Program *CSR* dengan kebijakan pembangunan pertanian, dan merekomendasikan implementasi Program *CSR* dalam kegiatan pembangunan pertanian.

KERANGKA KONSEPSI

Undang-Undang (UU) Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan DPR RI tanggal 16 Agustus 2007 telah menimbulkan reaksi, khususnya dari kalangan perseroan (perusahaan). Reaksi tersebut terutama menyangkut Pasal 74 yang memuat aturan mengenai kewajiban perusahaan dalam

melaksanakan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan. Selengkapnya, isi aturan Pasal 74 tersebut adalah seperti tertera pada tabel 1.

Tabel 1. Isi Aturan Pasal 74 UU No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas

Ayat	Isi Aturan
1	Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumberdaya alam, wajib melaksanakan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan
2	Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
3	Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
4	Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah

Sumber : Pemerintah RI, 2007

Kalangan dunia usaha menganggap bahwa Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan tidak semestinya diatur dengan peraturan perundang-undangan. Hal tersebut dapat mengganggu kelancaran iklim investasi, karena disamping bertentangan dengan prinsip kerelaan juga akan menjadi beban tambahan baru bagi perusahaan yang pada akhirnya tercermin dalam biaya produksi. Alasannya, Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan merupakan proses interaksi perseroan dengan masyarakat yang terjadi karena tuntutan masyarakat atau berdasarkan pertimbangan perusahaan sendiri.

Terlepas dari timbulnya reaksi tersebut, dasar implementasi Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan semestinya terletak pada sikap moral suatu perusahaan untuk membantu perbaikan-perbaikan sosial kemasyarakatan. Sikap moral tersebut seyogianya dilandasi bahwa berbuat moralis (*ethics*) merupakan hal penting dalam mendorong keberlangsungan kegiatan suatu perusahaan. Tanpa dukungan masyarakat dan lingkungan sosial, dalam jangka panjang sulit bagi suatu perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya. Kendati demikian, spontanitas untuk berbuat moralis biasanya sulit terjadi (khususnya di Indonesia). Oleh karena itu, perlu Undang-Undang dalam mengatur dan sekaligus memotivasi perusahaan untuk melaksanakan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungannya.

Meskipun selama ini sudah banyak perusahaan yang telah melaksanakan Program CSR dengan cara membantu masyarakat di sekitar tempat perusahaan beroperasi, misalnya dalam bentuk pembangunan infrastruktur, namun sebagian pelaksanaannya masih berorientasi pada langkah pengamanan (*community safety*

belt). Kadang-kadang pembangunan infrastruktur tersebut dilakukan dalam rangka menunjang kegiatan perusahaan tersebut, karena kegiatannya berada di lokasi dengan kondisi infrastruktur yang belum memadai.

Dalam perspektif etika bisnis, prinsip-prinsip CSR semestinya menjadi bagian yang melekat (*immanent*) pada suatu perusahaan (Budimanta, 2007). Dengan kata lain, perusahaan tidak hanya bertanggungjawab kepada pemegang saham tetapi juga kepada pemangku kepentingan lainnya seperti konsumen dan masyarakat luas. Dalam implementasinya, CSR harus menjadi kegiatan yang komplementer dengan program pembangunan yang diprakarsai pemerintah. Dengan kata lain, Program CSR diharapkan dapat mengisi ruang kebutuhan dan sekaligus mampu menjawab permasalahan masyarakat.

Program CSR dapat memberikan implikasi positif dalam meringankan beban pemerintah untuk biaya pembangunan, memacu investasi dunia usaha, dan memperkuat jaringan kerjasama atau kemitraan antara dunia usaha, pemerintah, dan masyarakat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks pembangunan pertanian, peluangnya cukup terbuka, yaitu melalui partisipasi urun rembug penyamaan persepsi, jalinan komitmen, keputusan kolektif, dan sinergi aktivitas antara pihak swasta dan pemerintah dengan melibatkan para pemangku kepentingan lainnya (masyarakat petani dan lembaga swadaya masyarakat/LSM) dalam bingkai kebijakan pembangunan pertanian yang komplementer.

TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)

Isu mengenai CSR sebetulnya telah ada sejak dimulainya perdagangan komersial. Dengan kata lain, sejarah CSR sudah terbentang lama sepanjang keberadaan dunia usaha. Salah satu catatan sejarah memuat bahwa sekitar tahun 1895, seorang pemilik perusahaan coklat “*Cadbury*” bernama George Cadbury membeli lahan seluas 120 *acres* (sekitar 55,8 hektar) yang selanjutnya digunakan untuk pembangunan rumah bagi karyawannya di kawasan pedesaan Borneville, Inggris. Disertai fasilitas pendidikan dan kesehatan, George Cadbury berkeyakinan bahwa para karyawannya akan lebih terampil dan sehat dalam menekuni pekerjaannya. Fenomena ini diyakini sebagai salah satu elemen tanggungjawab sosial perusahaan (Katsoulakos and Katsoulakos, 2006). Model seperti ini juga diterapkan beberapa perusahaan besar di Indonesia, misalnya PT Caltex dan PT Freeport.

Secara semantik CSR mengandung arti sesuai dengan kata-kata yang terkandung di dalamnya, yaitu “*corporate*” (korporasi), “*social*” (kemasyarakatan), dan “*responsibility*” (tanggungjawab). Dalam arti lebih lugas, CSR mencakup tanggungjawab perusahaan (lembaga profit) terhadap masyarakat di

sekitar wilayah operasi kegiatannya. Berdasarkan pengertian tersebut, tingkat tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sebetulnya tergantung pada skala dan perspektif perusahaan yang bersangkutan.

