

VISI PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* PADA PERUSAHAAN DI CIREBON

Ida Ri'aeni

Universitas Muhammadiyah Cirebon

Email : Ida.iswahyudi@yahoo.com

Abstrak

Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan operasional perusahaan. Karenanya, perlu dilakukan penilaian bagaimana efektivitas pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut. Aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan akan memiliki berbagai dampak terhadap lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan. Saat ini perusahaan dituntut untuk mengelola program CSR yang memiliki dampak kegiatan dalam memungkinkan terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). Pembangunan berkelanjutan tersebut tentunya hanya akan dapat diraih apabila perusahaan-perusahaan melakukan pengelolaan dampak operasi pada tiga tataran dampak: ekonomi, sosial dan lingkungan. Kegiatan CSR juga umumnya tak lepas dari peran divisi hubungan masyarakat atau Public Relations (PR) untuk melibatkan diri mengatasi persoalan-persoalan sosial di lingkungan perusahaan.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik penggalian data melalui kajian pustaka dan wawancara. Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui dan melakukan perbandingan program-program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang memiliki visi pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) yang dilaksanakan oleh beberapa perusahaan di Cirebon. (2) mengetahui peran divisi hubungan masyarakat atau Public Relations (PR) dalam melaksanakan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang memiliki visi pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). Objek penelitian ini adalah Bank Indonesia Cirebon dan PT Indocement Tunggal Perkasa, Palimanan Cirebon.

Kata kunci: pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*), CSR (*Corporate Social Responsibility*), Hubungan Masyarakat (*public relation*)

A. Pendahuluan

Program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai salah satu bukti komitmen dunia usaha dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan penduduk Indonesia semakin meningkat. Meningkatnya jumlah penduduk membawa dampak lain

yaitu usaha guna memenuhi kebutuhan manusia tentu akan semakin banyak dilakukan, terlebih dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, kebutuhan segera dapat dipenuhi namun di sisi lain menuntut penggunaan energi dan sumber daya alam yang makin banyak pula dan berdampak pada terancamnya kelestarian sumber daya alam, dan kerusakan lingkungan hidup. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 1972, membentuk Program Lingkungan PBB atau United Nations Environment Programme berkedudukan di Nairobi, Kenya, semenjak menyadari pentingnya menjaga kelestarian sumber daya alam dan terutama menyelamatkan bumi. Kemudian, dibentuklah komisi dunia untuk lingkungan dan pembangunan yang menghasilkan komitmen negara-negara di dunia untuk membangun persepsi yang sama antar negara baik negara maju maupun negara berkembang dan mengusulkan strategi lingkungan jangka panjang, merekomendasikan jalan keluar permasalahan lingkungan antar negara, mewujudkan jalan keluar dari permasalahan lingkungan yang ada dan menjamin tercapainya pembangunan berkelanjutan di dunia (World Commission on Environment and Development, 1987).

Pembangunan berkelanjutan yaitu pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Komisi Dunia untuk Lingkungan dan Pembangunan, 1987), perlu diarusutamakan dalam semua segi kehidupan termasuk dunia usaha yang banyak berperan dalam memenuhi kebutuhan manusia. Menurut Undang-Undang No.32 Tahun 2009, pembangunan berkelanjutan bermakna upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan. Tiga aspek dalam pembangunan berkelanjutan yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan hidup. Mengetahui pemenuhan kebutuhan manusia sebagian besar oleh dunia usaha, dan upaya memenuhi kebutuhan tersebut yaitu proses produksi membawa berbagai dampak positif maupun negatif terutama dampak pada fungsi lingkungan hidup, maka salah satu pihak yang berperan dalam menjaga keberlanjutan fungsi lingkungan, menyumbang pada terwujudnya pembangunan berkelanjutan adalah dunia usaha. (M Dessy, 2015)

Pertumbuhan sektor riil baik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) maupun non-UMKM semakin nyata. Pertumbuhan ini, salah satunya merupakan buah dari adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Program CSR merupakan program yang dijalankan oleh perusahaan/instansi sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap masyarakat, pemerintah maupun lingkungan. Lebih jauh, program CSR sering juga disebut sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap dampak dari kebijakan yang diusung. Dengan kata lain, CSR dapat pula dikatakan sebagai manajemen dampak. Adanya program CSR secara faktual dapat mendongkrak perekonomian dan melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat menengah ke bawah. Program ini juga dapat mengembangkan potensi daerah seperti pendidikan, industri maupun pariwisata. Dengan demikian, CSR dapat dikatakan memiliki potensi menyejahterakan sekaligus membentuk ekonomi mandiri dalam masyarakat yang terlibat.

Namun dalam perkembangannya, program CSR menuai banyak tantangan. Salah satunya adalah terlalu kuatnya peran aktor lokal dalam program CSR sehingga program yang dihasilkan tidak representatif. Aktor lokal dalam hal ini adalah tokoh masyarakat yang masih sangat mendominasi dalam kegiatan kemasyarakatan. Dalam konteks CSR, aktor lokal biasanya mendominasi dari proses sosialisasi sampai pelaksanaan program. Keadaan tersebut dikhawatirkan dapat memunculkan ketimpangan antara masyarakat biasa dengan aktor-aktor lokal. Ketimpangan ini muncul akibat adanya perbedaan akses dalam menentukan kebijakan dalam program CSR. Selain itu, adanya campur tangan birokrasi tingkat daerah dikhawatirkan juga berdampak pada kebijakan yang akan diambil dalam pelaksanaan program CSR. (Widihantoro, 2011)

