

Kebijakan Corporate Social Responsibility: Investasi Sosial dalam Pengembangan Masyarakat selama Pandemi Covid-19

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.dosenpendidikan.co.id Internet Source	1%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
3	rendratopan.com Internet Source	1%
4	nopren.ucsf.edu Internet Source	1%
5	media.neliti.com Internet Source	1%
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
7	cahayamasadepan.wordpress.com Internet Source	1%
8	www.jogloabang.com Internet Source	1%
9	nalrev.fhuk.unand.ac.id Internet Source	1%

Kebijakan Corporate Social Responsibility: Investasi Sosial dalam Pengembangan Masyarakat selama Pandemi Covid-19

by Lu Sudirman

Submission date: 08-Dec-2022 04:39PM (UTC+0700)

Submission ID: 1975192143

File name: 8._2021_September_-_Kebijakan_Corporate_Social_S2.pdf (98.59K)

Word count: 5393

Character count: 36412

Research Article

16

Kebijakan *Corporate Social Responsibility*: Investasi Sosial dalam Pengembangan Masyarakat selama Pandemi Covid-19

12

Lu Sudirman, Hari Sutra Disemadi*
Fakultas Hukum, Universitas Internasional Batam
*hari@uib.ac.id

ABSTRACT

The spread of Covid-19 affects the economic stability of a country. Indonesia is one of the countries where economic stability is disrupted due to the spread of Covid-19. So, it takes collaboration of all elements as a joint effort in the process of improving the welfare and quality of life of the community, one of which is the role of the company. Companies are considered to have an important role in economic growth and alleviate poverty during this pandemic. Thus, this study aims to determine and examine the existence of CSR arrangements in Indonesia and the company's efforts in community development during the Covid-19 Pandemic. This research uses normative legal research methods with a conceptual approach. The results of this study indicate that in Indonesia, CSR regulation has not been fully regulated so that it is considered unclear and inconsistent. This results in a lack of legal certainty so that clear and consistent regulations are needed so as not to cause multiple interpretations or different interpretations of CSR. During the Covid-19 Pandemic, currently CSR can be implemented by companies as an effort to develop communities through empowerment programs. The CSR policy of every company certainly needs to go through a strategy that has been adjusted to the potential and the community's environment.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Covid-19 Pandemic; Community Development.

ABSTRAK

Penyebaran Covid-19 mempengaruhi kestabilan ekonomi suatu negara. Indonesia merupakan salah satu negara yang kestabilan ekonominya terganggu akibat penyebaran Covid-19. Maka, dibutuhkan kolaborasi seluruh elemen sebagai upaya bersama dalam proses peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat, salah satunya adalah peran perusahaan. Perusahaan dinilai memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi serta mengentaskan kemiskinan selama pandemi ini. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta mengkaji ekstensi pengaturan CSR di Indonesia dan upaya perusahaan dalam pengembangan masyarakat selama Pandemi Covid-19. Penelitian menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan konseptual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di Indonesia pengaturan CSR belum diatur secara utuh sehingga dinilai tidak jelas dan tidak konsisten. Hal ini mengakibatkan kurangnya kepastian hukum sehingga dibutuhkan regulasi yang jelas dan konsisten agar tidak menimbulkan multitafsir atau interpretasi yang berbeda mengenai CSR. Dimasa Pandemi Covid-19 saat ini CSR dapat diimplementasikan oleh perusahaan sebagai upaya pengembangan masyarakat melalui program pemberdayaan. Kebijakan CSR setiap perusahaan tentunya perlu melalui strategi yang telah disesuaikan dengan potensi dan lingkungan masyarakat.

Kata Kunci: Tanggungjawab Sosial Perusahaan; Pandemi Covid-19; Pengembangan Masyarakat.

A. PENDAHULUAN

Pembatasan aktifitas masyarakat selama Pandemi Covid-19 (*Corona Virus Disease 2019*) menghadirkan permasalahan baru bagi masyarakat Indonesia (Appludnopsanji, & Disemadi, 2020). Salah satunya adalah menurunnya laju perekonomian dan aktifitas bisnis. Ini dikarenakan, kebijakan pemerintah dalam mencegah penyebaran pandemi telah membatasi interaksi fisik antar masyarakat, sehingga berbagai aktifitas ekonomi secara informal "terpukul" (Fransisco, 2020). Selain itu, ketidakpastian disegala aspek kehidupan di tengah pandemi juga turut mendorong melemahnya tingkat investasi baik diskala global maupun nasional (Anjaeni, & Laoli, 2020). Penyebaran Covid-19 begitu cepat akibat proses penularannya adalah dari "manusia-kemanusia" (Lupia dkk, 2020). Kondisi ini mengharuskan WHO sebagai Organisasi Kesehatan Dunia menetapkan keadaan darurat kesehatan internasional (Phelan, 2020).

