

IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERKEBUNAN KELAPA SAWIT TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI PT. SOCFIN

Bobby Jayadi Pratama¹, Danang Manumono², Trismiati²

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian INSTIPER

²Dosen Fakultas Pertanian INSTIPER

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana implementasi CSR dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan masyarakat di PT. Socfin Indonesia Bangun Bandar/Tanjung Maria

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*, penentuan lokasi ini dikarenakan letaknya berdekatan dengan kantor pusat PT. Socfin Indonesia Bangun Bandar/ Tanjung Maria Kec. Dolok Kab. Serdang Bedagai. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah Masyarakat disekitar kebun berjumlah 30 orang yang berasal dari 2 desa yaitu Desa Aras Panjang dan Desa Martebing

Hasil penelitian menyatakan bahwa program yang sudah terlaksana diantaranya dibidang keagamaan, kesehatan, pendidikan ,olahraga , Insfratruktur dan pembangunan ekonomi. Berdasarkan implementasi program yang ada masyarakat menilai porgram CSR PT. Socfin Indonesia 71,89 % sudah baik. Pihak perusahaan tidak melakukan perencanaan dalam program CSR, sehingga masyarakat berperan dengan cara mengajukan proposal bantuan yang akan diproses dan dikabulkan oleh perusahaan baik berbentuk bahan fisik maupun berbentuk dana. Sehingga dalam hal ini, masyarakat mau tidak mau aktif dalam program tersebut.

Kata kunci : Implementasi, CSR ,Kesejahteraan

PENDAHULUAN

Kelapa sawit (*Elaisis guineensis jacq*) merupakan salah satu tanaman perkebunan di Indonesia yang memiliki masa depan yang cukup cerah. Perkebunan kelapa sawit semula berkembang di daerah Sumatera Utara dan Nanggroe Aceh Darussalam. Namun, sekarang telah berkembang ke berbagai daerah seperti Riau, Jambi, Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Bengkulu, Lampung, Kalimantan Barat, Kalimantan Timur, Kalimantan Tengah, Sulawesi, Maluku dan Papua (Sunarko, 2017).

Tekanan Lembaga Swadaya Masyarakat, Lembaga konsumen, dan lembaga pecinta lingkungan Internasional yang gencar menyuarakan pembangunan perkebunan kelapa sawit mempengaruhi perbankan dan lembaga keuangan multilateral. Lembaga-lembaga itu membatasi atau menghentikan sama sekali investasi dan pembiayaan di sektor sawit Indonesia karena argumen lingkungan dan sosial. Oleh karena

itu kewajiban perusahaan kelapa sawit untuk melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) semakin penting bagi kelanjutan bisnis (Drajat, 2011).

CSR yang kini marak diimplementasikan banyak perusahaan mengalami perubahan dan perkembangan dalam rentang waktu yang cukup panjang. Konsep ini tidak lahir begitu saja. Ada beberapa tahapan sebelum gemanya lebih terasa. Hanya sejauh ini tidak ada jejak baku yang disepakati secara bulat tentang tahap perkembangan itu. Namun, secara garis besar berdasarkan beberapa buku tahap-tahap perkembangannya dapat di deskripsikan (Wibisono, 2007)

Perusahaan sebagai sebuah sistem, dalam keberlanjutan dan keseimbangannya tidak bisa berdiri sendiri. Eksistensi suatu perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan

masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Perusahaan selain mengejar keuntungan ekonomi untuk kesejahteraan dirinya, juga memerlukan alam untuk sumber daya olahannya untuk mencapai tujuannya. Dengan menggunakan pendekatan tanggung jawab sosial, perusahaan tidak hanya mendapatkan keuntungan ekonomi, tetap juga keuntungan secara sosial. Dengan demikian keberlangsungan usaha tersebut dapat berlangsung dengan baik dan secara tidak langsung akan mencegah konflik yang merugikan (Anonim, 2011).

Definisi CSR menurut World Business Council on Sustainable Development adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Wacana Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) yang kini menjadi isu sentral yang semakin populer dan bahkan ditempatkan pada posisi yang penting, karena itu kian banyak pula kalangan dunia usaha dan pihak-pihak terkait mulai merespon wacana ini, tidak sekedar mengikuti tren tanpa memahami esensi dan manfaatnya. CSR merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan yang didasari tiga prinsip dasar yang meliputi profit, people, dan planet (3P). (Anatan, 2008)

Program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953. Setelah itu, CSR mengalami pengembangan konsep secara terus menerus, saat ini telah dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan “citra perusahaan” yang turut mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan beserta pentingnya pengembangan masyarakat terhadap penerapan CSR.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan

memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. Dengan kata lain, CSR dipahami sebagai cara sebuah perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi dari ekonomi, environment atau lingkungan dan persoalan-persoalan sosial dalam waktu yang sama bisa memenuhi harapan dan shareholders maupun stakeholders (Wibisono, 2007).