CSR di Indonesia wajib dijalankan oleh setiap perseroan, hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada Pasal 74, yang menyebutkan perseroan yang melakukan usaha di bidang sumber daya alam dan/atau terkait dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan anggaran dan perhitungan sewajarnya, sepatutnya. perseroan yang mengabaikan kewajiban ini akan dikenai sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas antara lain menyebutkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan, dilaksanakan oleh direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. rencana kerja tahunan telah mendapat persetujuan dewan komisaris/RUPS sesuai dengan anggaran dasar perseroan. dan perseroan yang telah berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

Program CSR yang dijalankan dengan baik akan menghasilkan citra yang positif di mata masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Citra positif dapat timbul karena adanya apresiasi masyarakat. Citra dalam hal ini adalah kesan yang diciptakan oleh perusahaan secara sengaja sehingga menarik perhatian khalayak umum untuk mengamati serta memperhatikan dan mempunyai pandangan tentang perusahaan tersebut. Sebuah pemahaman yang berasal dari informasi yang kurang lengkap akan menghasilkan citra yang kurang baik. Oleh karena itu, terciptanya suatu citra perusahaan yang baik di mata masyarakat akan sangat bergantung pada bagaimana perusahaan tersebut memperlakukan publiknya. Dalam konteks ini publik internal yang menjadi pelaku kegiatan CSR. Program-program CSR yang telah dibuat ditujukan untuk lingkungan perusahaan serta masyarakat secara luas. Melalui program CSR yang berhubungan dengan masalah sosial, seperti melakukan kegiatan bidang kesehatan, pendidikan, pembangunan infrastruktur, lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Dalam hal ini, kegiatan CSR sangat erat kaitannya dengan kepedulian perusahaan baik pada tataran internal maupun ke lingkup eksternal.

Dalam *Proses Community Relations*, (Iriantara, 2004:77) menyatakan tentang langkah-langkah tindakan yang dilakukan dalam konteks *community relations* bisa

dipandang sebagai bagian dari langkah untuk mengatasi permasalahan global tersebut. Karena itu, *community relations* bisa bermakna lebih dari sekedar membangun hubungan baik antara organisasi dan komunitas sekitarnya, melainkan juga bisa berperan melalui tindakan-tindakan pada tingkat lokal dalam mengatasi permasalahan-permasalahan global seperti mega krisis global tadi. *Community relations* bisa dipandang sumbangan kecil yang berarti yang diberikan organisasi sebagai warga negara bersama dengan komunitas disekitarnya untuk mengatasi permasalahan-permasalahan besar pada tingkat lokal dengan memperhatikan prinsip keberlanjutan. Tetapi tentu saja, fokus perhatian adalah upaya mengatasi permasalahan yang dihadapi langsung oleh komunitas.

Menjaga hubungan dengan komunitas lokal atau *community relations* adalah juga bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan. Perubahan praktik organisasi dalam menjalankan bisnis dan tekanan sosial pada organisasi bisnis untuk memainkan peran yang menunjukkan tanggung jawab sosial, sesungguhnya melahirkan sejumlah manfaat bagi kedua belah pihak. Praktik *community relations* yang terfokus pada kegiatan filantropis sebelumnya dipandang hanya memberikan manfaat bagi komunitas saja sedangkan bagi organisasi dipandang sebagai beban biaya. Tidak ada pandangan, pada waktu itu, bahwa membantu komunitas merupakan investasi yang penting bagi organisasi. Karena organisasi bisnis sebagai satu organisme tentu harus berelasi dengan lingkungan sekitarnya

Public Relations mempunyai peran penting baik secara internal maupun eksternal dalam aktivitas CSR. Karena pada dasarnya publik dari *Public Relations* adalah publik internal dan eksternal. Publik internal meliputi manajemen perusahaan dan karyawan. Sedangkan publik eksternal, meliputi masyarakat sekitar perusahaan, pemerintah, pers, konsumen, pesaing, agen dan juga distributor. Kedua publik tersebut sangat memberi pengaruh yang sama besar kepada perusahaan.

Dalam menjalankan tugasnya, kegiatan *Public Relations* bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, sifat dan tingkah laku publik. Dalam hal ini, *Public Relations* diharapkan mengutamakan kepentingan publik, menggunakan moral atau kebiasaan yang baik, guna terpeliharanya komunikasi yang menyenangkan dengan publiknya. Adanya aspek dari aksi dan komunikasi inilah yang kemudian membedakan kegiatan *community relations* dalam konteks *Public Relations* dan bukan *Public Relations*. Karena watak *Public Relations* akan ditampilkan lewat kegiatan komunikasi.

B. Tinjauan Teoritis

Program CSR (Widihantoro, 2011), dapat dibagi ke dalam dua skema, yaitu *voluntary* dan *mandatory*. Skema *voluntary* merupakan skema yang berada pada area kesukarelaan dan kesadaran perusahaan maupun institusi terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan skema *mandatory* merupakan skema yang berdasarkan mandat dari Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 4 tahun 2007. Skema *mandatory*, digunakan untuk mengatur dengan paksaan supaya perusahaan mau bertanggung jawab terhadap apa yang menjadi kewajibannya.

Sehingga sangat boleh jadi skema *voluntary* memiliki nilai (moral) lebih daripada skema *mandatory*, karena memiliki kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun. Setiap program CSR sudah pasti menuai pro dan kontra. Faktor internal seperti tingkat ekonomi, tingkat pendidikan, dan penguasaan teknologi yang berbeda, menjadi faktor yang turut membentuk dinamika dalam penyusunan sampai pelaksanaan program CSR. Selain faktor internal, faktor eksternal juga menarik untuk dikaji. Faktor eksternal salah satunya berasal dari adanya campur tangan birokrasi daerah baik dalam penyusunan dan pelaksanaan program CSR. Kegiatan CSR juga umumnya tak lepas dari peran divisi hubungan masyarakat atau Public Relations (PR) untuk melibatkan diri mengatasi persoalan-persoalan sosial di lingkungan perusahaan.