Pandemi Covid-19 di Indonesia telah berlangsung kurang-lebih setahun, sejak kasus pertama dilaporkan oleh pemerintah pada tanggal 02 Maret 2020 lalu (Masnun, Sulistyowati & Ronaboyd, 2021). Situasi perkembangan kasus konfirmasi Covid-19 global per tanggal 22 April 2021 adalah 143.445.675 kasus dengan 3.051.736 kematian di 222 Negara terjangkit dan 190 Negara transmisi lokal, sedangkan kasus konfirmasi Covid-19 di Indonesia per tanggal yang sama adalah 1.626.812 kasus dengan 44.172 kematian di 34 Provinsi di Indonesia (Kementrian Kesehatan RI, 2021). Masa awal pandemi ini, grafik perkembangan kasus aktif

dan kematian di Indonesia menunjukkan peningkatan tajam. Namun, dengan upaya percepatan penanganan yang dilakukan pemerintah, grafik tersebut berangsur menurun dan grafik kesembuhan pasienpun mengalami peningkatan (Tim Komunikasi Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional, 2021).

Terlepas dari menurunnya grafik kasus konfirmasi Covid-19 di Indonesia, masih tetap memberikan dampak negatif bagi perekonomian nasional (Kennedy, 2020). Kinerja ekonomi yang melemah ini turut memberikan akibat pada kesejahteraan masyarakat, yang mana banyak UMKM bahkan perusahaan memilih untuk "merumahkan" atau melakukan PHK terhadap para pekerjanya. Maka, dinilai penting adanya kebijakan dalam pengendalian permasalahan ini. Selain kebijakan, penting juga partisipasi atau komitmen perusahaan dalam pengendalian permasalahan ekonomi masyarakat selama Pandemi Covid-19.

Komitmen perusahaan untuk ikut serta dalam penanggulangan permasalahan ekonomi yang ada ditengah masyarakat didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan kepentingan "stakeholders" dimana perusahaan melakukan aktifitas bisnisnya dan tentunya berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku (Akbar, & Humaedi, 2020). Hal ini dinilai merupakan solusi dalam meningkatkan pemberdayaan dan pembangunan masyarakat selama pandemi dengan memanfaatkan peran aktif pihak swasta atau perusahaan.

Proses pelaksanaan pembangunan nasional, idealnya menjadi tanggung jawab bersama baik oleh pemerintah maupun setiap warga negara termasuk perusahaan (Nadhiroh, 2020). Kolaborasi seluruh elemen dibutuhkan bagi upaya bersama dalam proses peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat. Untuk tujuan tersebut, perusahaan diharapkan ikut berpartisipasi mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat, tentu saja dengan mempertimbangan aspek sosial dan lingkungan (Darmawan, 2021).

Peran perusahaan di atas, dikenal dengan tanggung jawab perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Konsep CSR muncul pada tahun 1970 di Eropa dan Amerika. CSR disebutkan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 adalah sebuah keputusan yang diambil perusahaan untuk memberikan nilai tambah (positif) bagi masyarakat disekitar perusahaan (Disemadi, & Prananingtyas, 2020). Di tahun 2016, *World Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan "CSR adalah komitmen berkelanjutan dunia usaha untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas dan masyarakat pada umumnya". Meski pengertian CSR bervariasi dan berkembang, istilah ini biasanya menjelaskan perilaku bisnis bertanggung jawab yang mempertimbangkan implikasi ekonomi, lingkungan dan sosial dari bisnisnya (Disemadi, 2020). Implementasi CSR umumnya didasari tiga hal pokok yakni 1) Peran yang sifatnya sukarela (*voluntary*), perusahaan memiliki kehendak bebas untuk

melakukan atau tidak melakukan peran ini; 2) Selain keuntungan (*profit*), perusahaan menyisihkan *profit* tersebut untuk kedermawanan (*filantropi*) yang tujuannya untuk memberdayakan sosial dan memperbaiki kerusakan lingkungan akibat eksplorasi dan eksploitasi lingkungan; dan 3) CSR sebagai bentuk kewajiban (*obligation*) untuk peduli dan mengentaskan krisis kemanusiaan dan lingkungan (Nadira, 2020).