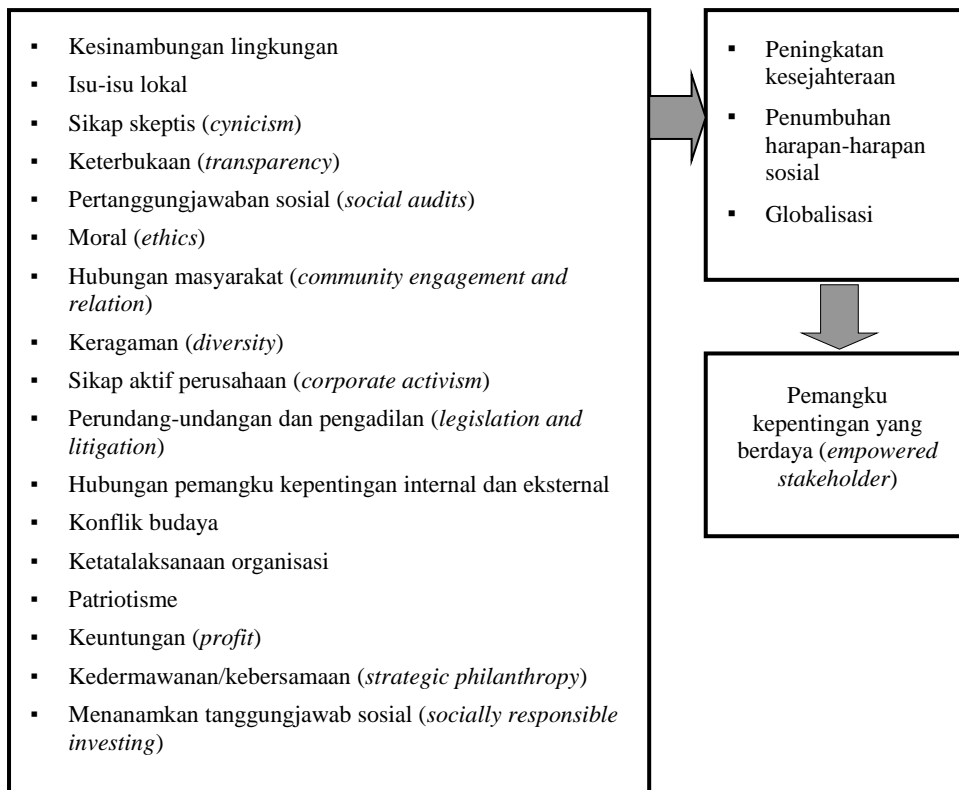
Secara spesifik, CSR memiliki beberapa definisi, seperti diuraikan dibawah ini (Anonimous, 2005) :

“The notion of companies looking beyond profits to their role in society is generally termed corporate social responsibility (CSR). It refers to a company linking itself with ethical values, transparency, employee relations, compliance with legal requirements and overall respect for the communities in which they operate. It goes beyond the occasional community service action, however, as CSR is a corporate philosophy that drives strategic decision-making, partner selection, hiring practices, and ultimately brand development” (South China Morning Post, 2002).

“The social responsibility of business encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary expectations that society has of organizations at a given point of time” (Archie B. Carroll, 1979).

“CSR in about business and other organizations going beyond the legal obligations to manage the impact they have on the environment and society. In particular, this could include how organizations interact with their employees, suppliers, customers, and the communities in which they operate as well as the extent they attempt to protect the environment” (The Institute of Directors, UK, 2002)

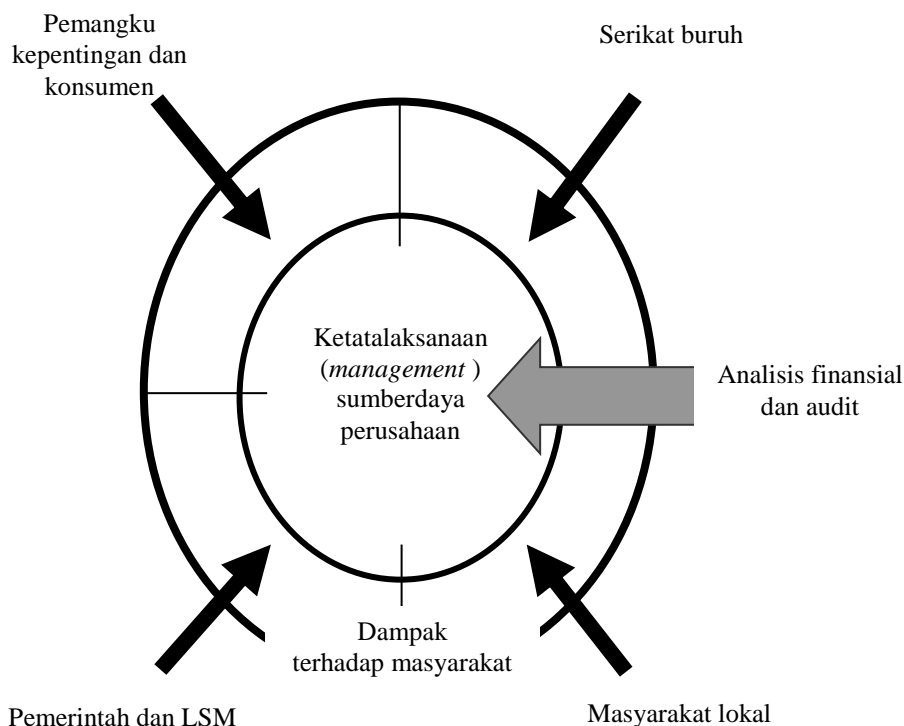
Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam prakteknya CSR harus sejalan dengan peraturan hukum, mendatangkan manfaat, bersifat etis, menghormati nilai-nilai sosial, dan memenuhi aspek akuntabilitas. Dengan kata lain, CSR merupakan tanggungjawab suatu organisasi perusahaan (korporasi) atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan yang sifatnya transparan, etis, konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan harapan para pemangku kepentingan, sesuai dengan hukum yang berlaku, sejalan dengan norma-norma perilaku internasional, dan terintegrasi dalam ketatalaksanaan organisasi perusahaan. Dengan demikian, minimal ada tujuh unsur tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu lingkungan, hak azasi manusia, perburuhan, pemberdayaan masyarakat, tata kelola organisasi (*organizational governance*), isu konsumen, dan praktek kegiatan bisnis yang sehat. Secara skematis, aspek-aspek yang terkandung dalam CSR dapat diperhatikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Elemen-elemen Penting CSR dalam Perspektif Global (adaptasi dari Anonimous, 2005)

CSR didefinisikan secara berbeda oleh masing-masing perusahaan, akan tetapi secara umum artikulasinya mengandung banyak persamaan. Kesamaan artikulasi tersebut menurut Baker (2007) terletak pada ketatalaksanaan (*management*) suatu perusahaan dalam mengelola bisnisnya agar dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat. Oleh karena itu, pada prinsipnya setiap perusahaan melakukan dua pendekatan penting dalam CSR, yaitu : (1) pendekatan kualitas sumberdaya perusahaan; dan (2) pendekatan kuantitas dampak kegiatan pada masyarakat. Selengkapnya, kedua pendekatan tersebut disajikan pada Gambar 2.