Istilah *Public Relations* atau disingkat *PR* kini tampaknya semakin berkembang, baik dalam kegiatan studi secara akademik maupun dalam kegiatan operasionalnya, di pemerintahan atau pun lembaga-lembaga dan perusahaan swasta. Sedangkan konsep pengertian secara etimologi terdiri dari dua buah kata, yaitu *Public* dan *Relations*. Dalam bahasa Indonesia, kata pertama berarti public, dan kata kedua berarti hubungan-hubungan. Jadi *Public Relations* berarti hubungan-hubungan dengan publik. Suhandang (2004:15).

Pengertian *Public Relations* secara luas dapat kita telaah dari pendapat para pakar untuk kemudian kita simpulkan, sehingga kita dapat mencermati isi dari pengertian. Didalam buku *Dasar-dasar Public Relations* (2012) Rosda Bandung oleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, definisi dari beberapa ahli adalah sebagai berikut :

- Definisi dari *Public Relations News* :
 “*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang, sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik.”
- Definisi *Public Relations* dari Cutlip dan Center
 Menyatakan : “*Public Relations is the distinctive management function which help establish and mutual lines of communications, understanding, acceptance and cooperation between an organization and its public*”.

Public Relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik.

Inti dari tugas *Public Relations* adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan *public* sehingga mencapai suasana akrab, saling mengerti, dan muncul suasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan *public*. Dengan kata lain *Public Relations* mengemban tugas atas tujuannya tadi, yaitu berkomunikasi ke dalam dengan *public intern*, dan ke luar dengan *public extern*, Kustadi Suhandang (2004:72) *Public Relations Perusahaan*.

Dalam PR bahwasanya akan ada relasi yang menunjukkan adanya hubungan yang setara atau timbal balik diantara pihak-pihak yang terkait dan berkepentingan. Masing-masing pihak, baik kepentingannya yang sama maupun berbeda melakukan

konteks komunikasi untuk mencapai tujuan bersama. Relasi antara organisasi dan publiknya tidak selalu seiring sejalan, karena ada kalanya terjadi perbedaan tujuan dan kepentingan. Pada sisi lain antara organisasi dan publiknya baik internal maupun eksternal tidak sejalan.

Menurut Kasali (dalam Iriantara, 2013:7) Publik disamakan dengan para pihak, dan publik adalah setiap kelompok yang berada didalam maupun diluar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Dengan demikian , publik bisa dinyatakan sebagai pihak-pihak yang memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung terhadap suatu organisasi. Diantara organisasi dan publik terjadi hubungan saling mempengaruhi, sehingga terjadinya perubahan pada pihak lain. Dan membagi publik organisasi sebagai berikut :

1. Publik internal dan external
 Publik Internal adalah publik yang berada dalam organisasi, sedangkan publik external adalah publik yang berada diluar organisasi seperti bank , pemasok, media, dll.
2. Publik Primer, Sekunder dan Marginal
 Dalam menjalankan *public relations* tentunya tidak semua *stakeholder* akan diterpa oleh pesan –pesan yang disampaikan sehingga disusunlah prioritas. Berdasarkan prioritas itu maka ditentukan mana publik primer yang merupakan publik yang penting, publik yang kurang penting atau publik sekunder, sedangkan publik yang bisa diabaikan yakni publik marginal.
3. *Proponents, Opponents, dan Uncommitted*
 Diantara publik itu ada yang menentang organisasi (*opponents*), publik yang mendukung (*proponents*) dan publik yang tak peduli (*uncommitted*).
4. Publik tradisional dan publik masa depan
 Publik tradisional adalah publik yang pada saat sekarang sudah berhubungan dengan organisasi, sedangkan publik masa depan adalah publik yang dimasa depan dapat memberikan pengaruh nya pada organisasi, seperti mahasiswa, konsumen potensial.
5. *Silent Majority, dan Vocal Majority*
 Dari kalangan publik yang menentang ada yang menyatakan penentangannya secara vocal namun ada pula yang secara pasif.

C. Metode dan Teknik Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif yakni penjabaran dari semua data yang terkumpul, dengan menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta penelitian tidak menganalisa angka-angka. Menurut Straus dan Corbin (dalam Afrizal, 2014:13) bahwa pendefinisian metode penelitian kualitatif perlu mencakup cara data dianalisis, penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam yang merupakan teknik pengumpulan data penelitian kualitatif.

Secara garis besarnya adalah metode yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat

permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini menggunakan teknik analisis mendalam (in-depth analysis), yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus karena metodologi kualitatif yakin bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya. Tujuan dari metodologi ini bukan suatu generalisasi tetapi pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah.

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut :

- **Dokumentasi**
Dokumentasi adalah suatu bentuk teknik pengumpulan data berupa foto, company profile, referensi buku yang ada kaitannya dengan objek yang diteliti.
- **Observasi**
Observasi atau pengamatan adalah salah satu metode dalam pengumpulan data saat membuat sebuah karya tulis ilmiah. Nawawi dan Martini mengungkapkan bahwa observasi adalah pengamatan dan juga pencatatan sistematis atas unsur-unsur yang muncul dalam suatu gejala atau gejala-gejala yang muncul dalam suatu objek penelitian. Hasil dari observasi tersebut akan dilaporkan dalam suatu laporan yang tersusun secara sistematis mengikuti aturan yang berlaku.
- **Wawancara**
Sebagai pelengkap, peneliti juga mengadakan wawancara dengan beberapa informan. Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara nara sumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi di mana sang pewawancara melontarkan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawancarai, alat atau instrument utama pengumpulan data adalah manusia yaitu, peneliti sendiri atau orang lain yang membantu peneliti. Data yang didapat dengan cara bertanya, meminta, mendengar, dan mengambil. (Iriantara, 2014:136)

Salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian kualitatif adalah wawancara tidak terstruktur. Konsep wawancara ini merupakan wawancara yang bebas yang tidak mendalami informasi dan oleh sebab itu cukup dilakukan hanya satu kali. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada informan seperti tim PR dan informan yang terlibat langsung dalam kegiatan CSR masing-masing perusahaan.