Hal mendasar yang ingin selalu dibangun oleh suatu perusahaan adalah reputasi positif tentang perusahaan. Program ini dinilai sebagai salah satu cara suatu perusahaan guna membangun reputasi tersebut. Masyarakat luas akan menilai kualitas dan membangun kepercayaan terhadap perusahaan melalui aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut. Karena itu, perusahaan berusaha untuk melakukan berbagai macam aktivitas, yang salah satunya adalah dengan melaksanakan program CSR agar reputasi perusahaan tetap terjaga di mata masyarakat sekaligus sebagai usaha untuk mempengaruhi masyarakat untuk tetap mempertahankan loyalitasnya terhadap perusahaan. Hal ini disebabkan perusahaan sebagai sebuah sistem dalam keberlanjutan dan keseimbangannya tidak dapat berdiri sendiri. Keberadaan perusahaan dalam lingkungan masyarakat membawa pengaruh bagi kehidupan sosial, ekonomi, serta budaya. Dalam perjalanannya, aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan bersinggungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu perusahaan perlu mengingat dan memperhatikan aspek sosial budaya. Salah satunya adalah dengan membina hubungan baik yang bersifat timbal balik dengan stakeholder-stakeholder dalam kaitannya dengan penyelenggaraan program CSR.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sendiri sebenarnya bertujuan untuk memperkuat perusahaan dengan jalan membangun kerjasama antara stakeholders yang difasilitasi oleh perusahaan yang bersangkutan dengan jalan menyusun

program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Disamping itu, implementasi *Corporate Social Responsibility* membantu perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan stakeholders terkait dengan perusahaan, baik lokal, nasional maupun global. Karena pengembangan *Corporate Social Responsibility* ke depan mengacu pada konsep pembangunan yang berkelanjutan (Sustainable Development). Keterbatasan dana pemerintah untuk pembangunan di berbagai sektor merupakan salah satu alasan sehingga peran serta dan kerjasama antara pemerintah dan perusahaan sangat diperlukan.

CSR di Indonesia sendiri diatur secara tegas dalam peraturan perundangundangan. CSR antara lain diatur dalam UU 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 74 dijelaskan bahwa:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
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.

Selain itu, Peraturan lain yang mewajibkan CSR adalah Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang Penanaman Modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam Pasal 15 (b) dinyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan. Sanksi-sanksi terhadap badan usaha atau perseorangan yang melanggar peraturan, diatur dalam Pasal 34, yaitu berupa sanksi administratif dan sanksi lainnya.

Selanjutnya, sebagai turunan guna mengatur kewajiban secara teknis dari penyaluran dan pengelolaan CSR di Indonesia, pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Berdasarkan keputusan menteri BUMN 2003 Tentang Program kemitraan badan usaha milik negara dengan usaha kecil dana program bina lingkungan oenetejana dan penggunaan dana program kemitraan dan program bina lingkungan pada pasal 8 dijelaskan bahwa

1. Dana Program Kemitraan bersumber dari :
 - a. Penyisihan laba setelah pajak sebesar 1 % (satu persen) sampai dengan 3 % (tiga persen)
 - b. Hasil bunga pinjaman, bunga deposito dan atau jasa giro dari dana Program Kemitraan setelah dikurangi beban operasional.
 - c. Pelimpahan dana Program Kemitraan dari BUMN lain, jika ada.
 2. Dana Program BL bersumber dari :
 - a. Penyisihan laba setelah pajak maksimal sebesar 1 % (satu persen).
 - b. Hasil bunga deposito dan atau jasa giro dari dana Program BL.
 3. Besarnya dana Program Kemitraan dan Program BL yang berasal dari penyisihan laba setelah pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) ditetapkan oleh :
 - a. RUPS untuk PERSERO
 - b. Menteri untuk PERUM.
 4. Dalam kondisi tertentu besarnya dana Program BL yang berasal dari penyisihan laba setelah pajak dapat ditetapkan lain dengan persetujuan Menteri/RUPS.
 5. Dana Program Kemitraan dan Program BL yang berasal dari penyisihan laba setelah pajak sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2, disetorkan kepada unit Program Kemitraan dan Program BL selambat-lambatnya 1 bulan setelah penetapan sebagaimana dimaksud pada ayat 3
 6. Pembukuan dana Program Kemitraan dan Program BL dilaksanakan secara terpisah dari pembukuan BUMN Pembina.
- Peranan Masyarakat sipil dalam pendayagunaan berbagai sumber daya dan

kapabilitas perlu disalurkan dan diperkuat oleh organisasi non pemerintah dan pemerintah artinya kemitraan adalah prasyarat dasar. Dalam khazanah kemitraan dikenal dengan istilah “kompetisi inti pelengkap”. Kapasitas rekayasa teknis, logisti, finansial dan sumber daya manusia yang dimiliki korporasi dapat dipadu dengan modal sosial, ekonomi, budaya dan pengetahuan lokal. Tentu juga dengan kerangka pembangunan yang lebih luas yang dilakukan pemerintah.

Secara implementatif, perkembangan CSR di Indonesia masih membutuhkan banyak perhatian bagi semua pihak, baik pemerintah, masyarakat luas dan perusahaan. Di antara ribuan perusahaan yang ada, diindikasikan belum semua perusahaan benar-benar menerapkan konsep dalam kegiatan perusahaannya. CSR masih merupakan bagian lain dari manajemen perusahaan, sehingga keberadaannya dianggap tidak memberikan kontribusi positif terhadap kelangsungan perusahaan. Padahal sesuai dengan UU 40 Tahun 2007, keberadaan program ini melekat secara inheren dengan manajemen perusahaan, sehingga bidang kegiatan dalam CSR pun masih dalam kontrol manajemen perusahaan. Lebih jauh lagi dalam lingkungan bisnis perusahaan, masyarakat di sekitar perusahaan pada dasarnya merupakan pihak yang perlu mendapatkan apresiasi. Apresiasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan hidup mereka melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh kegiatan CSR perusahaan. Hal ini karena perusahaan dan masyarakat pada dasarnya merupakan kesatuan elemen yang dapat menjaga keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Hal tersebut tentunya sangat jauh dari harapan dan tujuan ideal dari peranan CSR perusahaan dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Menurut Kim (2000) praktek CSR perusahaan dapat diidentifikasi dalam berbagai tujuan, yakni hukum, ekonomi, moral dan filantropi. Namun demikian, tujuan tersebut masih dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi aktual di masyarakat terkait dengan tekanan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Salah satu tujuan yang sangat urgen khususnya di negara sedang berkembang adalah peningkatan kualitas pendidikan masyarakat. Oleh karena itu penerapan di Indonesia pada dasarnya dapat diarahkan pada penguatan ekonomi rakyat yang berbasis usaha kecil dan menengah serta peningkatan kualitas SDM masyarakat melalui perbaikan sarana dan prasarana pendidikan.