Meskipun CSR di Indonesia akhir-akhir ini cukup hangat dibicarakan, sebetulnya program sejenis relatif sudah lama dilakukan perusahaan di wilayah operasional kegiatannya. Program-program tersebut diterapkan melalui kegiatan pengembangan masyarakat (*community development/CD*) yang biasanya diorganisir oleh unit kerja khusus perusahaan (*Community Development Division*).



Gambar 2. Prinsip Pendekatan CSR Perusahaan (adaptasi dari Baker, 2007)

Salah satu contoh konkret Program CD telah dilakukan oleh perusahaan perminyakan PT Kondur *Petroleum SA* pada lokasi kegiatan operasinya di wilayah Kecamatan Merbau, Tebingtinggi Barat, dan Sungai Apit, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau (KPSA, 2005). Perusahaan ini memiliki tiga program utama, yaitu : (1) program peningkatan kualitas sumberdaya manusia, antara lain mencakup pemberian beasiswa, pelayanan pendidikan dan kesehatan, dan program magang; (2) program pelatihan terpadu dan pendidikan kesejahteraan keluarga, di antaranya meliputi bidang pertanian, peternakan, perikanan, dan ketenagakerjaan; dan (3) program pemberdayaan ekonomi, seperti koperasi dan bantuan dana bergulir. Intinya, program-program tersebut terbagi dalam tiga kategori, yaitu hubungan masyarakat (*community relation*), pelayanan masyarakat (*community services*), dan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*).

Khusus terkait dengan sektor pertanian, implementasi Program CSR belum begitu menonjol (Anonimous, 2007). Dengan kata lain, jumlah perusahaan yang terlibat dalam sektor pertanian melalui Program CSR masih relatif terbatas. Salah satu penyebabnya adalah karena umpan balik implementasi Program CSR

pada sektor pertanian memerlukan waktu yang lebih lama (terkait dengan siklus musim tanam) dibandingkan implementasi program yang sama di sektor non-pertanian. Selain itu, keberhasilan pada areal percontohan (*demonstration farm*) perlu ditindaklanjuti dalam lingkup yang lebih luas (*demonstration area*) dalam rangka mendapatkan umpan balik kegiatan.

Salah satu contoh Program CSR dalam sektor pertanian adalah yang dilakukan oleh PT Medco E&P. Perusahaan tersebut melalui yayasannya (*Medco Foundation*), telah melaksanakan Program CSR dalam bentuk pembinaan kelompok tani, bantuan sarana produksi, dan penyuluhan pertanian di Desa Bobojong, Kecamatan Mande, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Fokus kegiatannya adalah pengembangan usahatani padi dengan teknologi budidaya pertanian organik *SRI* (*System of Rice Intensification*) bekerjasama dengan Departemen Pertanian dan sejumlah organisasi sosial kemasyarakatan di Jawa Barat. Hasilnya, uji coba pelaksanaan Program CSR berbasis usahatani padi dengan cakupan areal (*demonstration farm*) seluas 7,5 hektar cukup berhasil, sehingga acara panennya dihadiri oleh Presiden RI dan Menteri Pertanian. Dengan nada optimis, pimpinan *Medco Foundation* mengemukakan bahwa swasembada beras dapat dicapai apabila perusahaan-perusahaan lainnya mengikuti pola kegiatan Program CSR ini (Anonymous, 2007).

Keberhasilan Program CSR sektor pertanian yang dilakukan *Medco Foundation* seyogianya dapat dijadikan acuan untuk mengajak perusahaan-perusahaan lain terlibat dalam kegiatan pengembangan sektor ini. Oleh karena itu, sinergi Program CSR dengan kebijakan pembangunan pertanian perlu disiapkan khususnya terkait dengan aspek kelembagaan.

SINERGI PROGRAM CSR DENGAN KEBIJAKAN PEMBANGUNAN PERTANIAN

CSR boleh dikatakan telah menjadi kebutuhan yang dirasakan bersama antara dunia usaha, pemerintah, dan masyarakat berdasarkan prinsip kemitraan dan kerjasama. Di satu sisi, CSR merupakan strategi yang harus dilakukan agar perusahaan mampu mempertahankan kelangsungan kegiatannya. Di sisi lainnya, CSR menjadi penting, antara lain karena pesatnya perkembangan ekonomi, semakin kompleksnya masalah sosial, dan relatif belum melembaganya tanggungjawab sosial pada beberapa perusahaan.

Sehubungan dengan isu di atas, Departemen Sosial (Depsos, 2005) memberikan empat kriteria acuan klasifikasi Program CSR. Keempat kriteria acuan tersebut adalah : (1) norma dan tata nilai masyarakat; (2) hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku; (3) praktek bisnis dan budaya

perusahaan; dan (4) perspektif individu. Penjelasan selengkapnya tentang keempat kriteria tersebut diuraikan di bawah ini.

Pertama, norma dan tata nilai masyarakat penting untuk dipertimbangkan mengingat eksistensi dan penerapannya berbeda antar wilayah dan antar etnis. Oleh karena itu, implementasi Program CSR harus sejiwa dan sejalan dengan norma dan tata nilai masyarakat di tempat perusahaan beroperasi. Hal ini perlu dijadikan catatan karena introduksi perubahan atau kegiatan adakalanya sensitif terhadap norma dan tata nilai suatu masyarakat.

Kedua, dari aspek hukum dan peraturan perundang-undangan, acuan klasifikasi Program CSR antara lain didasarkan pada : (1) Undang-Undang Nomor 6 tahun 1974 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Kesejahteraan Sosial; (2) Undang-Undang Nomor 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas; (3) Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN; (4) Peraturan Pemerintah Nomor 25 tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah Pusat dan Kewenangan Daerah Otonom; (5) Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah; dan (6) Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya menyangkut Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.