D. Pembahasan

Dalam setiap kegiatan CSR setiap lembaga atau perusahaan memiliki tujuan dan prioritas masing-masing. Kegiatan CSR ini umumnya melibatkan bagian Humas atau PR. Dalam pelaksanaan fungsi humas, komunitas lokal dipandang sebagai suatu kesatuan dengan perusahaan yang memberi manfaat timbal balik. Prinsip kegiatan humas adalah mengharmonisasikan hubungan antara perusahaan beserta manajer dan karyawannya dengan masyarakat di sekitar perusahaan. Hubungan yang harus dibina oleh humas tidak hanya hubungan jangka pendek, tetapi juga hubungan jangka panjang. Hubungan timbal balik dengan rasa memiliki dibutuhkan oleh perusahaan agar perusahaan memperoleh dukungan komunitas. Beberapa kegiatan CSR perusahaan di Kota dan kabupaten Cirebon adalah sebagai berikut:

1. Program CSR Bank Indonesia Cabang Cirebon

Program Sosial Bank Indonesia atau PSBI merupakan bentuk kepedulian atau empati sosial Bank Indonesia untuk berkontribusi dalam membantu memecahkan masalah sosial ekonomi yang dihadapi masyarakat. Melalui program sosial, Bank Indonesia juga berupaya meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pelaksanaan tugas dan pencapaian tujuan Bank Indonesia.

Kontribusi yang diberikan sejak tahun 2005 tersebut, kini memasuki babak baru. Sejalan dengan program transformasi Bank Indonesia, PSBI juga berubah. Perlahan-lahan mulai meninggalkan paradigma filantropi, menuju pemberdayaan berkelanjutan yang mampu meningkatkan nilai-nilai ekonomi, sosial dan lingkungan di masyarakat. Lebih spesifik, PSBI kini difokuskan pada program pemberdayaan yang bertujuan pada penguatan ekonomi rumah tangga.

Bank Indonesia meyakini, bahwa sektor rumah tangga berperan penting dalam pilar ekonomi nasional seperti halnya sektor swasta dan pemerintah. Rumah tangga yang kuat secara ekonomi dan edukasi secara agregat dapat mendukung pencapaian stabilitas ekonomi, khususnya melalui pencapaian inflasi yang rendah dan terkendali. (www.bi.go.id)

Gambar Tahapan CSR yang dinamakan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI)



Dengan semangat Dedikasi Untuk Negeri, Bank Indonesia didukung 45 Kantor Perwakilan di seluruh Indonesia berkomitmen untuk terus berkontribusi, berempati dan peduli dalam membantu mengatasi permasalahan sosial dan ekonomi di masyarakat yang dapat memberikan nilai bagi negeri dan institusi. PSBI meliputi dua jenis program, yakni Program Strategis dan Kepedulian Sosial. Program Strategis mencakup program pengembangan ekonomi dan program peningkatan pengetahuan serta pemahaman masyarakat tentang tujuan dan pelaksanaan tugas Bank Indonesia. Sementara Program Kepedulian Sosial, merupakan kegiatan kepedulian atau empati terhadap permasalahan masyarakat di bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup, kebudayaan, keagamaan, dan penanganan musibah dan bencana alam. Tahun 2016, PSBI memiliki tema strategis tahunan "Mendukung Pemulihan Ekonomi Mendorong Pembangunan Ekonomi yang Kuat, Berkesinambungan dan Inklusif". Dalam rangka mendukung fokus pemberdayaan kepada ekonomi rumah tangga, Bank **Cerdas** dan Program **Pemberdayaan Perempuan**. Program Unggulan ini diharapkan dapat menjadi identitas dari Program Sosial Bank Indonesia.

Pemimpin Bank Indonesia Cirebon Syarifudin Bassara mengatakan masih ada perbankan di wilayah kerjanya (Cirebon, Indramayu, Majalengka, Kuningan) yang belum menyalurkan dana tanggung jawab sosial perusahaan untuk kegiatan produktif. Menurutnya, Dana CSR perusahaan sebenarnya bisa digunakan untuk membangun ekonomi kerakyatan. Hanya saja, saat ini penyalurannya belum optimal. Memang tidak semua cabang bank memiliki dana CSR, tapi bisa dikordinasikan dengan kantor pusat masing-masing. (www.bisnis.com, 15 Desember 2011)

Data BI Cirebon mencatat penyaluran CSR dari kalangan perbankan hingga saat ini sebesar Rp7,1 miliar. Dari jumlah tersebut, sekitar 60% terserap untuk kegiatan produktif, sisanya untuk kegiatan sosial seperti kesehatan dan pendidikan. Di wilayah kerja BI Cirebon terdapat 42 kantor cabang perbankan beroperasi. Menurut Dia mengatakan perbankan bisa menggunakan dana CSR untuk membantu pelaku usaha mengembangkan bisnis. Caranya, bisa dengan memberikan pelatihan, pembinaan, hingga pinjaman berbunga murah.

Pola pembinaan semacam itu akan membantu pelaku usaha mikro berkembang.

