

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat dalam Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Factors Affecting Community Participation in the Implementation of Corporate Social Responsibility Program

Siti Robiah Nurbaiti^{1,*}, Azis Nur Bambang²

¹ Magister Ilmu Lingkungan, Sekolah Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

² Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

*Corresponding author: baityjannati14@gmail.com

Abstract: The business world is one of the activities that encourage the success of development, which currently not only leads to economic activities to gain profit for the sustainability of the company, but also care about the social and environmental aspects of the surrounding community. The effort that has been implemented as a form of corporate social responsibility is through Corporate Social Responsibility (CSR) program that implements sustainable development known as people, profit, and planets or Triple Bottom Line (TBL) concept. In Indonesia the concept of CSR has been accepted and implemented by various companies in the field of economy, health, education and environment. Implementation of CSR program is one form of community development, where the success of the program, among others, depends on the active involvement of the community in each stage of the CSR program. Participation, then the community will feel to have the program, the higher the participation rate the greater the sense of ownership, responsibility, and contribution given to achieve the goals and success of the program. This paper is a literature review to get an overview of the factors that influence community participation in the implementation of CSR programs based on the literature and previous research results that have been implemented.

Keywords: Community Participation, Corporate Social Responsibility, Internal and External Factors of *Planned Behavior*

1. PENDAHULUAN

Keberadaan sebuah perusahaan tidak bisa dipisahkan dari masyarakat yang merupakan lingkungan eksternalnya. Secara ekonomi, perusahaan berorientasi mendapatkan keuntungan, sementara dari aspek sosial perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Hal ini sejalan dengan konsep yang disampaikan John Elkington dalam bukunya “Cannibals with Forks, The Tripple Bottom Line of Twentieth Century Business” pada tahun 1998, bahwa jika suatu perusahaan dalam menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan harus memperhatikan “Triple P”, yaitu profit, planet and people, tidak hanya profit yang diburu namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (people) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet) (Wibisono Y, 2007)

Dengan menjalankan tanggungjawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba untuk jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar) dalam jangka panjang.

Secara umum prinsip – prinsip dasar Corporate Social Responsibility (CSR) tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sudah mulai digunakan di Indonesia pada tahun 1990 – an, yang dikenal dengan nama Corporate Social Activity (CSA) atau aktivitas social perusahaan meskipun pada saat itu hanya sebatas upaya untuk memenuhi tuntutan sosial yang diajukan, belum mencapai level peran serta dan kepedulian sosial yang berkelanjutan (Budiharjo & Sujarto, 2009).

Pelaksanaan CSR di Indonesia sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal tersebut telah menjadikan Indonesia sebagai negara yang pertama kali mewajibkan CSR di dunia ini (Leimona & Fauzi, 2008).

Prioritas utama suatu perusahaan adalah adanya keberlanjutan usaha, sehingga semua aspek yang dapat menunjang berjalannya suatu usaha perlu dijaga keberadaannya yakni aspek sosial, sumber daya manusia (SDM) dan lingkungan atau sumber daya alam (SDA). Salah satu parameter keberlanjutan adalah sejauh mana perusahaan mampu mengelola hubungan baik dengan masyarakat dan menjaga

kelestarian lingkungan melalui program CSR (Rahmatullah & Kurniati, 2011). Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan dan masyarakat yang bersifat aktif dan dinamis.

Hampir dipastikan pelibatan masyarakat dalam menentukan program yang akan dilaksanakan, serta menciptakan dan menerapkan komunikasi intensif dengan para pihak adalah salah satu kunci sukses pelaksanaan CSR, dimana program tersebut dapat secara langsung dirasakan manfaatnya bagi masyarakat (Leimona & Fauzi, 2008).

Tanggung jawab sosial oleh perusahaan dapat direalisasikan dalam berbagai bidang meliputi pendidikan, ekonomi, kesehatan, sosial dan lingkungan. Akan tetapi kecenderungan perusahaan dalam penyelenggaraan CSR adalah mengatasi dampak sosial dan ekonomi, serta menyelaraskan program dengan prioritas pembangunan daerah dimana perusahaan beroperasi lebih pada dukungan infrastruktur serta program di luar pengelolaan dan perbaikan kualitas lingkungan.