Ketiga, praktek bisnis dan budaya perusahaan merupakan acuan klasifikasi penting lainnya karena setiap perusahaan memiliki karakteristik praktek bisnis dan budaya spesifik. Spesifikasi karakteristik tersebut sesuai dengan jenis usaha (manufaktur, jasa, dsb.), skala unit kerja, kinerja keuangan (*financial performance*), sensitivitas, sejarah (lama waktu) operasional kegiatan, dan cakupan wilayah operasi usaha yang selanjutnya berpengaruh terhadap implementasi Program CSR baik dalam melayani kepentingan internal (para karyawan dan keluarga mereka) maupun bagi kepentingan eksternal (publik atau masyarakat luas).

Keempat, perspektif individu patut dijadikan perhatian mengingat manusia memiliki latar belakang dan aspirasi yang berbeda antara satu dengan lainnya. Hal ini perlu disadari karena sebagian individu mungkin memperoleh manfaat tetapi sebagian lainnya mungkin memperoleh dampak negatif dari implementasi Program CSR. Oleh karena itu, kata kunci dalam menjawab perspektif individu ini adalah “partisipasi”, yaitu sebagai tatanan mekanisme bagi penerima manfaat (*beneficiary*) untuk jaminan kesetaraan (*equity*) dan kelangsungan (*sustainability*) Program CSR.

Acuan klasifikasi di atas ditujukan guna membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan agar Program CSR dapat diimplementasikan secara efektif dan efisien, dipertanggungjawabkan kepada segenap pemangku kepentingan, dan bermanfaat baik bagi lingkungan sosial masyarakat maupun bagi perusahaan sendiri. Prinsip dasar implementasinya dapat mengacu pada beberapa komponen sebagaimana tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Prinsip dan Komponen Dasar Implementasi Program CSR

Prinsip	Komponen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interdependensi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pemangku kepentingan (perusahaan, pemerintah, dan masyarakat)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pemberdayaan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maksimalisasi kemampuan masyarakat agar mandiri dan mampu memandirikan masyarakat lainnya
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Partisipatif 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dukungan kerjasama
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemandirian/keswadayaan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dibangun sejak dini, mandiri, dan tidak bersifat ketergantungan
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Profesionalisme dan kepakaran 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Komitmen yang kuat dari individu-individu sesuai dengan keahliannya
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prioritas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sebelum, selama, dan setelah perusahaan beroperasi
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diversitas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menghargai heterogenitas dan humanitas (<i>human right</i>)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Harmonisasi/dinamisasi hubungan internal (<i>good employee relationship</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sebagai dasar untuk membina hubungan eksternal
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saling menguntungkan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Value</i> dan <i>benefit</i> bagi masyarakat dan perusahaan
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terpadu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peningkatan kualitas lingkungan dan sosial ekonomi masyarakat
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hubungan internasional yang baik (<i>good international relationship</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Globalisasi (eksistensi, kompetisi, investasi, dan tanggungjawab sosial)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Praktek pasar yang terpercaya (<i>reliable market practices</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tanggungjawab sosial, eksistensi, dukungan kepercayaan masyarakat
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Taat pada peraturan, terutama perpajakan (<i>fiscal responsibility</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Legitimasi dan taat hukum
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Akuntabilitas usaha (<i>auditing, monitoring, evaluation, reporting</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Efektivitas program harus dapat diukur oleh pihak independen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terukur (<i>measurable</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuantitatif dan kualitatif
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transparan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nyata dan apa adanya, serta tidak bersifat kosmetik (<i>window dressing</i>)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Non-konflik 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Iklim usaha yang damai, saling membangun, dan menjaga kelestarian lingkungan
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kelerasan <i>input-process-output</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perencanaan, alokasi biaya, efektivitas program, dan pencapaian hasil
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Berkesinambungan (<i>sustainable</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dilakukan secara terus menerus (<i>iterative</i>) dengan menjaga keseimbangan sumberdaya yang ada (perusahaan, masyarakat, dan alam)

Sumber : Disarikan dari Depsos, 2005

Implementasi Program CSR seyogianya mengacu pada prinsip dan komponen dasar di atas. Dengan kata lain, program ini harus direncanakan,

diimplementasikan, dipantau dan dinilai (*monitoring and evaluation*), dan dikembangkan dalam rangka pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) sambil sekaligus menjaga kelangsungan usaha (*business sustainability*) perusahaan. Strategi yang dapat digunakan antara lain melalui pengembangan kapasitas (*capacity building*), kemitraan dan kolaborasi, dan penerapan inovasi. Sementara itu, ruang lingkup dan komponen kegiatannya dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan (Tabel 3).

Tabel 3. Ruang Lingkup dan Komponen Kegiatan Program CSR

Ruang Lingkup	Komponen Kegiatan	Peran Perusahaan
Kegiatan Sosial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pendidikan, pelatihan, kesehatan, perumahan, penguatan kelembagaan (secara internal, termasuk kesejahteraan karyawan), kesejahteraan sosial, olahraga, pemuda, wanita, agama, kebudayaan, dan sebagainya. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penyediaan dan pengalokasian dana kegiatan, fasilitasi instruktur sesuai dengan kegiatan, serta pengawasan dan evaluasi
Kegiatan Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kewirausahaan, kelompok usaha bersama/unit mikro kecil dan menengah (KUB/UMKM), agribisnis, pembukaan lapangan kerja, infrastruktur ekonomi, dan usaha produktif lainnya. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penyediaan dan pengalokasian dana bantuan modal, fasilitasi pelatihan ketrampilan, program magang, pembangunan infrastruktur secara selektif dan berdayaguna, bantuan akses terhadap pasar, serta pengawasan dan evaluasi.
Kegiatan Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penghijauan, reklamasi lahan, pengelolaan air, pelestarian alam, ekowisata, penyehatan lingkungan, pengendalian polusi, serta penggunaan produk dan energi secara efisien. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penyediaan dan pengalokasian dana kegiatan, penerapan analisis dampak lingkungan (amdal), fasilitasi pelatihan, pembangunan prasarana dan sarana pendukung, serta pengawasan dan evaluasi.

Sumber : Depsos, 2005 (modifikasi)

Dari strategi dan ruang lingkup kegiatan sebagaimana dikemukakan di atas, sinergi Program CSR dengan kebijakan pembangunan pertanian cukup strategis untuk diimplementasikan. Hal tersebut dilandasi pertimbangan bahwa selama ini kebijakan pembangunan pertanian memang dilaksanakan dalam bentuk introduksi dan penerapan inovasi, pengembangan kapasitas petani, dan jalinan kemitraan dalam ruang lingkup sosial ekonomi yang berwawasan lingkungan.