Hadirnya CSR dikarenakan isu mengenai pentingnya hubungan harmonis antara *stakeholders* (pemangku kepentingan) dengan *shareholders* (pihak perusahaan). Pemangku kepentingan yang dimaksud adalah pihak-pihak yang bekepentingan terhadap keberadaan perusahaan yang turut mempengaruhi kebijakan dan/atau kebijakan perusahaan (Rahmatullah, 2012). CSR merupakan paradigma baru di bidang bisnis, hal ini dikarenakan CSR merupakan suatu pergeseran tujuan perusahaan dari tujuan yang sifatnya "*profit oriented*" menuju "*stakeholders oriented*". Tujuan perusahaan yang sifatnya "*stakeholders oriented*" merupakan keputusan perusahaan dalam mewujudkan sinergi antara perusahaan dan lingkungan disekitarnya (Disemadi, 2020). CSR merupakan sebuah komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis, punya dasar hukum, dan berperan dalam pembangunan ekonomi, sekaligus memperbaiki kualitas hidup dari pekerja dan keluarga, masyarakat lokal, dan masyarakat luas. CSR merupakan wujud dari inti etika bisnis yang mana perusahaan juga memiliki tanggungjawab kepada pemegang kepentingan yang jangkauannya lebih luas (Asmara, & Murwadi, 2020).

Praktiknya, implementasi CSR sebagai bentuk kebijakan perusahaan merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus "dekat" dengan masyarakat atau *stakeholders*. Namun, permasalahan yang dihadapi saat ini adalah banyak perusahaan yang harus siap dan gigap dalam menghadapi hal-hal yang tidak dapat diprediksi saat Pandemi Covid-19. CSR atau tanggung jawab social perusahaan pada situasi seperti ini banyak mengalami tantangan baru. Banyak program-program yang sudah terencana untuk dilakukan pada tahun 2020 jadi banyak tertunda untuk dilakukan akibat aturan pembatasan aktifitas masyarakat diruang publik (Akbar, & Humaedi, 2020). Semenjak hadirnya Pandemi Covid-19 yang menekan tingkat kesejahteraan masyarakat, perusahaan dinilai wajib untuk mengkalkulasi ulang mengenai sasaran dari CSR. Diharapkan kebijakan CSR ini dapat dijadikan sebagai strategi dalam pengembangan masyarakat selama Pandemi Covid-19.

Penelitian terdahulu terkait CSR telah dilakukan oleh Hakseung Shin, Abhinav Sharma, Juan Luis Nicolau, Juhyun Kang yang berfokus pada implementasi CSR Hotel selama Pandemi Covid-19 (Shin dkk, 2021); Dhammika Dharmapala dan Vikramaditya Khanna berfokus pada kebijakan CSR dalam Undang-Undang Perusahaan di India (Dharmapala, & Khanna, 2018); Umakanth Varottil berfokus pada analisis persyaratan CSR di bawah hukum perusahaan India (Varottil, 2018); Agustinus Soetrisno berfokus pada pendekatan CSR dengan Pembentukan Lembaga Negara Pengelola

Pendanaan dan program CSR (Soetrisno, 2021); Teguh Tresna Puja Asmara dan Tarsisius Murwadi berfokus pada peran CSR guna memajukan pelaku UMKM di Indonesia (Asmara, & Murwadi, 2020); dan oleh Elma Muthia Afnanahifa, Lastuti Abubakar dan Tri Handayani yang mengkaji optimalisasi CSR sebagai pendukung keberlanjutan korporasi (Afnahanifa, Abubakar & Handayani, 2021).

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu serta uraian di atas, maka penelitian kali akan berfokus pada komitmen perusahaan dalam pengembangan masyarakat selama Pandemi Covid-19 melalui kebijakan CSR. Maka, rumusan permasalahan dalam penelitian ini akan mempertanyakan bagaimana pengaturan CSR di Indonesia dan mempertanyakan bagaimana peran perusahaan di Indonesia dalam pengembangan masyarakat selama Pandemi Covid-19. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada keilmuan hukum khususnya terkait CSR, memberikan literasi kepada masyarakat khususnya perusahaan di Indonesia untuk dapat berkomitmen dalam pengembangan masyarakat melalui kebijakan CSR. Hal ini tentunya diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat di Indonesia.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif yang merupakan bagian dari *tipology* penelitian *doctrinal*. Pendekatan penelitian yang dipergunakan adalah pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Data yang digunakan adalah data sekunder atau data yang