Namun demikian disadari bahwa dinamika perkembangan lingkungan perusahaan berjalan sedemikian cepat, sehingga membutuhkan berbagai inovasi dan kreasi kegiatan yang mampu dirasakan secara optimal oleh masyarakat. Dinamika lingkungan perusahaan tersebut seperti adanya tuntutan otonomi daerah, sehingga harapan/cita-cita kesejahteraan masyarakat menjadi semakin tinggi. Padahal kemampuan pemerintah daerah masih dibatasi oleh keterbatasan anggaran daerah untuk pembangunan secara menyeluruh. Di sinilah peran CSR perusahaan untuk melaksanakan fungsi-fungsi sosial di luar kegiatan pokok perusahaan, agar kepentingan masyarakat luas dapat terpenuhi semaksimal mungkin, sehingga kesejahteraan hidup mereka dapat mengalami kenaikan. Salah satu elemen penting dalam kesejahteraan hidup tersebut adalah adanya kegiatan pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan. Dalam hal ini peran manajemen sangat penting dalam upaya untuk memformulasikan berbagai program dan kegiatan dalam CSR di perusahaan, sehingga terjadi hubungan simbiosis mutualisme antara perusahaan dan masyarakat luas. Pada akhirnya berbagai program kegiatan dalam kegiatan CSR PT. BGS diharapkan dapat meningkatkan pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan uraian di atas perlu dilakukan sebuah kajian tentang implementasi program CSR terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yaitu berupaya memberikan gambaran mengenai keadaan objek atau permasalahan yang akan diteliti

berdasarkan fakta-fakta yang ada. Pada penelitian ini data yang diperoleh dengan menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada responden, yaitu karyawan dan masyarakat sekitar perusahaan.

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian dilaksanakan di PT. Socfin Indonesia, Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara dan masyarakat Desa Aras Panjang dan Desa Martebing yang terdampak program *Corporate Social Responsibility*. Dan penelitian dilaksanakan dari pada tanggal 1 Oktober hingga 25 Oktober 2017

Metode Penentuan Sampel

1. Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi yang akan diteliti adalah secara *Purposive Sampling*, yaitu penentuan daerah penelitian secara sengaja dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu, disesuaikan dengan tujuan penelitian, penentuan lokasi dalam penelitian ini adalah lokasi berbatasan langsung dengan perkebunan kelapa sawit dan penentuan lokasi karena letaknya juga berdekatan dengan kantor pusat PT. Socfin Indonesia Kec. Dolok Masihul Kab. Serdang Bedagai .

2. Responden

Responden adalah orang yang diminta memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat. Keterangan tersebut dapat disampaikan dalam bentuk tulisan dan lisan, yaitu ketika mengisi angket/kuesioner dan ketika wawancara langsung. Responden diambil dari masyarakat yang tinggal di sekitar perkebunan, baik pemuka masyarakat, masyarakat yang tinggal di wilayah tersebut serta birokrasi/pemerintah di wilayah tersebut.

Dalam penelitian ini, pemilihan sampel untuk responden masyarakat dilakukan dengan metode *Purposive Sampling*. Metode *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dimana setiap kelompok responden mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Responden dalam penelitian ini diambil dari desa yang berbatasan langsung dengan perkebunan. Dari Lokasi Desa diambil sebanyak 30 Responden yang terdiri dari 15

Responden Desa Aras Panjang dan 15 Responden Desa Martebing,.

Metode Pengambilan dan Pengumpulan Data

1. Jenis Data yang diambil

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung pada perusahaan yang bersangkutan dan yang diperoleh dari masyarakat yang tinggal di sekitar perkebunan. Dalam hal ini yang digunakan sebagai data primer adalah hasil jawaban kuesioner dan wawancara responden penelitian.

b. Data Sekunder

Data-data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yang berupa catatan atau laporan historis selama 2 tahun terakhir yang berhubungan dengan implementasi CSR yang diperoleh dari data perusahaan.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Teknik Wawancara (Kuesioner dan wawancara langsung)

Cara ini digunakan untuk memperoleh data primer. Pelaksanaannya dengan wawancara langsung dan wawancara kepada responden berdasarkan susunan urutan pertanyaan atau kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya yang mengacu pada penelitian.

b. Teknik Pencatatan

Cara ini digunakan untuk memperoleh data primer dan sekunder. Pelaksanaannya, data dicari dan dikumpulkan dengan catatan yang berasal dari sampel yang telah ditentukan.

c. Teknik Observasi

Cara ini digunakan untuk melengkapi data yang telah diperoleh melalui teknik wawancara dan teknik pencatatan. Teknik ini merupakan pengamatan secara langsung ke lapangan atau obyek penelitian.

Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel

1. Implementasi CSR yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penerapan dan kebermanfaatn program CSR yang diberikan oleh perkebunan, dalam hal ini meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan di sekitar perkebunan.

2. CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah kegiatan sosial yang didanai oleh perusahaan dengan tujuan untuk menanam kebaikan di lingkungan masyarakat, khususnya di lokasi operasional perusahaan.
3. Kesejahteraan masyarakat adalah sebuah sistem yang meliputi program dan pelayanan yang membantu orang agar dapat memenuhi kebutuhan sosial, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan yang sangat mendasar untuk memelihara masyarakat. Kesejahteraan masyarakat dalam penelitian ini adalah hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat sekitar, pemahaman masyarakat tentang adanya CSR.
4. Dana CSR diperoleh dari keuntungan (laba) perusahaan dalam setahun setelah dikurangi pajak, sebanyak 1-3 % dari keuntungan bersih.
5. Program CSR yang diterapkan pada bidang:
 - a. Keagamaan : Bantuan berupa keperluan perbaikan gereja, mesjid dll
 - b. Pendidikan : bantuan biaya berupa beasiswa, bantuan biaya gaji, honor guru, bantuan fisik berupa bangunan sekolah atau perpustakaan.
 - c. Olahraga : Bantuan peralatan olahraga.
 - d. Kesehatan : bantuan bangunan fisik, bantuan gaji paramedis, pengobatan gratis, bantuan imunisasi dan posyandu, dll.
 - e. Infrastruktur : perbaikan jalan sekitar desa, bantuan barang-barang nomina uang, perbaikan jalan, listrik, atau perbaikan tempat ibadah.
 - f. Pembangunan Ekonomi Masyarakat : Pemberian modal usaha dan pelatihan usaha untuk masyarakat.
6. Keterlibatan masyarakat adalah keterlibatan dalam pembangunan, meliputi kegiatan dalam perencanaan dan pelaksanaan (implementasi) program/proyek pembangunan yang dikerjakan di dalam masyarakat lokal.

Analisis dan Pembentukan Model

Analisis dapat mengklasifikasikan data menjadi dua kelompok, yaitu dengan menggunakan data kualitatif dan data

kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data sekunder yang bersifat angka-angka dan diperoleh pada saat penelitian. Sedangkan data kualitatif yaitu data yang bukan menggunakan angka namun menggunakan klasifikasi-klasifikasi yang kemudian dijelaskan dengan menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena yang dilukiskan dengan kata-kata sesuai dengan informasi dilapangan.

Setelah didapatkan datanya, maka analisis yang dilakukan adalah bagaimana bentuk program CSR tersebut dan realisasinya terhadap masyarakat. Selain itu juga, program CSR yang telah dilaksanakan apakah sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan perencanaan sebelumnya. Serta jenis program yang diterapkan yang nantinya apakah berbentuk pengabdian atau kesejahteraan masyarakat itu sendiri. Dari data yang diperoleh tersebut selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis tabel dan menggunakan skala likert untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena yang dilukiskan dengan kata-kata sesuai dengan informasi dilapangan mengenai pelaksanaan program dan manfaat kegiatan program CSR yang dirasakan masyarakat secara langsung.

Metode analisis kuantitatif pada penelitian ini menggunakan analisis tabel dan skala linkert. Data yang diperoleh dihitung dengan nilai/skor:

Sangat Baik = 4

Baik = 3

Kurang Baik = 2

Tidak Baik = 1

Penentuan interval dibagi menjadi 4 kriteria :

0 - 25 % = Tidak Baik

26- 50 % = Kurang Baik

51- 75 % = Baik

76 – 100 % = Sangat Baik

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN CSR PT. Socfin Indonesia

Program CSR PT. Socfin Indonesia sudah menjadi komitmen perusahaan untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif dan

berkelanjutan serta memiliki manfaat dan bagi masyarakat dan sekitar perusahaan.

Dengan program CSR yang dilakukan oleh PT. Socfin Indonesia khususnya kebun bangun bandar/Tanjung Maria yang bergerak pada bidang perkebunan kelapa sawit dan karet paling tidak ada 5 manfaat yang saat ini dirasakan oleh perusahaan.

- 1.Meningkatnya citra perusahaan,dengan kegiatan kegiatan CSR yang dilakukan dan terpublikasi dengan baik, masyarakat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan bermanfaat bagi masyarakat.
- 2.Memperkuat “Brand Image perusahaan dengan kegiatan CSR yang dilakukan brand image perusahaan sebagai perusahaan penghasil minyak kelapa sawit dan karet berkualitas semakin terpatri masyarakat.
- 3.Meningkatkan Kerja sama dengan berbagai pihak , dengan kegiatan CSR yang melibatkan berbagai pihak , seperti

pemerintahan daerah , masyarakat atau organisasi masyarakat akan menimbulkan relasi (hubungan) yang baik untuk pihak pihak tersebut.

- 4.Meningkatkan produksi dilapangan, dengan kepedulian dan kedekatan perusahaan kepada masyarakat menjadi jaring pengaman sosial terhadap produksi dilapangan. Masyarakat yang telah memiliki kedekatan emosional dengan perusahaan secara tidak langsung menjadi benteng keamanan bagi produksi dilapangan.
- 5.Meningkatkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan. Dengan merencanakan CSR secara konsisten dan berkala akan memicu inovasi – inovasi jenis kegiatan CSR yang dilakukan, yang pada akhirnya meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

Program CSR PT. Socfin Indonesia

Program CSR di bidang Keagamaan

Tabel 5.1 Realisasi Anggaran CSR Bidang Keagamaan

Program	Tahun	
	2015	2016
Pembuatan kamar mandi untuk mushola Nurul Yaqin Dusun 3	7,962,820	
Pemasangan Comlok Mesjid	16,600,000	9,601,690
Pemasangan Pagar Gereja GKPI	13,520,804	4,200,000
Bantuan Peralatan Mesjid/Gereja		15,588,500
Sound sistem dan perlengkapan kepada mushola	4,408,498	
Bantuan dana kepada panitia Isra Mi"raj	700,000	
Bantuan Gebyar Ramadhan Festival	400,000	250,000
Bantuan Dana Panitia MTQ		500,000
Bantuan dana kepada ARP(Aras Panjang Community)	400,000	
Kelengkapan Sosial Berupa Perlengkapan Fardhu Kipayah		1,142,354
Bantuan dana kepada PAUD Aulia	1,700,000	
Bantuan kepada gereja	980,000	
Bantuan maulid nabi	300,000	
Bantuan peryaan Natal	4,600,000	
Bantuan HUT Alwashliyah Ke- 85	300,000	
Bantuan kepada panitia	700,000	
Total Biaya	52,572,122	31,282,544