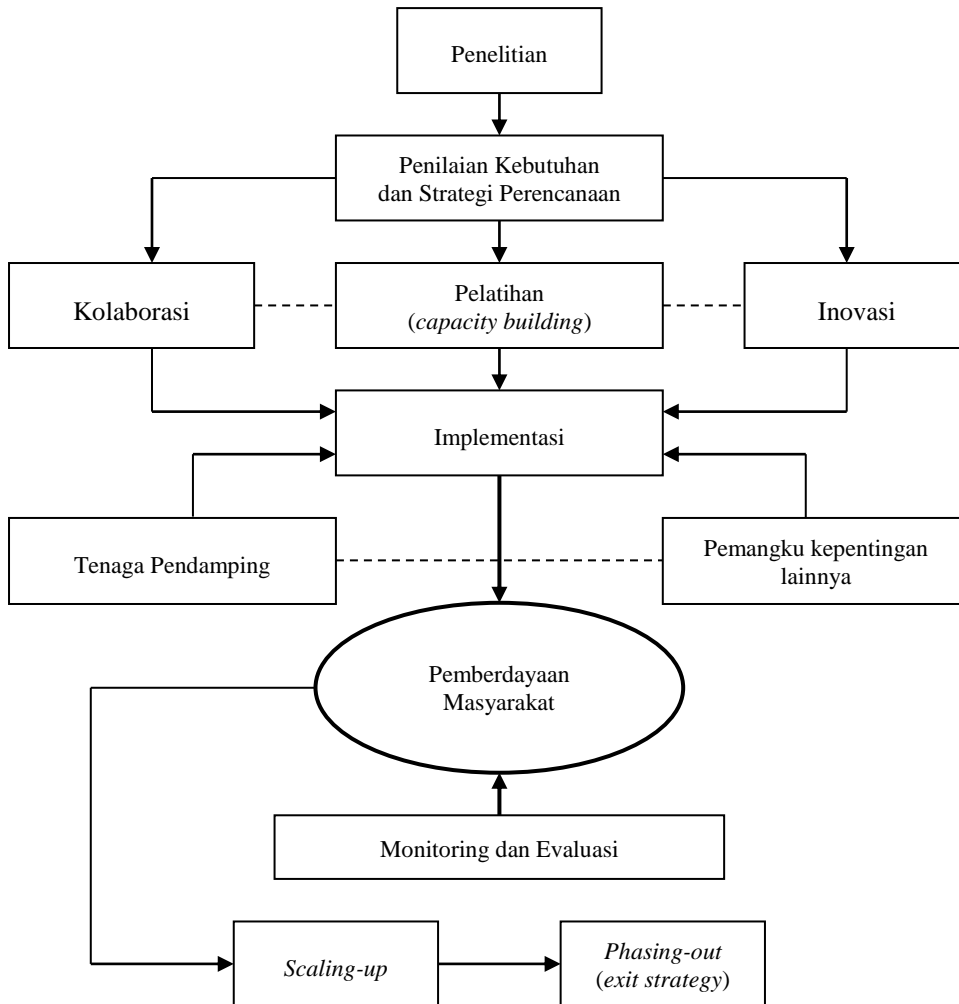
Berbagai bentuk introduksi dan penerapan inovasi telah dilakukan Departemen Pertanian melalui beberapa program mulai dari Bimas, Insus, Supra Insus, Sutpa, Inbis, Primatani, dan lain-lain. Program-program tersebut juga disertai dengan pengembangan kapasitas petani baik melalui penyuluhan, pelatihan, maupun studi banding atau kegiatan magang lingkup nasional dan internasional. Sementara itu, program kemitraan juga sudah banyak ditempuh meliputi berbagai komoditas. Namun demikian, peran pemerintah (Departemen Pertanian) dalam implementasi program-program tersebut masih lebih dominan baik dari segi alokasi dana maupun curahan waktu dan tenaga. Oleh karena itu, keterlibatan perusahaan (swasta) perlu diintensifkan terutama melalui kebijakan insentif karena orientasi perusahaan pada dasarnya adalah untuk mendapatkan keuntungan. Tanpa insentif yang rasional, rasanya sulit melakukan sinergi antara Program CSR dengan kebijakan pemerintah dalam pembangunan pertanian baik dalam arti sempit (mikro) apalagi dalam skala yang lebih luas (makro).

Budimanta (2007) mengemukakan bahwa secara garis besar ada tiga kategori perusahaan yang sudah melaksanakan Program CSR. *Pertama*, perusahaan yang secara persisten sudah melakukan Program CSR sebagai bagian dari budaya perusahaan. Contohnya, PT Astra melalui kegiatan pembinaan bagi karyawan dan kepedulian terhadap lingkungan (memperoleh penghargaan ISO 14000). *Kedua*, perusahaan yang mulai sadar akan pentingnya CSR dari sisi kesinambungan usaha. Misalnya PT Sinar Mas Grup melalui yayasannya (Eka Tjipta Foundation). *Ketiga*, perusahaan yang relatif belum sadar mengenai pentingnya Program CSR. Perusahaan semacam ini masih melakukan “*business as usual*”, atau dengan kata lain belum menyadari Program CSR sebagai bagian yang melekat dalam operasional kegiatannya.

Disamping adanya insentif yang rasional, sinergi Program CSR dengan kebijakan pembangunan pertanian harus berlandaskan pada pembagian tugas yang jelas antara perusahaan, pemerintah, masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Semuanya merupakan pilar penggerak kegiatan komplementer dalam hal saling berbagi gagasan, pelaksanaan, penilaian, tanggungjawab, risiko, dan manfaat dalam konteks kebijakan pembangunan pertanian.

REKOMENDASI IMPLEMENTASI PROGRAM CSR DALAM KEGIATAN PEMBANGUNAN PERTANIAN

Titik tumpu (*entry point*) implementasi Program CSR adalah partisipasi, fasilitasi, dan intervensi dalam piranti kelembagaan dengan muara pemberdayaan masyarakat. Mengingat implementasi Program CSR tergantung pada ketersediaan dana, waktu, dan tenaga pihak-pihak yang berkepentingan di dalamnya (terutama perusahaan), maka pemberdayaan masyarakat merupakan konsep pokok yang harus disiapkan terlebih dahulu secara matang. Kerangka acuannya dapat diperhatikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Konsep Acuan Pemberdayaan Masyarakat

Terdapat tujuh komponen pokok yang harus ada dalam proses pemberdayaan masyarakat, yakni penelitian, pelatihan, kerjasama, inovasi, pemangku kepentingan, tenaga pendamping, serta pengawasan dan evaluasi. Semua komponen tersebut diimplementasikan dalam konsepsi “partisipatif”.