Berbagai program CSR yang telah dirancang oleh perusahaan agar pelaksanaan tepat pada sasaran yang diinginkan tidak akan tercapai tanpa adanya partisipasi dari masyarakat. Partisipasi juga menggambarkan dukungan masyarakat terhadap program, implikasinya program akan berjalan berkelanjutan. Pada prakteknya, banyak program CSR yang dijalankan hanya sekedar kewajiban dan tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat karena dalam penyusunan program dan dalam tiap tahapan kegiatan hanya sedikit atau tidak ada keterlibatan masyarakat, Program yang dilaksanakan lebih bersifat topdown. Masyarakat menjadi tidak mendukung program karena memang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, program menjadi sia-sia karena berjalan tidak berkelanjutan.

Makalah ini merupakan telaah literatur untuk mendapatkan gambaran mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program CSR berdasarkan literatur dan hasil penelitian terdahulu yang pernah dilaksanakan.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1. Corporate Social Responsibility (CSR)

Definisi CSR sangat beragam, *The World Business Council for Sustainable Development* dalam Wibisono (2007) mendefinisikan CSR sebagai komitmen dunia usaha untuk terus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas.

Sedangkan menurut Ambadar (2008) CSR merupakan partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dengan mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitarnya.

Definisi CSR bisa berbeda tergantung *need, desire, wants*, dan *interest* komunitas pada suatu negara atau visi dan misi dari perusahaan yang menjalankan praktik CSR.

Sejalan dengan pengertian di atas *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 (Adi, 2007).

Setidaknya terdapat tiga alasan penting mengapa perusahaan harus melaksanakan CSR, khususnya terkait dengan perusahaan ekstraktif, *Pertama*, perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial berfungsi sebagai kompensasi atau upaya imbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat. *Kedua*, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya izin untuk melakukan operasi yang sifatnya kultural. Wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan. *Ketiga*, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan (Wibisono Y, 2007)

Dalam implementasi CSR terdapat dua alasan yang mendasari perusahaan melakukan kegiatan CSR, yaitu alasan moral dan alasan ekonomi. Alasan moral lebih didasarkan bahwa CSR memang bermula dari inisiatif perusahaan untuk dapat menjalin relasi yang saling menguntungkan dengan stakeholders. Sementara alasan ekonomi lebih pada bagaimana perusahaan mampu memperkuat citra dan kredibilitas brand atau produknya melalui CSR. Nuansa promosi sangat dirasa jika perusahaan melaksanakan kegiatan CSR dengan alasan ekonomi, perusahaan cenderung mengkomersialkan berbagai kegiatan yang dilakukan dan mengekspos kegiatan tersebut secara besar-besaran (Rahman, 2009)

Seperti disampaikan di awal tadi bahwa CSR merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan yang didasari tiga prinsip dasar yang meliputi *profit, people* dan *planet* (3P). Perusahaan sebagai badan usaha yang berorientasi *profit*, maka tetap harus mencari keuntungan ekonomi untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan sehingga perusahaan dapat terus



beroperasi dan berkembang. Dalam menjamin kelangsungan hidup dan meningkatkan daya saing perusahaan, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan dan manusia (*people*) yang merupakan aset berharga dalam organisasi maupun negara. Sedangkan *planet*, merupakan kepedulian terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati yang bisa diwujudkan dalam bentuk program penghijauan lingkungan hidup, dan penyediaan sarana air bersih.

Ada beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi : 1) perusahaan terhindar dari reputasi negatif perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan, 2) kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan dimana perusahaan bekerja, 3) perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, 4) perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar. (Ambadar, 2008)

2.2. Partisipasi Masyarakat Dalam Program CSR

CSR merupakan implementasi Community Development / Pengembangan Masyarakat. Menurut Iffe dalam Muhdar, et al (2014) menyatakan bahwa salah satu prinsip Community Development (CD) adalah partisipasi. Partisipasi dalam pengembangan komunitas harus menciptakan keterlibatan aktif semua orang dalam masyarakat tersebut pada proses kegiatan masyarakat.