Sementara itu, bank berpotensi mendapatkan debitur baru. Pelaku usaha mikro yang baru berkembang bisa mendapatkan bunga murah. Ketika usahanya sudah berkembang, bank bisa menawarkan pinjaman komersialnya. Syarifudin mengatakan potensi sektor riil di wilayah kerjanya cukup besar, bahkan banyak yang memiliki daya saing produk. (www.bisnis.com, 15 Desember 2011)

BI Cirebon misalnya membantu petani pakcoy di Indramayu untuk meningkatkan daya saing. Kelompok tani tersebut saat ini sudah mampu menembus pasar ekspor. Pola-pola seperti ini bisa ditiru perbankan untuk mendorong tumbuhnya ekonomi rakyat. Selain itu pula, program yang berhubungan dengan lingkungan menjadi salah satu prioritas program CSR yang dilakukan BI Cabang Cirebon. Pada tahun 2014, BI Cirebon bekerjasama dengan Kuliah Kerja Mahasiswa-Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (KKM-LPPM) Universitas Muhammadiyah Cirebon dalam mengadakan Penghijauan beberapa desa di Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon. (LPPM UMC, 2014)

Di tingkat pusat, Bank Indonesia (BI) menganggarkan dana sebesar Rp80 Miliar untuk program bantuan sosial (*Corporate Social Responsibility/CSR*) pada 2014, naik 25 persen dibandingkan anggaran tahun sebelumnya sebesar Rp60 Miliar. (Skalanews, 6 Februari 2014)

Dengan dasar pemikiran bahwa komunikasi merupakan hal pokok bagi Bank Indonesia untuk membina *relationship* dan menunjukkan kepedulian terhadap komunitasnya, Bank Indonesia melalui program CSR berusaha untuk mengedepankan kegiatan yang bermanfaat bagi kedua belah pihak dengan tujuan untuk:

1. meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat khususnya masyarakat ekonomi menengah dan kecil;
2. membantu program Pemerintah dalam menyiapkan sumber daya manusia yang unggul dan berkualitas serta mampu berkompetisi dengan SDM asing; dan

3. meningkatkan dan memelihara ekosistem melalui kerjasama dengan segenap masyarakat.

Atas dasar itu, tema program CSR Bank Indonesia direfleksikan dalam slogan : **BI COMMUNICATE – eCOsystem, sMall MediUm eNterprise, and eduCATion for people.** Program Kunjungan Studi ke Bank Indonesia merupakan bagian dari upaya BI untuk memberikan edukasi kepada masyarakat khususnya atas materi yang terkait dengan pelaksanaan tugas Bank Indonesia di Bidang Moneter, perbankan dan sistem pembayaran.

Bank Indonesia membuka kesempatan kepada masyarakat untuk melakukan kunjungan ke BI setiap hari Selasa dan Kamis sesuai prosedur yang telah ditetapkan. (<http://www.bi.go.id/web/id/BI+dan+Publik/CSR/>)

2. Program CSR PT Indocement Tunggal Perkasa, Palimanan Cirebon.

PT Indocement Tunggal Prakarsa (ITP) Tbk Palimanan Kabupaten Cirebon, produsen semen Tiga Roda, berkomitmen untuk terus melaksanakan program Corporate Social Responsibility (CSR). Komitmen pelaksanaan program tersebut didasarkan pada konsep pembangunan berkelanjutan dengan tiga dasar utama kepentingan, yakni memelihara lingkungan, memberikan manfaat bagi masyarakat local, dan menjaga pertumbuhan perusahaan. Program Bina Lingkungan (Community Development/CD), yang merupakan bagian dari CSR Indocement dilaksanakan dengan berpedoman pada Program Lima Pilar, yaitu Pilar Pendidikan, Pilar Kesehatan, Pilar Ekonomi, Bidang Sosial, Budaya, Agama, dan Olahraga serta Pilar Keamanan. Program tersebut diterapkan diseluruh lokasi usahanya Indocement, termasuk di Pabrik Palimanan yaitu terhadap enam desa binaan, dimana empat desa terletak di Kecamatan Gempol, yaitu Desa Palimanan Barat, Desa Kedung Bunder, Desa Gempol, Desa Cikeusal, Desa Ciwaringin serta satu desa terletak di Kecamatan Ciwaringin yaitu Desa Ciwaringin.

Kebijakan CSR diarahkan secara berkesinambungan untuk mendorong kemandirian dengan menitikberatkan program pengembangan Sosial, Ekonomi dan Lingkungan (Tripple bottom line). Penyusunan program CSR Indocement berdasarkan Kebijakan Perusahaan, diikuti Kebijakan CSR Unit yang meliputi Visi, Misi dan Strategi. Dalam pelaksanaannya program CSR Indocement Unit Palimanan Cirebon ditempuh melalui program 5 Pilar (Pendidikan, Kesehatan, Ekonomi, Sosbudagor dan Keamanan) dan Sustainable Development Program (SDP) yang disinergikan dengan program pembangunan millennium MDG's. 2. Implementasi Alokasi Dana CSR Tiga tahun terakhir (2011-2013) dana program CSR terus meningkat dari 3.3 milyar (realisasi 3.3 milyar) pada tahun 2011 menjadi 4.3 milyar (realisasi 1.3 milyar) Jan-Jun 2013. Peningkatan terjadi hampir pada semua Pilar terutama pada program pemberdayaan masyarakat. Untuk mendukung pencapaian kemandirian masyarakat program CSR lebih diarahkan ke program pemberdayaan (SDP) yang setiap tahun proporsinya terus meningkat. (Laporan Program Bina Lingkungan PT Indocement Tunggal Perkasa Tbk Cabang Palimanan, Tahun 2013)

Beberapa unggulan program pemberdayaan adalah:

a. Program Gizi Kurang (Kelompok Rentan) Adapun yang ditangani pada program gizi kurang sebanyak 353 anak (2011-2013) kerjasama dengan puskesmas setempat.