Pertama, penelitian merupakan langkah awal (*entry point*) penggalan data dan informasi untuk dijadikan pedoman dalam menentukan rencana strategis (*strategic plan*) sesuai kebutuhan (*needs*). Metodologi yang dapat digunakan antara lain *Participatory Rural Appraisal (PRA)*, *Participatory Learning Action Planning (PLAP)*, *Participatory Action Research (PAR)*, *Participatory Rapid Community Appraisal (PARCA)*, *Focused Group Discussion (FGD)*, dan *Benchmark (Baseline Study)*.

Kedua, pelatihan dengan fokus pengembangan kapasitas (*capacity building*) terhadap target pemberdayaan. Pelatihan akan berjalan efektif apabila dilengkapi jalinan kerjasama dengan pihak lain yang memiliki kepakaran dan komitmen, serta mengandung muatan inovasi spesifik lokasi. Sinkronisasi semua komponen tersebut diwujudkan dari hasil penelitian.

Ketiga, selain para pemangku kepentingan yang notabene terlibat dan berkiprah dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, kehadiran tenaga pendamping cukup penting. Tenaga pendamping ini seyogianya gabungan dari petugas instansi pemerintah dan unsur LSM yang tinggal dan kontak langsung dengan masyarakat dalam rangka fasilitasi diskusi dan implementasi pemberdayaan. Disamping itu, tenaga pendamping juga berperan sebagai mediator antara masyarakat dengan sponsor program pemberdayaan.

Keempat, komponen yang tidak kalah pentingnya adalah pengawasan dan evaluasi yang secara partisipatif dilakukan oleh semua pemangku kepentingan dan pihak luar yang bersifat independen. Komponen ini merupakan masukan untuk modifikasi dan penyempurnaan kegiatan pemberdayaan agar pelaksanaannya berjalan efektif dan efisien.

Kelima, kegiatan-kegiatan yang memiliki prospek bagus dan berdayaguna patut dikembangkan (*scaling-up*). Berikutnya perlu disadari bahwa filosofi pemberdayaan adalah menciptakan kemandirian dan bukan ketergantungan. Konsep pemberdayaan bukan hanya ibarat memberikan kail untuk menangkap ikan, tetapi yang terpenting adalah bagaimana cara menangkap ikannya. Oleh karena itu, pada saat kemandirian telah tercapai (*empowerment*), maka tiba saatnya untuk melepaskan diri dari masyarakat. Sebelumnya perlu disiapkan langkah-langkah khusus (*exit strategy*) yang akan diterapkan menjelang tahap itu (*phase-out*).

Pemberdayaan masyarakat bukanlah hal mudah, tetapi juga relatif tidak sulit. Komitmen, kesabaran, serta belajar sambil berbuat (*learning by doing*) dan berbuat secara berulang (*iterative*) merupakan kunci pokok dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Hal penting lainnya adalah agar semua proses kegiatan terdokumentasikan secara baik.

Dalam pembangunan pertanian, terdapat tiga permasalahan klasik yang dihadapi petani, yaitu lemahnya permodalan, terbatasnya kemampuan teknologi, dan rendahnya aksesibilitas pasar. Dengan kata lain, ketidakberdayaan petani terletak pada ketiga hal klasik tersebut dan sekaligus merupakan akar masalah yang harus dicarikan solusinya, yakni dalam rangka mengembangkan kapasitas mereka terkait dengan ketatalaksanaan agribisnis. Oleh karena itu, titik tumpu (*entry point*) rekomendasi implementasi Program CSR dalam kegiatan pembangunan pertanian selayaknya menyangkut ketiga permasalahan dimaksud. Secara konseptual, solusi dalam mengatasi ketiga permasalahan klasik tersebut disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Solusi dan Rekomendasi dalam Mengatasi Permasalahan pada Sektor Pertanian melalui Program CSR

Permasalahan	Solusi	Rekomendasi
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Permodalan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penyaluran bantuan dana kredit sistem bergulir ▪ Pendekatan ke lembaga kredit permodalan berbunga rendah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rekalayasa skim bantuan dana kredit bergulir ▪ Kerjasama dengan lembaga kredit permodalan (misalnya bank)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teknologi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introduksi inovasi teknologi ▪ Bimbingan penyuluhan ▪ Pelatihan dan studi banding 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kerjasama dengan lembaga penelitian, Dinas terkait, dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pasar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kerjasama pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Program kemitraan agribisnis (<i>on-farm</i> dan <i>off-farm</i>) berlandaskan keselarasan, saling ketergantungan, dan saling menguntungkan

Dari sisi permodalan, Departemen Pertanian sebetulnya telah menggulirkan beberapa skim pembiayaan melalui penyaluran bantuan dana kredit kepada petani. Skim pembiayaan tersebut antara lain Kredit Usaha Tani (KUT), Kredit Ketahanan Pangan (KKP), Skim Pelayanan Pembiayaan Pertanian (SP3) dan Dana Penguatan Modal-Lembaga Usaha Ekonomi Perdesaan (DPM-LUEP). Dalam hal teknologi, introduksi inovasi teknologi, bimbingan penyuluhan dan pelatihan, dan studi banding merupakan kegiatan utama (*core activity*) yang selalu sejalan dengan pengembangan berbagai kegiatan subsektor pertanian. Dari aspek pasar, beberapa program kemitraan juga telah dilaksanakan, misalnya kemitraan usaha ternak unggas, hortikultura, dan lain-lain.