Ambadar (2008) menyatakan bahwa pengembangan masyarakat adalah salah satu pendekatan yang harus menjadi prinsip utama bagi seluruh unit-unit pemerintahan maupun pihak korporasi dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam memberikan pelayanan sosial. Hal ini disebabkan dalam pelaksanaan pengembangan masyarakat terdapat kolaborasi kepentingan bersama antara perusahaan dengan komunitas, adanya partisipasi, produktivitas, dan ke-berlanjutan.

Definisi partisipasi masyarakat menurut Nasdian FT (2003) adalah proses aktif dimana inisiatif diambil oleh masyarakat sendiri, dibimbing oleh cara berfikir mereka sendiri, dengan menggunakan sarana dan proses (lembaga dan mekanisme) dimana mereka dapat melakukan kontrol efektif. Definisi ini memberi pengertian bahwa masyarakat diberi kemampuan untuk mengelola potensi yang dimiliki secara mandiri. Partisipasi komunitas dalam pengembangan masyarakat adalah suatu proses bertingkat dari pendistribusian kekuasaan pada komunitas sehingga mereka memperoleh kontrol lebih besar pada hidup mereka sendiri.

Sedangkan menurut Cohen, J. and Uphoff (1977) partisipasi adalah keterlibatan aktif masyarakat dalam

proses pengambilan keputusan tentang apa yang akan dilakukan dan bagaimana cara kerjanya; keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan program dan keputusan yang telah ditetapkan melalui sumbangan sumberdaya atau bekerja sama dalam suatu organisasi; keterlibatan masyarakat menikmati manfaat dari pembangunan serta dalam evaluasi pelaksanaan program.

Di Indonesia, telah banyak perusahaan yang mengimplementasikan program CSR nya dengan melibatkan masyarakat. Mereka menyadari bahwa dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan pelaksanaan kegiatan CSR maka tujuan untuk memberdayakan masyarakat menjadi mandiri akan tercapai dan program yang dilaksanakan akan berkelanjutan.

Adapun partisipasi masyarakat dalam berbagai program CSR mengacu pada empat tahapan Cohen dan Uphoff (1977) yaitu :

(1) Tahap pengambilan keputusan atau tahap perencanaan, yang diwujudkan dengan keikutsertaan masyarakat dalam rapat-rapat. Tahap pengambilan keputusan yang dimaksud disini yaitu pada perencanaan dan pelaksanaan suatu program. Misalnya dalam program penghijauan yang merupakan agenda perusahaan, masyarakat diminta menentukan bibit apa yang akan ditanam karena mereka yang lebih memahami jenis tanaman yang paling cocok di daerah mereka. Karena salah satu prinsip dasar dalam pengembangan program adalah keberlanjutan. Sehingga penentuan program secara partisipatoris dan dengan mempertimbangkan kebutuhan mereka diyakini dapat mewujudkan keberhasilan program (Leimona & Fauzi, 2008) (2) Tahap pelaksanaan yang merupakan tahap terpenting dalam pembangunan, sebab inti dari pembangunan adalah pelaksanaannya. Wujud nyata partisipasi pada tahap ini digolongkan menjadi tiga, yaitu partisipasi dalam bentuk sumbangan pemikiran, bentuk sumbangan materi, dan bentuk tindakan sebagai anggota proyek. (3) Tahap menikmati hasil, yang dapat dijadikan indikator keberhasilan partisipasi masyarakat pada tahap perencanaan dan pelaksanaan proyek. Selain itu, dengan melihat posisi masyarakat sebagai subyek pembangunan, maka semakin besar manfaat proyek dirasakan, berarti proyek tersebut berhasil mengenai sasaran. (4) Tahap evaluasi, dianggap penting sebab partisipasi masyarakat pada tahap ini merupakan umpan balik yang dapat memberi masukan demi perbaikan pelaksanaan proyek selanjutnya.