b. Program UMKM Program UMKM dimulai tahun 2005-2012. Berdasarkan jumlah transaksi sebanyak 476 kelompok UMKM dengan anggota 3,086 dan total kredit Rp. 5,541,550,000 di 6 desa. Parameter pendapatan, omzet, asset dan modal merupakan indikator dari keberhasilan pengembangan usaha UMKM. Sebagai sampel diambil 20% dari jumlah anggota UMKM lancar 181 anggota dari 41 jenis usaha. Pengembalian dana bergulir 91%.

c. Rumah Tidak Layak Huni (Kelompok Rentan) Program perbaikan rumah tidak layak huni diselenggarakan di setiap desa dengan jumlah 2 kepala keluarga/desa/tahun. Adapaun tujuan kegiatan ini adalah membantu mendapatkan tempat hunian yang layak dan sehat. Jumlah rumah tidak layak huni yang telah diperbaiki dari tahun 2010 – Juni 2013 mencapai 44 KK.

d. Pembinaan Seni dan Budaya Lokal Sejak tahun 2010, Indocement telah melakukan pembinaan 4 jenis seni dan budaya lokal: tari topeng, lukis kaca, rampak gendang dan batik tulis, Pada bulan April 2012 tim tari topeng berhasil meraih juara I Tingkat Kabupaten Cirebon dalam rangka Pelestarian Seni Budaya Daerah

e. Sekolah Magang Indocement. Tujuan meningkatkan ketrampilan para peserta pada bidang yang diminati sehingga dapat menjadi bekal dalam memasuki dunia kerja atau wirausaha dengan jenis pelatihan agrbisnis, otomotif, las listrik, alat berat, batako dan menjahit.

Beberapa penghargaan yang pernah diraih diantaranya adalah pada 1 Mei 2013, Indocement memperoleh penghargaan “Pelopor Pengembangan CSR” sebagai salah satu perusahaan yang memelopori adanya direktur Corporate Social Responsibility (“CSR”) dalam perusahaan dan menjadi contoh bagi perusahaan lainnya dalam menjalankan praktik CSR. Penghargaan ini diberikan oleh The La Tofi School of CSR bekerjasama dengan Kementerian Sosial Republik Indonesia. Pada 17 Desember 2013, PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. (“Indocement”) mendapatkan penghargaan "Sustainability Reporting Award" atau Penghargaan Laporan Keberlanjutan 2013 sebagai Runner Up II kategori Infrastruktur. Penyerahan penghargaan dilakukan di Jakarta pada 17 Desember 2013. Penghargaan ini diselenggarakan atas kerjasama National Center for Sustainability Reporting (NCSR) bersama Indonesian-Netherlands Associations.

Selanjutnya 10 Desember 2013, PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. (“Indocement”) kembali mendapatkan Peringkat Emas dalam Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER) 2012-2013 untuk Pabrik Palimanan. Sedangkan Pabrik Citeureup dan Pabrik Tarjun mendapatkan Peringkat Hijau. Penghargaan diberikan oleh Menteri Lingkungan Hidup Indonesia, Balthasar Kambuaya dan diterima oleh Kuky Permana, Direktur bidang SDM & CSR, Budiono Hendranata, GM Pabrik Palimanan dan Setia Wijaya, GM Pabrik Citeureup, di Jakarta.

Pada 2015, PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk, meraih dua penghargaan bergengsi dalam bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari dua

lembaga/instansi yang berbeda. Penghargaan yang pertama adalah “The Best Indonesia Green Awards” yang diberikan oleh LaTofi School of CSR bertempat di Ballroom Heritage, Hotel Indonesia Kempinski, Jakarta, dan yang kedua adalah “Perusahaan yang Melaksanakan CSR dalam Bidang Lingkungan Hidup” yang diberikan oleh Pemerintah Kabupaten melalui Badan Lingkungan Hidup Kabupaten Bogor yang berlangsung di Gedung Kesenian Kabupaten Bogor (4 Juni 2015).

Kepedulian Indocement terhadap pengelolaan lingkungan secara benar dan bertanggung jawab terus menuai apresiasi dengan raihan penghargaan demi penghargaan. Pengakuan kembali diraih dengan dianugerahkannya penghargaan “Indonesia Green Awards 2015”, yang diselenggarakan oleh The La Tofi School of CSR bekerja sama dengan Kementerian Perindustrian RI, bertempat di Hotel Indonesia Kempinski, Jakarta (4/6). Tahun 2015 ini, Indocement mendapatkan penghargaan di lima kategori yang diberikan langsung oleh Menteri Perindustrian RI, Said Husin. Atas raihan lima penghargaan tersebut maka Indocement mendapat predikat “The Best Indonesia Green Awards 2015”.

Direktur Eksekutif Indocement, Kuky Permana mengatakan, Dalam penghargaan “Indonesia Green Awards” Indocement mendapatkan penghargaan untuk 5 kategori yaitu Penyelamatan Sumber Daya Air, Pengembangan Energi Baru dan Terbarukan, Pengembangan Keanekaragaman Hayati, Pelopor Pencegahan Polusi, dan Pengembangan Pengolahan Sampah Terbaru. Atas raihan penghargaan tersebut Indocement mendapat penghargaan The Best Indonesia Green Award 2015.