Kendati skim pembiayaan di atas sudah cukup banyak diinisiasi dan diimplementasikan Departemen Pertanian, bisa saja kalangan perusahaan tidak mengetahui atau belum sepenuhnya memahami eksistensi skim pembiayaan tersebut. Demikian juga halnya dengan aspek teknologi. Sementara itu, implementasi program kemitraan selama ini relatif bersifat parsial, yakni hanya dengan beberapa kalangan perusahaan tertentu. Oleh karena itu, sinergi yang tepat antara pemerintah dengan perusahaan dalam konteks implementasi Program CSR adalah melalui sosialisasi program-program strategis. Melalui proses sosialisasi, program-program pemerintah diperkenalkan kepada perusahaan. Sebaliknya, kalangan perusahaan juga dapat mengemukakan program-program yang mereka miliki kepada pemerintah. Intinya, implementasi Program CSR disinergikan berdasarkan negosiasi kesepakatan yang transparan sesuai aspek-aspek CSR yang dimiliki perusahaan menurut skala dan kemampuannya melalui beberapa alternatif peluang. Dalam hal ini perlu dibentuk suatu lembaga mediator (*intermediary*), karena tanpa eksistensi dan peran lembaga ini sulit rasanya untuk merealisasikan

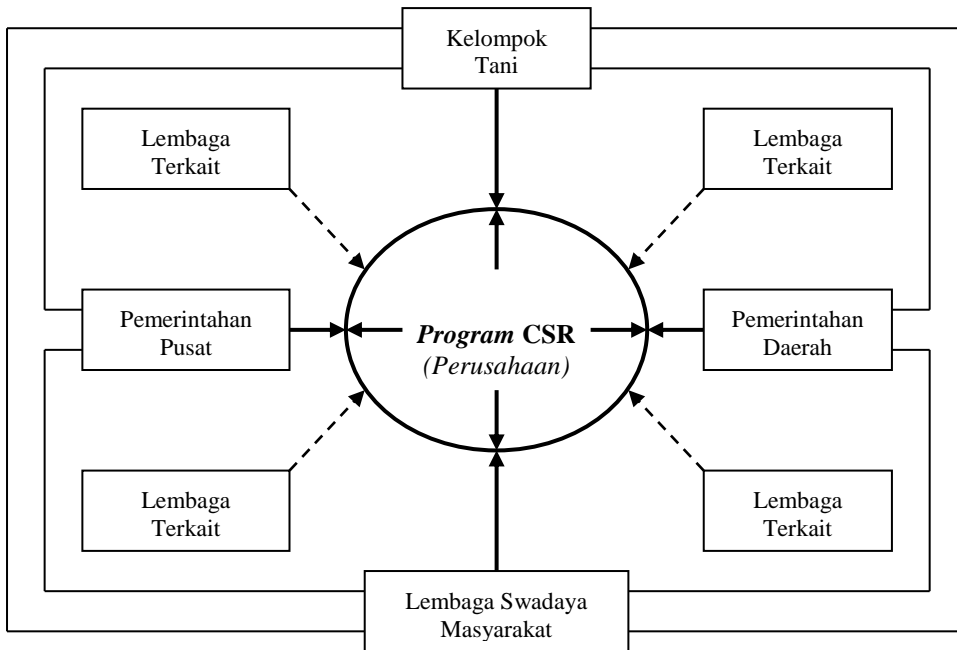
Program CSR. Institusi paling strategis dalam mengemban tugas ini adalah pemerintah daerah (misalnya Bappeda) sesuai dengan lokalitas pelaksanaan Program CSR.

Pertama, peluang dalam sinergi permodalan salah satunya dapat ditempuh melalui upaya membantu petani agar bisa akses ke lembaga permodalan (Bank) dan sekaligus diusahakan agar perusahaan mau menjadi penjamin kredit (*avalis*). Peluang ini cukup strategis dilaksanakan, mengingat pihak perusahaan selama ini memiliki akses yang cukup baik dengan lembaga perbankan. Namun perlu digarisbawahi bahwa peluang tersebut juga tidak mudah direalisasikan, karena perusahaan memiliki sikap kehati-hatian yang cukup tinggi dalam ketatalaksanaan organisasinya. Oleh karena itu, kebijakan insentif merupakan salah satu solusi yang perlu diciptakan untuk menarik perhatian perusahaan dalam merealisasikan peluang sinergi permodalan. Salah satu bentuk kebijakan insentif yang cukup realistis adalah pemberian keringanan pajak kepada perusahaan. Dana dari keringanan pajak tersebut diharapkan dapat dialokasikan guna menunjang implementasi Program CSR.

Kedua, sinergi teknologi memiliki peluang yang cukup tinggi karena di satu pihak Departemen Pertanian memiliki komponen paket teknologi berikut kualitas sumberdaya manusianya. Di lain pihak, perusahaan memiliki dana khusus terkait dengan Program CSR. Selama ini perusahaan boleh dikatakan relatif kurang memiliki sumberdaya manusia yang cukup dalam pelaksanaan program-program eksternalnya. Dengan demikian, banyak perusahaan yang meminta jasa konsultan dalam penanganan program-program pengembangan masyarakat (*community development*). Oleh karena itu, sinergi kegiatan introduksi teknologi berikut bimbingan penyuluhan dan pelatihan merupakan *entry point* yang cukup strategis dalam Program CSR.

Ketiga, sinergi kerjasama pemasaran dapat diimplementasikan berdasarkan konsep agribisnis, yaitu mulai dari hulu hingga hilir (*on-farm* dan *off-farm*). Salah satu peluang yang cukup sederhana dan realistis untuk dilaksanakan adalah pemasokan bahan kebutuhan pangan untuk karyawan perusahaan. Masyarakat di sekitar wilayah operasi kerja perusahaan diharapkan dapat memasok kebutuhan pangan seperti sayuran dan sebagainya bagi karyawan perusahaan. Implementasinya dapat ditempuh melalui fasilitasi bantuan teknis dari pemerintah (Dinas terkait) bersama LSM dalam konteks Program CSR yang berlandaskan kontrak kesepakatan antara petani dengan perusahaan. Isi kontrak kesepakatan mencakup kontinuitas pasokan ditinjau dari segi kuantitas, kualitas, waktu, harga dan sebagainya.

Rekomendasi implementasi Program CSR bidang pertanian diilustrasikan pada Gambar 4. Dapat diperhatikan bahwa komponen Program CSR meliputi sponsor (perusahaan), fasilitator (pemerintahan pusat, pemerintahan daerah, dan lembaga terkait baik formal maupun non-formal, termasuk LSM), dan target atau sasaran (kelompok tani).