diperoleh secara tidak langsung melalui studi kepustakaan. Data sekunder tersebut terbagi atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer adalah data yang memiliki kekuatan hukum seperti peraturan perundang-undangan, sedangkan bahan hukum sekunder dan tersier adalah data pendukung bahan hukum primer seperti penelitian-penelitian terdahulu yang telah terpublikasi, buku-buku yang terkait, dan artikel online (*website*). Bahan-bahan hukum yang diperoleh kemudian di analisis menggunakan teknik analisis deskriptif-kualitatif untuk memperoleh kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya secara ilmiah.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Eksistensi dan Pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia

Sejarah CSR dunia terbagi atas beberapa fase. Pertama, CSR bermula di Amerika Serikat sekitar tahun 1900 atau lebih dikenal sebagai permulaan abad ke-19. Pada saat itu, banyak perusahaan besar menyalahgunakan kuasa mereka dalam hal diskriminasi harga, menahan buruh dan perilaku lainnya yang menyalahi moral kemanusiaan (Soetrisno, 2021). Dengan kata lain, banyak perusahaan yang berbuat semena-mena terhadap masyarakat. Hal itu jelas membuat emosi masyarakat. Kedua, evolusi munculnya CSR tercetus pada tahun 1930-an. Pada masa ini timbul ketidakpuasan terhadap sikap perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap pekerjanya karena perusahaan hanya diam dan tidak bisa berbuat apa-

apa. Menurut masyarakat pada masa ini perusahaan sama sekali tidak memiliki tanggung jawab moral (Darmawan, 2021). Menyadari kemarahan masyarakat muncul beberapa perusahaan yang meminta maaf kepada masyarakat dan memberi beberapa jaminan kepada para karyawannya yang dipecat (Disemadi, & Prananingtyas, 2021).

Kemunculan CSR didasari fenomena tanggung jawab moral perusahaan. Tanggung jawab ini hadir karena adanya "protes" masyarakat terhadap perusahaan yang tidak memperdulikan masyarakat dan lingkungan disekitarnya. Akibatnya, perusahaan dianggap tidak memiliki tanggung jawab moral. Menyadari hal tersebut banyak perusahaan lebih peduli terhadap pekerjanya, masyarakat hingga lingkungannya. Usaha perusahaan dalam memperhatikan lingkungannya ini belum dikenal sebagai CSR namun lebih dikenal dengan tanggung jawab moral (Hardi, 2021).

Hadirnya CSR diangkat dari filosofi tentang bagaimana cara mengelola perusahaan dengan baik sebagian maupun secara keseluruhan untuk mendapatkan dampak positif bagi dirinya dan lingkungan (Disemadi, 2020). Perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Ambarini, 2010). Eksistensi istilah CSR semakin dikenal oleh banyak orang Ketika John Elkington menerbitkan buku "*Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*" di tahun 1998. Terdapat tiga komponen penting dalam karangan buku ini. Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus yang

senagaja ia singkat menjadi 3P yaitu singkatan dari *profit*, *planet* dan *people* (Sudiro, 2021). 3P atau yang lebih dikenal dengan "*Triple bottom line* adalah konsep bisnis berkelanjutan yang mengukur nilai kesuksesan sebuah perusahaan menggunakan tiga kriteria, yaitu *People* (Sosial), *Planet* (Lingkungan), dan *Profit* (Ekonomi)" (Suparji, & Machmud, 2021). 3P digunakan untuk mengukur kesuksesan sebuah perusahaan yang dulunya hanya terpaku pada keuntungan finansial saja, dengan 3P perusahaan dapat melakukan hal lain dan mengkaji dampak bisnis terhadap lingkungan (Setiawan, Larasati & Sugiarto, 2021).

CSR adalah konsep yang tidak hadir secara instan. CSR adalah hasil dari proses Panjang dimana konsep dan aplikasi dari CSR dewasa ini telah mengalami banyak perkembangan dan perubahan (Wawo, & Amiruddin, 2020). Saat ini, pengertian CSR yang diterima luas oleh praktisi dan aktivis CSR adalah suatu komitmen terus-menerus dari pelaku bisnis untuk berlaku etis dan memberikan kontribusi bagi perkembangan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup pekerja dan keluarganya, juga bagi komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya. Terlihat jelas bahwa pentingnya keberlanjutan atau *sustainability* dalam CSR, yang tentunya dilakukan secara terus-menerus untuk efek jangka Panjang bukan hanya dilakukan sekali-sekali. Konsep CSR pada dasarnya berhubungan erat dengan konsep "pembangunan berkelanjutan" atau "*sustainability development*".