2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat Dalam Program CSR

Dari literatur didapatkan bahwa umumnya partisipasi masyarakat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal.

a. Faktor internal yaitu mencakup karakteristik individu yang dapat mempengaruhi individu tersebut untuk berpartisipasi dalam suatu kegiatan, yaitu umur, jenis kelamin, status dalam keluarga,

tingkat pendidikan, etnis, agama, bahasa, pekerjaan, tingkat pendapatan, jarak rumah dengan lokasi pekerjaan atau aktivitas dan kepemilikan tanah (Cohen, J. and Uphoff, 1977)

- b. Faktor eksternal adalah semua pihak luar yang berkepentingan dan mempunyai pengaruh terhadap program tersebut, antara lain pengurus Desa, tokoh masyarakat, Pemerintah Daerah, NGO, pihak ketiga (LSM, Yayasan sosial, Perguruan Tinggi) (Sunarti, 2003)

Menurut Slamet (1994), faktor karakteristik individu dapat mempengaruhi aktivitas kelompok, mobilitas individu dan kemampuan finansial. Dari empat variabel karakteristik masyarakat yang diteliti hanya variabel usia dan tingkat pendidikan yang memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat partisipasi. Sedangkan tingkat pendapatan dan jumlah beban keluarga tidak berpengaruh secara signifikan (Wijayanti, 2011).

Faktor pendidikan dianggap penting karena melalui pendidikannya, seseorang akan lebih mudah berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain dan cepat tanggap terhadap perkembangan pengetahuan dan teknologi. Semakin tinggi pendidikannya, tentunya mempunyai pengetahuan yang luas tentang pembangunan dan bentuk serta tata cara peran serta yang diberikan (Y. Slamet, 1994).

Menurut Turner, tingkat pendapatan akan memberi peluang yang besar bagi masyarakat untuk ikut berpartisipasi, karena mempengaruhi kemampuan finansial untuk berinvestasi dengan mengerahkan semua kemampuannya apabila hasil yang dicapai sesuai dengan prioritas dan kebutuhannya. Begitu juga dengan faktor lama tinggal seseorang dalam lingkungan pemukiman atau status kepemilikan lahan atau hunian akan mempengaruhi seseorang untuk bekerja sama dan terlibat dalam kegiatan bersama (Panudju, 1999)

Waktu luang seseorang untuk terlibat dalam organisasi atau kegiatan di masyarakat juga dipengaruhi jenis pekerjaannya, banyak warga yang telah disibukkan oleh pekerjaan utama atau kegiatannya sehari – hari kurang tertarik untuk mengikuti pertemuan, diskusi atau seminar (Budiharjo & Sujarto, 2009)

Hasil penelitian yang lain menunjukkan bahwa faktor internal meliputi kemauan berupa sikap dan motivasi serta kemampuan berupa pengetahuan, keterampilan dan pengalaman yang dimiliki oleh individu. Sedangkan faktor eksternal berupa kesempatan yang mendorong individu untuk ikut berpartisipasi dalam program, berupa pemberian akses (Lokita, 2011) dan (Mardikanto & Soebiato, 2013)

Slamet (2003) menyatakan bahwa partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan akan terwujud sebagai suatu kejadian nyata apabila terpenuhi faktor-faktor yang mendukungnya, yaitu a) adanya kesempatan, yaitu adanya suasana atau kondisi lingkungan yang disadari oleh orang tersebut bahwa dia berpeluang untuk berpartisipasi; b) adanya kemauan, yaitu adanya sesuatu yang mendorong atau menumbuhkan minat dan sikap mereka untuk termotivasi berpartisipasi, misalnya berupa manfaat

yang dapat dirasakan atas partisipasinya tersebut; dan c) adanya kemampuan, yaitu adanya kesadaran atau keyakinan pada dirinya bahwa dia mempunyai kemampuan untuk berpartisipasi, bisa berupa pikiran, tenaga, waktu, atau sarana dan material lainnya. Kemauan dan kemampuan merupakan potensi yang dimiliki oleh pelaku secara individu ataupun kelompok. Sedangkan kesempatan lebih dipengaruhi oleh situasi atau lingkungan di luar diri pelaku.