Program CSR dengan orientasi lingkungan tidak terlepas dari peran *local hero*. Dalam pembentukan *local hero* pihaknya selalu menanamkan kesamaan visi dan misi lingkungan, yang bertujuan menjadikan *local hero* sebagai penggerak dan motivator bagi masyarakat lainnya. Saat ini Indocement telah membentuk 76 *local hero* yang tersebar di seluruh Indonesia dan diharapkan jumlah tersebut dapat terus berkembang dan memberikan pengaruh cukup besar bagi masyarakat penerima manfaat lainnya. Beberapa program CSR Indocement yang saat ini tengah dilakukan adalah pembangunan pemandian air panas atau banyu panas di area pabrik Palimanan, Jawa Barat, pemanfaatan lahan hijau dan pengolahan sampah yang dikelola kelompok Sabilulungan di Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung dan pelesatrian mangrove di Desa Langandai, Kabupaten Kota Baru, Kalimantan Selatan sudah dijadikan pusat kunjungan bagi masyarakat domestik maupun internasional.

Di sekitar Indocement Palimanan terdapat objek wisata air panas milik pemda. Setelah dilakukan koordinasi, PT Indocement membangun kawasan objek wisata setempat menjadi lebih baik. Awalnya objek wisata tersebut masih kumuh dan belum ditata dengan baik serta belum bisa memikat wisatawan untuk berkunjung.

Sementara CSR Department Head, Aditya Purnawarman, menegaskan bahwa berjalannya program CSR Perusahaan merupakan bentuk kolaborasi yang baik antara Pemerintah dengan Perusahaan Swasta. Indocement berusaha untuk menerapkan pemahaman kedalam masyarakat desa binaan untuk mengimplementasikan program pemerintah seperti pembentukan Desa Proklamasi dan Sekolah Adiwiyata. Indocement saat ini sudah melakukan aplikasi Program Kampung Iklim (Proklamasi) di beberapa desa binaannya antara lain, Desa Bantarjati, Gunungsari, dan Desa Tajur

yang berada di Wilayah Citeureup dan Desa Cupang & Cikeusal di wilayah Palimanan Jawa Barat, yang diprakarsai Kementerian Lingkungan Hidup. Saat ini keempat Desa tersebut sedang dalam proses verifikasi akhir mencapai Proklamasi tingkat nasional. Dikatakannya, keseluruhan program CSR Indocement, selain mengacu kepada 5 Pilar CSR yaitu pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial budaya dan keamanan, Perusahaan juga terus melakukan pengembangan masyarakat secara berkelanjutan (*Sustainable Development Program/SDP*) yang bertujuan untuk membangun kehidupan bermutu agar terbentuk masyarakat mandiri di desa binaan. Menurut Aditya, Indocement beritikad akan terus melakukan pengembangan masyarakat secara berkelanjutan.

Dari uraian singkat mengenai Program CSR pada kedua perusahaan tersebut, dapat dilakukan perbandingan dalam pelaksanaan program CSR, yaitu:

No	Jenis	PT. Indocement Tunggal Perkasa Palimanan, Cirebon	Bank Indonesia Cabang Cirebon	Keterangan
1	Nama Program CSR	Program Bina Lingkungan	Program Sosial Bank Indonesia (PSBI)	
2	Pelaksana Program	Departemen CSR yang dipimpin oleh Manager CSR atau CSR Departement Head	Bidang Humas BI Cabang Cirebon	
3	Bidang Kegiatan CSR	Lima Pilar (Pendidikan, Kesehatan, Ekonomi, Sosbudagor dan Keamanan) dan Sustainable Development Program (SDP)	60% Kegiatan Produktif, 40% Kegiatan Sosial pada Pendidikan dan Kesehatan	
4	Program Unggulan	Pembinaan Program Gizi Kurang (Kelompok Rentan), Program UMKM, Pembangunan Rumah tidak Layak Huni, Pengembangan Seni dan Budaya Daerah, Sekolah Magang Indocement.	Bank Cerdas dan Pemberdayaan Perempuan	
5	Alokasi Dana	Tiga tahun terakhir (2011-2013) dana program CSR terus meningkat dari 3.3 milyar (realisasi 3.3 milyar) pada tahun 2011 menjadi 4.3 milyar (realisasi 1.3 milyar) Jan-Jun 2013	Pada 2011 senilai 7,1 milyar dan terus meningkat.	
6	Lokasi Pelaksanaan Program	Program tersebut diterapkan diseluruh lokasi usahanya Indocement, termasuk di Pabrik Palimanan yaitu terhadap enam desa binaan, dimana empat desa terletak di Kecamatan Gempol, yaitu Desa Palimanan Barat, Desa	Pelaku usaha di Kabupaten Cirebon, Kota Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka, dan Kabupaten Kuningan serta kegiatan sosial pada lima kota/kabupaten	

		Kedung Bunder, Desa Gempol, Desa Cikeusal, Desa Ciwaringin serta satu desa terletak di Kecamatan Ciwaringin yaitu Desa Ciwaringin.	tersebut yang menjadi wilayah kerja BI Cirebon	
7	Tujuan Program CSR	Kebijakan CSR diarahkan secara berkesinambungan untuk mendorong kemandirian dengan menitikberatkan program pengembangan Sosial, Ekonomi dan Lingkungan (Tripple bottom line). Penyusunan program CSR Indocement berdasarkan Kebijakan Perusahaan, diikuti Kebijakan CSR Unit yang meliputi Visi.Misi dan Strategi.	PSBI kini difokuskan pada program pemberdayaan yang bertujuan pada penguatan ekonomi rumah tangga. Bank Indonesia meyakini, bahwa sektor rumah tangga berperan penting dalam pilar ekonomi nasional seperti halnya sektor swasta dan pemerintah. Rumah tangga yang kuat secara ekonomi dan edukasi secara agregat dapat mendukung pencapaian stabilitas ekonomi, khususnya melalui pencapaian inflasi yang rendah dan terkendali.	
8	Evaluasi dan Pelaporan Program	a. Indeks Kepuasan Masyarakat Evaluasi dan pelaporan dilaksanakan setelah kegiatan berakhir, ditunjukkan dengan <i>Monthly Performance Evaluation (Key Performance Measurement)</i> yang memuat realisasi budget, waktu dan rencana kegiatan. Hasil survey Universitas Muhammadiyah Cirebon menunjukkan bahwa Indeks kepuasan masyarakat sangat baik terhadap program CSR. b. Manajemen Konflik Indocement juga telah memiliki SOP dalam penanganan pengaduan konflik dengan masyarakat dan sebagai bukti komitmen	Pelaporan Program salah satunya dalam bentuk Buku Klaster 'Kegiatan BI dalam Mendukung Ketahanan Pangan Berbasis Klaster Komoditi Unggulan' diterbitkan oleh BI Pusat. Laporan ini bertujuan untuk sebagai bahan panduan replikasi untuk peningkatan kapasitas ekonomi nasional dan mendukung tugas Bank Indonesia dalam menjaga kestabilan harga. (Sumber: Buku Klaster BI Tahun 2014)	