Salah satu teori CSR yang berkembang adalah "*social contract theory*" atau "teori kontrak

sosial". Teori ini menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan kehidupan serta elemen-elemen sosial. Berdasarkan teori ini, perusahaan mesti bertanggung jawab terhadap masyarakat (Disemadi, & Prananingtyas, 2020). Sikap ini timbul bukan hanya karena keinginan yang kuat untuk meraih keuntungan (nilai ekonomis), melainkan perusahaan harus bersikap sesuai dengan keinginan masyarakat terhadap perusahaan dalam menjalankan bisnis. Sehingga perubahan persepsi masyarakat terhadap perusahaan menyebabkan perusahaan harus menyesuaikan teknis pelaksanaan CSR. Selain ini, menurut *stakeholder theory*, perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab terhadap para *shareholder* perusahaan bersangkutan, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu pada *stakeholder* di ranah sosial kemasyarakatan. Berdasarkan teori tersebut, tanggungjawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor sosial (*social dimentions*) terhadap *stakeholder*. CSR, dengan perjalanan waktu menjadi bagian yang tak terpisahkan dari keberadaan perusahaan. Hal itu karena, keberadaan perusahaan ditengah lingkungan memiliki dampak positif maupun negatif. Khusus dampak negatif memicu reaksi dan protes *stakeholder*, sehingga perlu menyeimbangkan lewat peran CSR sebagai salah satu strategi legitimasi perusahaan (Soetrisno, 2021).

Secara teoritis, CSR adalah inti dari etika bisnis, dimana perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomis terhadap *shareholders*,

melainkan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak luar atau *stakeholders*. Guler Aras dan David Crowther mengemukakan 3 prinsip utama dari CSR yaitu *sustainability*, *accountability* dan *transparency*. *Sustainability* atau keberlanjutan adalah prinsip yang menekankan pada efek atau dampak jangka Panjang dari tindakan perusahaan; *Accountability* menegaskan bahwasanya tanggung jawab perusahaan tidak terbatas pada *shareholders* melainkan juga pada *stakeholders*; dan *Transparency* adalah prinsip CSR yang bermakna bahwa apapun tindakan perusahaan yang berdampak bagi masyarakat dan lingkungannya wajib dikomunikasikan secara terbuka (Aras, & Crowther, 2008).

Filosofi CSR di Indonesia, merujuk pada UUD NRI 1945 yang secara tersurat menyatakan tujuan negara adalah untuk "melindungi segenap bangsa Indonesia, seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia". Memajukan kesejahteraan umum diperlukan dukungan oleh semua pihak termasuk perusahaan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi negara. Karena pertumbuhan dan iklim ekonomi yang baik adalah suatu hal yang mendukung tumbuh dan berkembangnya perusahaan (Religia, 2019). Untuk itu, perusahaan dinilai wajib berkontribusi bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya salah satunya melalui kebijakan CSR pada masing-masing perusahaan.

Di Indonesia, perkembangan CSR ditandai dengan sudah banyaknya perusahaan

mengimplementasikan CSR. Penerapan CSR tersebut diimplementasikan dalam berbagai bentuk seperti *charity* atau amal, maupun *empowerment* atau pemberdayaan. Selain itu, eksistensi CSR di Indonesia juga bisa dilihat dari beragam upaya pemerintah baik Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi, serta Pemerintah Kabupaten dan Kota untuk menerbitkan kebijakan atau peraturan perundang-undangan terkait implementasi CSR. Beberapa contoh daerah di Indonesia yang pemerintahnya menerbitkan peraturan terkait CSR adalah Kabupaten Rebang dengan menerbitkan "Peraturan Daerah No. 5 Tahun 2018 tentang Tanggug Jawab Sosial Perusahaan", Kota Pekanbaru menerbitkan "Peraturan Daerah No. 1 Tahun 2019 tentang Tanggug Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan", Kabupaten Jombang menerbitkan "Peraturan Daerah No. 3 Tahun 2017 tentang Tanggug Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan", Provinsi Lampung menerbitkan "Peraturan Daerah No. 16 Tahun 2012 tentang Tanggug Jawab Sosial Perusahaan" dan contoh berikutnya adalah Kota Batam dengan menerbitkan "Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2012 tentang Tanggug Jawab Sosial Perusahaan".