Sumber : Data Sekunder CSR PT. Socfin Indonesia 2017

Program CSR di Bidang Kesehatan

Meningkatkan kualitas SDM masyarakat yang sehat dan produktif dibuktikan dengan pelayanan kesehatan berupa sunatan massal,

donor darah, Bantuan untuk posyandu, serta adanya penyuluhan tentang kesehatan disajikan pada tabel 5.2 :

Tabel 5.2. Realisasi Anggaran CSR Bidang Kesehatan

Program	Tahun	
	2015	2016
Sunat masal	1.000.000	
Bantuan posyandu	500.000	
Penyuluhan Kesehatan	500.000	500.000
Total Biaya	2.000.000	500.000

Sumber : Data Sekunder CSR PT. Socfin Indonesia 2017

Tabel 5.3 Realisasi Anggaran CSR Bidang Olahraga

Program	Tahun	Tahun
	2015	2016
Bantuan peralatan olahraga SD,SMP dan SMA Sekitar kebun	6,476,797	12,251,632

Sumber : Data Sekunder CSR PT. Socfin Indonesia 2017

Untuk meningkatkan kualitas sumber daya masyarakat perusahaan melakukan program pendidikan. Perusahaan memberikan bantuan langsung dan tidak langsung ,adapun pemberian bantuan secara langsung adalah berupa barang yang dibutuhkan oleh sekolah

tersebut dan bukan berupa uang. Bantuan yang diberikan secara langsung yaitu bantuan berupa uang yang diberikan langsung kepada siswa/siswi maupun sekolah. Adapun total biaya CSR pada pendidikan dapat dilihat pada tabel 5.4 :

Tabel 5.4 Realisasi Anggaran CSR Bidang Pendidikan

Program	Tahun	
	2015	2016
Beasiswa anak berprestasi	27,500,000	
Bantuan peralatan Tk dan PAUD	6,000,000	8,215,419
Total Biaya	33,500,000	8,215,419

Sumber : Data Sekunder CSR PT. Socfin Indonesia 2017

Program CSR di Bidang Insfratruktur

Mengembangkan masyarakat dan meningkatkan kualitas SDM perusahaan tidak cukup hanya memberikan pendidikan saja, namun harus diimbangi dan disertai dengan

pembangunan insfratruktur dan pengembangan ekonomi yang baik.

Berikut Anggaran yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan dibidang insfratruktur dapat dilihat pada tabel 5.5 :

Tabel 5.5 Realisasi Anggaran CSR Bidang Insfratraktur

Program	Tahun	
	2015	2016
Pembuatan Parit Desa		28,005,885
Pengerasan Jalan Disekitar Kebun Bangun Bandar/Tanjung Maria	10,401,310	35,584,764
Pembuatan Pajak Desa (Pasar)		13,806,455
Pembuatan Gapura Desa		1,738,316
Pembuatan Tempat Rehabilitasi Pencegahan Penyalahguna Narkotika Bhayangkara Indonesia.		2,050,550
Pemasangan Lampu Untuk Polsek		564,336
Renovasi Sekolah/Mushola/Gereja	12,471,719	
Pembuatan Tembok Sekolah SD dan TK Satu Atap	12,351,450	
Total Biaya	35,224,479	81,750,306

Sumber : Data Sekunder CSR PT. Socfin Indonesia 2017

Program CSR di Bidang Pembangunan Ekonomi

Dalam pembangunan ekonomi ada usaha masyarakat untuk mengembangkan kegiatan ekonomi dan meningkatkan

pendapatan masyarakatnya. Berikut Anggaran yang dikeluarkan CSR Bidang Pembangunan Ekonomi PT. Socfin Indonesia Tahun 2015-2016 disajikan pada tabel 5.6 :

Tabel 5.6 Realisasi Anggaran CSR Bidang Pembangunan Ekonomi

Program	Tahun	
	2015	2016
Santunan Anak Yatim dan Fakir miskin disekitar kebun	4,000,000	
Pemberian Kambing Bergulir Untuk Masyarakat Disekitar Kebun	21,602,548	24,812,500
Pemberian Bantuan Komputer Untuk Polsek Dolok Masihul		4,955,000
Bantan berupa alat dan bahan untuk usaha		13,899,838
Total Biaya	25,602,548	43,667,338

Sumber : Data Sekunder CSR PT. Socfin Indonesia 2017

Realisasi Anggaran Program CSR PT. Socfin Indonesia

Berikut ini adalah realisasi anggaran program CSR yang telah dillakukan oleh PT.

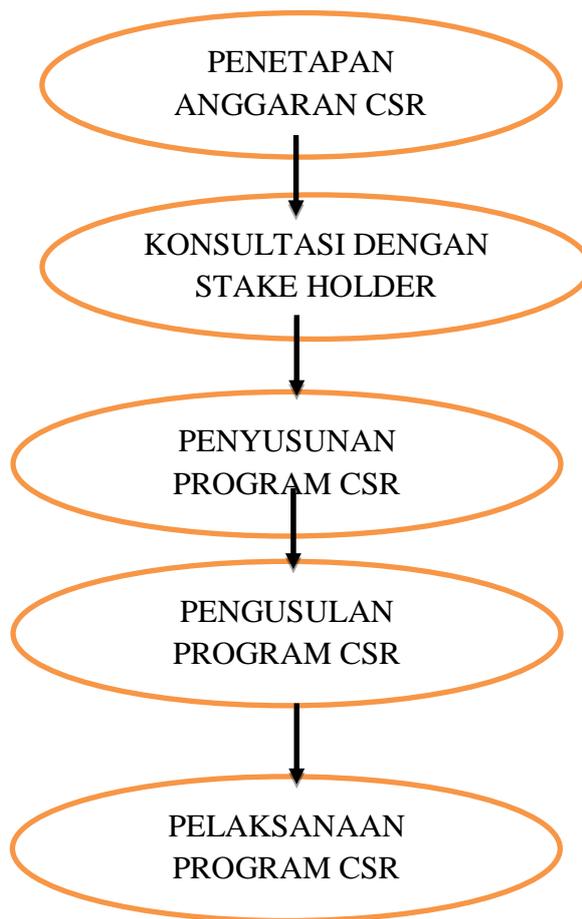
Socfin Indonesia untuk masyarakat sekitar kebun dalam kurun waktu 2015-2016.