Tingkat kemauan ditentukan oleh faktor yang bersifat psikologis individu, seperti harapan terhadap manfaat program dan motivasi terlibat dalam program. Dorongan seseorang melakukan suatu kegiatan untuk mencapai suatu tujuan sangat tergantung pada besarnya harapan akan tercapainya tujuan tersebut. Harapan mendapatkan manfaat atau imbalan tertentu, terutama dalam kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan dasar hidupnya, merupakan sumber motivasi bagi seseorang untuk berperan serta dalam kegiatan-kegiatan pembangunan. Selain itu, tingkat penguasaan informasi mengenai program merupakan faktor yang dapat menimbulkan kemauan seseorang untuk berpartisipasi (Lugiarti, 2004).

Menurut Arnstein (1969) tingkat kemampuan seseorang berpartisipasi dalam suatu program ditentukan oleh tingkat pendidikan dan pengalamannya, sedangkan tingkat kesempatan untuk berpartisipasi dalam program ditentukan oleh pihak luar, dalam hal ini adalah penyelenggara program, yaitu sejauh mana penyelenggara memberikan ruang kepada sasaran program untuk berpartisipasi. Dalam hal ini adalah keterdedahan informasi dan tingkat pendampingan yang diterima peserta program dari penyelenggara program (Suharto, 2005).

Rahmawati & Sumarti (2011) dalam penelitiannya tentang tingkat partisipasi peserta program CSR ekonomi, dari tingkat kemauan peserta program cenderung relatif tinggi, artinya keinginan peserta untuk berpartisipasi dalam program pemberdayaan ekonomi relatif tinggi, dan peserta menaruh harapan besar kepada program tersebut. Dibandingkan dengan dua faktor lainnya, yaitu tingkat kemauan dan kemampuan, tingkat kesempatan merupakan faktor yang cenderung paling memiliki hubungan dengan tingkat partisipasi peserta program. Peran pendamping dalam memberikan informasi langsung dan pendampingan kepada peserta program adalah hal yang paling dapat meningkatkan partisipasi peserta program. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan Mardikanto dan Soebiato (2013) bahwa adanya kesempatan yang diberikan sering merupakan faktor pendorong tumbuhnya kemauan, dan kemauan akan sangat menentukan kemampuannya.

Salah satu teori tentang motivasi yaitu teori motif sosial yang dikemukakan oleh McClelland (1987) dalam Nurhadi (2017) yaitu meliputi : *need of achievement* (kebutuhan untuk berprestasi), *need of affiliation* (kebutuhan untuk berafiliasi), dan *need of power* (kebutuhan untuk berkuasa). *Need of achievement* adalah dorongan untuk menggungguli, berprestasi berhubungan dengan seperangkat standar, dan bergulat untuk sukses. *Need of affiliation* adalah hasrat untuk berhubungan antar pribadi yang ramah



dan akrab. *Need of power* adalah dorongan individu untuk mengendalikan dan mempengaruhi orang lain.

Hasil penelitian Nurhadi (2017) motivasi atau kemauan yang muncul karena responden memiliki dorongan yang cukup besar untuk terlibat dalam program CSR (KSU Rancage), terutama adanya dorongan untuk berprestasi dan berafiliasi. Dorongan berprestasi yang dominan dimiliki responden diantaranya, yaitu keinginan untuk menambah pengalaman baru dan pengetahuan. Dorongan berafiliasi yang dominan dimiliki responden yaitu keinginan untuk menambah teman dan saling berbagi pendapat dengan sesama anggota KSU Rancage. Selain itu persepsi masyarakat juga menunjukkan hubungan yang nyata terhadap tingkat partisipasinya. Persepsi positif ini muncul karena responden memiliki pengetahuan dan pengalaman yang baik tentang pelaksanaan kegiatan di KSU Rancage sebagai implementasi program CSR sehingga dengan persepsi positif tersebut, responden cenderung berpartisipasi aktif dalam kegiatan KSU Rancage.