Gambar 4. Rekomendasi Implementasi Program CSR Bidang Pertanian

Ilustrasi pada Gambar 4 di atas menggambarkan bahwa semua komponen memiliki pola eksistensi dan orientasi terkait dengan Program CSR. Wujudnya pola tersebut harus berlandaskan prinsip koordinasi, partisipasi, dan integrasi melalui peran sentral perusahaan dengan penjabaran sebagai berikut :

1. Perusahaan adalah pelaksana utama Program CSR, dimana menurut peraturan perundang-undangan wajib memiliki kepedulian (tanggungjawab) sosial terhadap masyarakat dan lingkungan.
2. Pemerintah (pusat dan daerah) sebagai institusi administratif yang saling berbagi peran dalam Program CSR. Sejalan dengan kebijakan otonomi daerah, peran pemerintah pusat seyogianya lebih bersifat sebagai koordinator dan fasilitator program agar kegiatannya dapat berjalan efisien dan efektif. Sementara itu, pemerintah daerah dengan jajaran instansinya antara lain memiliki peran kunci dalam menggalang partisipasi para pemangku kepentingan sambil sekaligus menciptakan suasana ketentraman guna kelancaran implementasi program.
3. Lembaga terkait mencakup lembaga permodalan, asosiasi perdagangan, institusi penegak hukum, dan lain-lain yang secara bersama-sama memberikan andil dalam Program CSR.
4. Kelompok tani sebagai target atau sasaran Program CSR. Perlu ditekankan bahwa kelompok tani bukan dibentuk melalui atau karena adanya program,

melainkan diprakarsai oleh masyarakat sendiri dengan fasilitasi pemerintah dan lembaga terkait lainnya. Hal ini ditujukan agar kelompok tani tumbuh mandiri guna menjamin kelangsungan kegiatan program.

5. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) sebagai mitra pendamping kelompok tani dalam implementasi Program CSR. Peran LSM antara lain menyangkut fasilitasi kebutuhan kelompok tani melalui bimbingan pelatihan dan proses negosiasi kepada perusahaan dalam kerangka koordinasi dengan instansi pemerintah atau lembaga terkait lainnya.

Implementasi Program CSR dengan melibatkan semua komponen di atas dirancang berdasarkan mekanisme rekayasa kelembagaan. Langkah-langkahnya antara lain sebagai berikut :

1. Pembentukan forum (*steering committee*) yang mengikutsertakan semua komponen perusahaan, pemerintah (semua tingkatan), masyarakat dan organisasi masyarakat (kelompok tani), lembaga swadaya masyarakat, dan institusi (pemangku kepentingan) terkait lainnya.
2. Inisiasi hubungan kelembagaan dan organisasi kegiatan berlandaskan nota kesepkatan bersama (*memorandum of understanding*).
3. Perencanaan konsep program oleh semua pelaksana yang dibahas dalam forum pertemuan berkala.
4. Pembahasan perencanaan dengan prioritas/fokus pada isu-isu penting, praktis, dan strategis yang berdimensi pemberdayaan masyarakat jangka pendek dan jangka panjang.
5. Pengalokasian dana kegiatan yang dibahas melalui forum, termasuk misalnya berapa kontribusi perusahaan dan pemerintah atau bila perlu dari lembaga terkait lainnya.

PENUTUP

Secara global, CSR sudah menjadi tuntutan agar korporasi menunjukkan tanggungjawab sosial dan perilaku bisnis yang sehat. Hal tersebut sudah dibicarakan pada pertemuan *UN Global Compact* di Jenewa (Swis) tanggal 25 Juli 2007 yang lalu. Sejalan dengan itu, secara nasional, CSR juga telah mendapat perhatian penting dengan keluarnya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya terkait dengan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.

Kendati timbul reaksi dari kalangan perseroan, Undang-Undang tersebut perlu diimplementasikan secara konsekuen. Pemberian penghargaan dan sanksi (*reward and punishment*) diiringi dengan proses penegakan hukum (*law*

enforcement) harus diupayakan guna membangkitkan motivasi perusahaan terhadap Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Reaksi dari kalangan perusahaan dapat dicarikan solusinya melalui sosialisasi dan urun rembuk antar pemangku kepentingan.

Terkait dengan pembangunan sektor pertanian, seyogianya program CSR dapat dilaksanakan melalui *entry point* legitimasi peraturan perundang-undangan serta proses sosialisasi dan urun rembuk kegiatan. Inisiasi “jemput bola” diiringi kebijakan insentif dan ketentraman sosial dari pemerintah melalui partisipasi masyarakat didukung oleh pemangku kepentingan lainnya dibutuhkan dalam rangka mengajak perusahaan untuk secara bersama-sama melaksanakan Program CSR sektor pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous. 2005. *A Guide to Corporate Social Responsibility (CSR)*. http://www.miami.edu/ethics/pdf_files/csr_guide.pdf (akses tanggal 3 Desember 2007).
- Anonimous. 2007. Pemberdayaan Masyarakat, Urusan Siapa? Artikel dalam Majalah Hortikultura, Tahun VII, Nomor 67, Agustus 2007. CV Sabena Utama. Jakarta.
- Baker, M. 2007. *Corporate Social Responsibility – What does it mean?* <http://www.mallenbaker.net/CSRfiles/definition.html> (*site last updated on December 9, 2007*). Akses tanggal 10 Desember 2007.
- Budimanta, A. 2007. Petani, Perusahaan, dan Pemerintah Perlu Jalin Aliansi Strategis. Wawancara dalam Majalah Hortikultura, Tahun VII, Nomor 67, Agustus 2007. CV Sabena Utama. Jakarta.
- Depsos. 2005. Acuan Klasifikasi Tanggungjawab Sosial Dunia Usaha. Direktorat Peningkatan Peran Kelembagaan Sosial Masyarakat dan Kemitraan, Direktorat Jenderal Pemberdayaan Sosial, Departemen Sosial. Jakarta.
- Deptan. 2002. Pedoman Umum Bantuan Langsung Masyarakat Tahun 2002. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Katsoulakos, P. and Y. Katsoulakos. 2006. *A Multi-Dimensional View of Corporate Responsibility. Economic and Business of Athens University*. Athens. www.csrquest.net dan www.4cr.org (akses tanggal 3 Desember 2007).
- KPSA. 2005. *Company Profile*. PT Kondur Petroleum SA (*Sociedad Anónima*). Jakarta.
- Pemerintah RI. 2007. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Jakarta.