Tabel 5.7 Realisasi Pt. Socfin Indonesia Untuk CSR

No	Program	2015	2016
1	Keagamaan	52,572,122	31,282,544
2	Olahraga	6,476,797	12,251,632
3	Kesehatan	2,000,000	500,000
4	Pendidikan	33,500,000	8,215,419
5	Insfratraktur	35,224,479	81,750,306
6	Pembangunan Ekonomi	25,602,548	43,667,338
	Jumlah	155,377,961	177,669,255

Sumber : Data Sekunder CSR PT. Socfin Indonesia 2017

Tahapan Pelaksanaan CSR



Gambar 5.1 Tahapan Pelaksanaan CSR

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemilaian masyarakat mengenai program CSR yang dilakukan oleh PT. Socfin Indonesia dengan sampel masyarakat sekitar kebun. Masyarakat kebun

terdiri dari dari dua desa yaitu Desa Martebing dan Desa Aras Panjang.

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisisioner berdasarkan metode analisis yang saya gunakan. Responden yang dgunakan dalam penelitian in berjumlah 30 orang dimana terdiri dari 15 orang masyarakat Desa Martebing dan Masyarakat Desa Aras

Panjang yang Berada disekitar Kebun Bangun Bandar/Tanjung Maria PT. Socfin Indonesia

Identitas responden dari tingkat usia responden untuk mengetahui sebaran umur

dari responden masyarakat sekitar kebun PT. Socfin Indonesia .

Tabel 5.8 Tingkat Usia Responden

Responden	Jumlah	%
A. Jenis Kelamin		
Laki - Laki	16	53,33
Perempuan	14	46,67
Total	30	100
B. Usia		
21-30	9	30
31-40	8	26,67
41-50	9	30
> 50	4	13,33
Total	30	100
C. Pendidikan		
1. SD	0	0
2. SMP	4	13,33
3. SMA	22	73,33
4. S1	4	13,33
Total	30	100,00

Sumber : Data Primer 2017

Dari data di atas dapat kita ketahui bahwa yang mendominasi dari responden masyarakat usia 21- 30 dan 41- 50 tahun yang merupakan usia produktif dalam bekerja dengan persentase sama – sama 30%.

Berdasarkan dari tabel 5.8 dapat kita lihat bahwa sebaran tingkat usia dari semua responden, tingkat terbanyak untuk responden masyarakat sekitar. PT. Socfin Indonesia berada pada usia produktif yaitu 21 - 30 dan

41- 50 tahun itu menandakan bahwa pada tingkat usia ini produktivitas masih efektif untuk berkerja.

Pengetahuan CSR

Pengetahuan Masyarakat sekitar perusahaan terhadap CSR yang dilaksanakan perusahaan secara umum ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan responden terhadap CSR sendiri secara umum

Tabel 5.9. Pengetahuan CSR

Indikator	Penilaian (%)				Jumlah
	Sangat Mengetahui	Mengetahui	Kurang Mengetahui	Tidak Baik	
Pemahaman CSR	0	73,33 %	26,67 %	0	100 %
Tujuan CSR	0	73,33 %	26, 67 %	0	100 %
Program CSR	0	73,33%	26,67 %	0	100 %

Sumber : Data Primer 2016

Data tabel 5.9 diatas dapat diketahui bahwa 73,33 % responden sekitar perusahaan

mengetahui apa itu CSR, tujuan dan Program dari CSR yang dilakukan perusahaan PT.

Socfin Indonesia. Hal ini karena masyarakat ini sudah mendapatkan sosialisasi mengenai program CSR yang dilakukan perusahaan PT. Socfin Indonesia. Dan mereka juga ikut sertakan dalam setiap kegiatan CSR yang ada. Sedangkan sebanyak 26,67 % responden kurang mengetahui mengenai CSR, tujuan dan Program CSR yang dilakukan perusahaan, ini dilatar belakangi oleh beberapa hal seperti kurangnya sosialisasi dan kepedulian dari perusahaan untuk

menjelaskan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan Untuk melaksanakan program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan perlu aktivitas dari semua elemen terlibat yang mendukung hal tersebut. Disinilah pentingnya pengetahuan dari masyarakat sekitar dan juga kesepahaman agar semua pihak dapat mengerti dan memahami tujuan kegiatan CSR

Penilaian dilaksanakan CSR
 Penilaian CSR dibidang Keagamaan

Tabel 5.10 Penilaian CSR di bidang keagamaan

Indikator	Penilaian (%)				Jumlah
	Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
Program	26,67 %	66,67 %	6,67 %	0	100 %
Fasilitas	3,33 %	86,67 %	10 %	0	100 %
Hari Besar	0	90 %	10 %	0	100 %

Sumber: Data Primer 2017

Dari tabel 5.10 diatas dapat kita lihat bahwa penilaian masyarakat mengenai program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam bidang keagamaan diketahui bahwa 66,67 % responden masyarakat menilai baik program CSR bidang keagamaan karena program yang diberikan memang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh jemaah.