		perusahaan dalam penanganan konflik ditunjukkan dengan tidak adanya konflik selama 2 tahun terakhir. (Sumber: DRKPL PT Indocement Palimanan Cirebon Tahun 2013)		
--	--	---	--	--

E. Simpulan

Tiga aspek dalam pembangunan berkelanjutan yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan hidup. Pembangunan berkelanjutan bermakna upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan. Visi pembangunan berkelanjutan tersebut tertuang ada program CSR di PT Indocement Palimanan Cirebon, Program Bina Lingkungan dituangkan dalam 5 Pilar (Pendidikan, Kesehatan, Ekonomi, Sosbudagor dan Keamanan) dan Sustainable Development Program (SDP). Sedangkan Program CSR di BI Cirebon, mengikuti program utama pada BI Pusat yang dinamakan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI). Kedua perusahaan ini memiliki prioritas pembangunan berkelanjutan, di mana sasaran PT Indocement Palimanan Cirebon kepada masyarakat sekitar pabrik semen dan BI Cirebon lebih kepada pelaku usaha di lima kabupaten/kota di wilayah kerja yaitu Kabupaten Cirebon, Kota Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka, dan Kabupaten Kuningan. Program-program CSR yang telah dibuat tak lepas dari peran humas atau divisi CSR yang ditujukan untuk lingkungan perusahaan serta masyarakat secara luas. Keberadaan program ini diharapkan mampu menjalin hubungan baik dengan masyarakat, baik pada tataran internal maupun ke lingkup eksternal, ditandai dengan sedikit atau tidak adanya pengaduan masyarakat terhadap keberlangsungan aktivitas perusahaan.

Daftar Pustaka

- Afrizal, 2014, Metode Penelitian Kualitatif, Jakarta, Raja Grafindo Persada
- Iriantara, Yosol. 2013, Community Relations, Bandung, Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. 2005, Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar, Bandung, Rosda Karya.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas
- Romli, Khomsahrial. 2014, Komunikasi Organisasi Lengkap, Jakarta, Gramedia
- Ruslan, Rusadi. 2010, Metode Penelitian Publik Relations dan Komunikasi, Jakarta, Raja Grafindo Persada

Soemirat, Soleh Dan Elvinaro Ardianto. 2012, Dasar-Dasar Public Relations, Bandung, Rosda

Suhandang Kustadi, 2004, Public Relations Perusahaan, Bandung, Nuansa.

Undang-Undang No.32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Kegiatan BI dalam Mendukung Ketahanan Pangan Berbasis Klaster Komoditi Unggulan Tahun 2014

Ringkasan Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan (DRKPL) PT Indocement Palimanan Cirebon Tahun 2013

http://www.kompasiana.com/mdessy/corporate-social-responsibility-csr-sebagai-salah-satu-bukti-komitmen-dunia-usaha-dalam-mewujudkan-pembangunan-berkelanjutan_54f93524a33311f8478b4cb2

<http://www.bisnis.com/articles/perbankan-jabar-agar-genjot-csr-ke-sektor-produktif>

<http://www.indocement.co.id/v5/id/company/indocement-in-brief/awards>

<http://news.fajarnews.com/read/2015/06/08/3227/pt.indocement.tunggal.prakarsa.tbk.raih.2.penghargaan.csr>

Indocement Palimanan Terapkan Lima Pilar Program CSR pada
<http://www.pelita.or.id/baca.php?id=79107>

http://www.kompasiana.com/mdessy/corporate-social-responsibility-csr-sebagai-salah-satu-bukti-komitmen-dunia-usaha-dalam-mewujudkan-pembangunan-berkelanjutan_54f93524a33311f8478b4cb2

news.fajarnews.com/read/2015/05/18/2829/bank.indonesia.salurkan.bantuan.sosial.untuk.pesantren

www.cirebontrust.com/bank-indonesia-cirebon-memberikan-beasiswa-kepada-40-mahasiswa-iain-syekh-nurjati.html

gocirebon.com/2016/04/bank-indonesia-cirebon-menyerahkan-bantuan-berupa-271-balok-rumpon/

www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/BI-Dukung-Implementasi-Desa-Digital.aspx

www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp_167414.aspx

edukasi.fajarnews.com/read/2015/11/07/6386/bank.indonesia.resmikan.bi.corner.kampus.unswagati.cirebon

www.cirebonpos.com/bi-terus-genjot-program-ekonomi-kerakyatan/

www.bi.go.id/id/umkm/klaster/pengembangan/Contents/Default.aspx

www.radarcirebon.com/siswa-sambut-antusias-program-bi-mengajar.html

Widiantoro, Edy Nugroho. 2011. Tesis berjudul Implementasi 'Program Desa Kita' di Dusun Manding, Kabupaten Bantul, UGM, diakses melalui <http://www.balairungpress.com/2012/06/implementasi-program-csr-yang-ideal/>