3. SIMPULAN

Partisipasi masyarakat dalam suatu program pembangunan termasuk dalam pelaksanaan program CSR dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal berasal dari dalam masyarakat itu sendiri mencakup karakteristik individu, kemauan dan kemampuan. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor dari luar yang bisa mendorong maupun menghambat partisipasi antara lain peran stakeholder dan adanya kesempatan.

4. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan makalah ini, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungannya kepada Dr. Hadiyanto, ST., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Lingkungan Universitas Diponegoro dan Prof. Dr. Ir. Azis Nur Bambang selaku dosen pembimbing.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I. R. (2007). *Perencanaan Partisipatoris Berbasis Aset Komunitas: dari Pemikiran Menuju Penerapan*. Depok: Fisip UI Press.
- Ambadar, J. (2008). *Corporate Social Responsibility dalam Praktik di Indonesia (Wujud Kepedulian Dunia Usaha) (1st ed.)*. Jakarta: Penerbit Elex Media Computindo.
- Arnstein, S. (1969). A Leader of Citizen Participation. *Journal of American Institute of Planner*, 4, 216–224.
- Budiharjo, E., & Sujarto, E. (2009). *Kota Berkelanjutan*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Cohen, J. and Uphoff, N. (1977). *Rural Development Participation Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation*. New York: Cornell University. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/37882394_Rural_development_participation_concepts_and_measures_for_project_design_implementation_and_evaluation
- Leimona, B., & Fauzi, A. (2008). *CSR dan Pelestarian Lingkungan, Mengelola Dampak: Positif dan Negatif*. Jakarta: Indonesia Business Links.
- Lokita, D. A. (2011). *Partisipasi Masyarakat dalam Program Pengelolaan Sampah (Kasus Implementasi Corporate Social Responsibility PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. di Desa Gunung Sari, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor)*. Institut Pertanian Bogor.
- Lugiarti, E. (2004). *Peningkatan Partisipasi Masyarakat dalam Proses Perencanaan Program Pengembangan Masyarakat di Komunitas Desa Cijayanti*. Institut Pertanian Bogor.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik (2nd ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- Muhdar, Jamaludin, & Irwansyah. (2014). Partisipasi Masyarakat Dalam Program Corporate Social Responsibility PT. Arutmin Nort Pulau Laut Coral Terminal Kotabaru (Studi tentang Program Koperasi Serba Usaha Madani Kotabaru). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 1 No 1, 22–28.
- Nasdian FT. (2003). *Materi Kuliah Pengembangan Masyarakat. Program Studi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*. Fakultas Ekologi Manusia IPB. Bogor.
- Nurhadi, A. (2017). *Hubungan Antara Persepsi dan Keragaman Motif Sosial dengan Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Program CSR PT. X (Kasus Koperasi Serba Usaha Rancage CSR PT. X)*. Institut Pertanian Bogor.
- Panudju, B. (1999). *Pengadaan Perumahan Kota dengan Partisipasi Masyarakat Penghasilan Rendah*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Rahman, R. (2009). *Corporate Social Responsibility : Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Medpress.
- Rahmawati, & Sumarti, T. (2011). Analisis Tingkat Partisipasi Peserta Program CSR Pemberdayaan Ekonomi PT. Arutmin Indonesia. *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, Dan Ekologi Manusia*, 325–338.
- Slamet, M. (2003). *Membentuk Pola Perilaku Manusia Pembangunan*. Bogor: IPB Press.
- Slamet, Y. (1994). *Pembangunan Masyarakat Berwawasan Partisipasi*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Suharto, E. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sunarti. (2003). Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Perumahan Secara Kelompok. *Jurnal Tata Loka*.
- Wibisono Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responcibility)*. Gresik: Fascho Publishing.
- Wijayanti, N. A. (2011). *Tingkat Partisipasi Masyarakat Program CSR Desa Telaga dan Tingkat Kemanfaatan Program (Kasus di Karawang Internasional Industrial City)*. Institut Pertanian Bogor.