Kemudian dari segi fasilitas diketahui sebanyak 86,67 % responden menilai baik dikarenakan perusahaan memberikan fasilitas yang lengkap untuk beribadah seperti

pemberian sound sistem penyediaan peralatan ibadah yang dilakukan perusahaan.

Selanjutnya dari penilaian tentang peringatan hari besar sebanyak 90 % responden menilai baik dikarenakan perusahaan ikut serta dalam kegiatan hari besar seperti pemberian bantuan untuk acara agama dan pemberian bantuan dana untuk panitia hari besar dan juga penyediaan fasilitas sarana dan prasarana dalam melakukan kegiatan hari besar.

Penilaian Program CSR dibidang Pendidikan

Tabel 5.11 Penilaian CSR bidang Pendidikan

Indikator	Penilaian				Jumlah
	Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
Program	6,67 %	93,33 %	0	0	100 %
Fasilitas Pendidikan	0	70 %	30 %	0	100 %
Beasiswa dan pelatihan guru	26,67 %	73,33 %	0	0	100 %

Sumber : Data Primer 2017

Berdasarkan tabel 5.11 diatas dapat diketahui bahwa 93,33 % responden masyarakat menilai baik program CSR bidang

pendidikan karena memperhatikan sumber daya manusia yang ada dikebun.

Kemudian dari segi fasilitas dapat dilihat bahwa 70 % responden masyarakat menilai bahwa fasilitas yang diberikan oleh perusahaan dinilai baik dikarenakan perusahaan memberikan fasilitas berupa peralatan untuk belajar sehingga lebih efektif.

Sedangkan dari penilaian tentang pemberian beasiswa dan pelatihan 73,33 %

responden mengatakan baik. Dikatakan baik karena dengan adanya pemberian beasiswa dan pelatihan guru untuk serta bantuan dana secara tidak langsung membantu terbentuk karakter siswa yang lebih cerdas dan berlomba untuk berprestasi kedepannya.

Penilaian Program CSR di Bidang Kesehatan

Tabel 5.12. Penilaian CSR Bidang Kesehatan

Indikator	Penilaian				Jumlah
	Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
Program	0	66,67 %	36,66 %	0	100 %
Lembaga Kesehatan	0	66,67 %	33,33 %	0	100 %
Fasilitas Kesehatan	0	53,33 %	40 %	6,67 %	100 %

Sumber : Data Primer 2017

Berdasarkan tabel 5.12 diatas diketahui bahwa sebanyak 66,67 % responden masyarakat menilai baik program CSR PT. Socfin Indonesia dikarenakan program kesehatan sangat membantu bagi masyarakat yang kurang mampu seperti sunnat massal dan imunisasi bagi balita .

Dari segi lembaga kesehatan 66,67 % responden masyarakat menilai baik ,lembaga yang dibuat sesuai dengan kebutuhan masyarakat namun ada 33 ,33 % responden menilai kurang baik karena lembaga tersebut kurang memberikan pelayanan yang diinginkan masyarakat.

Kemudian dari segi fasilitas kesehatan sebanyak 53,33 % responden masyarakat menilai baik fasilitas yang diberikan oleh masyarakat, dikatakann baik karena failtas yang dimiliki untuk skala perkebunan sudah lengkap terutama pertolongan pertama pada kecelakaan. Namun sebanyak 40 % responden menilai kurang baik dikarenakan ada beberapa masyarakat berpendapat bahwa fasilitas yang disediakan menurut mereka fasilitas yang ada belum semua dapat menangani permasalahan kesehatan yang ada disekitar kebun.

Penilaian Program CSR di Bidang Olahraga

Tabel 5.13. Penilaian CSR Bidang Olahraga

Indikator	Penilaian				Jumlah
	Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
Program	16,67 %	83,33 %	0	0	100 %
Fasilitas	3,33 %	96,67 %	0	0	100 %
Peran Serta	6,67 %	93,33 %	0	0	100 %

Sumber : Data Primer (2017)

Dari tabel 5.13 di atas dikatakan bahwa sebanyak 83,33 % responden masyarakat menilai baik program olahraga yang di selenggarakan sangat membantu dalam membuat gaya hidup yang sehat jasmani.

Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan baik yang dinilai oleh 96,67 % responden masyarakat, yang mana dengan fasilitas ini masyarakat menjadi lebih bersemangat dan lebih giat lagi berolahraga. Kemudian

dikatakan bahwa sebanyak 93,33 % responden menilai baik peran serta perusahaan dalam kegiatan olahraga yang ada disekitar kebun karena perusahaan memberikan bantuan berupa dana saat

kegiatan perlombaan yang diadakan masyarakat
 Penilaian Program CSR di Bidang Insfratraktur

Tabel 5.14. Penilaian CSR di Bidang Insfratraktur

Indikator	Penilaian				Jumlah
	Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
Program	0	90 %	10 %	0	100 %
Pemeliharaan	0	80 %	20 %	0	100 %
Pembangunan	0	93,33 %	6,67 %	0	100 %
Perbaikan	0	66,67 %	30 %	3,33 %	100 %

Sumber : Data Primer 2017

Berdasarkan tabel 5.14 dapat diketahui bahwa sebanyak 90 % Responden Masyarakat sekitar kebun menilai baik terhadap program CSR bidang insfratraktur dikarenakan masyarakat semuanya dapat menikmati programnya dan juga aktifitas dapat berjalan dngan lancar dan nyaman.

Pemeliharaan insfrastruktur yang dilakukan oleh perusahaan dinilai baik oleh masyarakat sebanyak 80 % responden ini karena pemeliharaan fasilitas ini akan berpengaruh terhadap kualitas fasilitas yang ada agar dapat bertahan lama, seperti pemeliharaan jalan agar tetap mulus dan dapat mempermudah dalam mobilitas.

Pembangunan yang dilakukan oleh perusahaan juga dinilai baik oleh 93,33 % responden, Hal ini karena pembangunan yang dilakukan oleh perusahaan memang yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti jalan dan parit.

Perbaikan insfratraktur dinilai baik oleh 66,67 % responden masyarakat dikarenakan masyarakat berpendapat bahwa perbaikan ini dilakukan saat insfratraktur ada yang rusak sehingga perusahaan akan memperbaikinya dan semua biaya ditanggung oleh perusahaan. Penilaian Program CSR dibidang Pembangunan Ekonomi

Tabel 5.15 Penilaian CSR di Bidang Pembangunan Ekonomi

Indikator	Penilaian				Jumlah
	Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
Program	86,67 %	6,67 %	6,67 %	0	100 %
Bantuan	0	100 %	0	0	100 %
Hubungan	0	63,33 %	36,67 %	0	100 %

Sumber : Data Primer 2017

Berdasarkan tabel 5.15 diatas diketahui bahwa sebanyak 86,67 % responden menilai untuk program CSR perusahaan dibidang pembangunan ekonomi sudah sangat baik, ini karena sangat membantu perekonomian masyarakat untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta mensejahterakan masyarakat.

Bantuan yang diberikan kepada masyarakat dinilai 100 % responden sudah baik, bantuan yang diberikan oleh perusahaan beragam mulai dari pemberian kambing bergulir yang dilakukan 1 kali dalam setahun, dengan sistem bila kambing beranak maka anak kambing tersebut akan dialihkan kepada masyarakat lainnya, juga perusahaan akan

memberi bantuan kepada masyarakat yang akan memulai usahanya dengan memberi bantuan dalam bentuk barang bukannya uang, ini tentunya akan meringankan beban masyarakat dalam memulai usahanya.

Hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sendiri sebanyak 63,33 % responden menilai baik karena dengan adanya hubungan ini akan sangat menguntungkan bagi keduanya, bagi masyarakat ini akan meringankan pengeluaran keluarga sendiri dan bagi perusahaan ini akan membuat citra perusahaan di mata masyarakat akan baik.

Hasil Penilaian Responden Menggunakan Skala likert

Dari hasil perhitungan kuisioner dengan skala likert yang didapat dari responden dengan skor total 1898 dari skor max 2640 hasil tersebut bila dipresentasikan maka diperoleh 71,89 % (terlampir), maka penilaian responden terhadap CSR yang dijalankan oleh PT. Socfin Indonesia tergolong BAIK.

Dikatakan baik karena dalam pelaksanaannya PT. Socfin Indonesia menjalankan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat dimulai dengan sosialisasi program CSR yang melibatkan sebagian besar masyarakat, dalam pelaksanaannya masyarakat ikut sertakan dalam kegiatan program dan juga dengan adanya CSR ini membuat hubungan masyarakat dan perusahaan semakin baik yang membuat masyarakat sangat terbantu dengan adanya program CSR ini dari segi ekonomi maupun sosial. Sedangkan bagi perusahaan ini membuat citra perusahaan semakin baik dikalangan masyarakat.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan implementasi program yang ada masyarakat menilai Program CSR PT. Socfin Indonesia 71.89 % sudah baik.
2. Pihak perusahaan tidak melakukan perencanaan dalam program CSR, sehingga masyarakat berpartisipasi dengan cara mengajukan proposal bantuan yang akan diproses dan dikabulkan oleh perusahaan baik berbentuk bahan fisik maupun berbentuk dana. Sehingga dalam hal ini,

masyarakat mau tidak mau aktif dalam program tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L. 2008. *Corporate Social Responsibility (CSR). Tinjauan Teoritis dan Praktis di Indonesia*. Jurnal Jurusan Manajemen. Universitas Kristen Maranatha. Diunduh Maret 2017
- Anonim. 2011. *Manfaat Minyak Sawit bagi Perekonomian Indonesia*. World Growth, Palm Oil Green Development Campaign
- _____. 2014. *Teori Ekonomi Kesejahteraan*. Public Health Warrior, Studying Economic Management. Diunduh Maret 2017
- Andi, Mapisangka. 2009. *Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat*. JESP Vol 1
- BAPPENAS. (2010). *Laporan Pencapaian Tujuan Pembangunan Milenium Indonesia 2010*. BAPPENAS atau KPPN
- Daniri, 2008, *Standardisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Drajad, Bambang, 2011. *Pentingnya CSR di Perkebunan Kelapa Sawit*. Gagasan hukum. Diunduh April 2017
- Mardikanto, Totok, 2014. *CSR (corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta
- Nurdin, Syafruddin dan Usman, Basyiruddin. 2003. *Guru Profesional dan Implementasi Kurikulum*. Jakarta: Ciputat Press.
- Soeratno dan Arsyad. 1999. *Metodologi Penelitian untuk S1*. Erlangga; Jakarta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA
- Sumaryo. 2009 . *Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Dalam Pemberdayaan dan Peningkatan Hidup Masyarakat*. Institut Pertanian Bogor: Bogor. Skripsi
- Sunarko. 2007. *Petunjuk Praktis Budidaya & Pengolahan Kelapa Sawit*. Agromedia Pustaka. Jakarta

Todaro. 2003. *Kesejahteraan Masyarakat* .
Graha Ilmu : Jakarta

Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan
Aplikasi Corporate Social
Responsibility*. Surabaya : Media
Grapka

Windarti Tri. 2004. *Tanggung Jawab Sosial
Perusahaan dalam Pemberdayaan
Ekonomi Masyarakat*. Universitas
Sumatera utara: Medan.Skripsi