Indonesia sebagai negara hukum yang memiliki tanggung jawab memberikan kepastian hukum kepada masyarakat sampai saat ini belum memiliki undang-undang khusus terkait CSR. Pada tahun 2017, Dewan Perwakilan Rakyat atau DPR telah Menyusun draft RRU atau Rancangan Undang-Undang Tanggug Jawab Sosial Perusahaan dan telah ditetapkan masuk kedalam Program Legislasi

Nasional (Prolegnas) Prioritas 2017. Namun, pembahasan RUU ini menimbulkan pro dan kontra sehingga pembahasan mengenai RUU ini tidak dapat diselesaikan (Basith, 2018). Meski demikian, CSR bukanlah hal yang baru diatur dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. CSR telah di atur dalam "Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP No.47/2012), Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU Penanaman Modal), Undang-Undang No. 22 Tahun 2001 tentang Minyak Dan Gas Bumi (UU Minyak & Gas Bumi), Undang-Undang No. 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral Dan Batubara (UU Minerba), Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral Dan Batubara (PP No. 23/2010), Undang-Undang No. 21 tentang Panas Bumi (UU Panas Bumi), dan Undang-Undang No. 13 Tahun 2001 tentang Penanganan Fakir Miskin (UU Penanganan Fakir Miskin)".

Konsep CSR yang terdapat pada peraturan perundang-undangan di atas tidak hanya mencakup masyarakat atau sosial tetapi juga mencakup lingkungan. Hal ini tertuang dalam Pasal 74 UU PT yang berbunyi "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan"; Kemudian di dalam Pasal 4 ayat (1) PP No. 47/2012 menyebutkan "Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan

rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan"; UU Minyak & Gas tidak secara tersurat mengatur konsep CSR, namun apabila diperhatikan pada Pasal 11 ayat (3) huruf maka konsep CSR ini tersirat didalamnya. Adapun bunyi Pasal tersebut adalah "Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat"; UU Minerba menyebut konsep CSR secara tersurat dengan istilah "program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat". Hal ini tertuang di dalam Pasal 108 ayat (1) UU Minerba yang berbunyi "Pemegang IUP (Izin Usaha Pertambangan) dan IUPK (Izin Usaha Pertambangan Khusus) wajib menyusun program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat". Kemudian Pasal 1 angka 28 UU Minerba memberikan pengertian pemberdayaan masyarakat sebagai "usaha untuk meningkatkan kemampuan masyarakat, baik secara individual maupun kolektif, agar menjadi lebih baik tingkat kehidupannya"; PP No. 23/2010 merupakan peraturan pelaksana UU Minerba yang mengatur konsep CSR di dalam Pasal 108. Pasal ini berbunyi "Setiap pemegang IUP Operasi Produksi dan IUPK Operasi Produksi wajib menyampaikan laporan realisasi program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat setiap 6 (enam) bulan kepada menteri, gubernur, atau bupati/walikota sesuai dengan kewenangannya"; UU Panas Bumi

mengatur CSR pada Pasal 65 ayat (2) huruf b yang berbunyi "dalam pelaksanaan penyelenggaraan Panas Bumi masyarakat berhak untuk memperoleh manfaat atas kegiatan perusahaan Panas Bumi melalui kewajiban perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan dan/atau pengembangan masyarakat sekitar"; dan berikutnya adalah UU Penanganan Fakir Miskin menyinggung konsep CSR pada Pasal 36 ayat (1) huruf c dan Pasal 36 ayat (2). Pasal 36 ayat (1) menegaskan bahwa salah satu sumber pendanaan dalam penanganan fakir miskin adalah dana yang disisihkan oleh perusahaan perseroan. Sedangkan Pasal 36 ayat (2) menyebutkan "dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c digunakan sebesar-besarnya untuk penanganan fakir miskin". Selain Pasal 36 di atas, UU Penanganan Fakir Miskin tepatnya pada Pasal 41 ayat (3) menjelaskan bahwa pelaku usaha berperan serta dalam menyediakan dana pengembangan masyarakat sebagai perwujudan dari tanggung jawab sosial terhadap penanganan fakir miskin.

Atas uraian di atas, maka dapat dikatakan bahwa CSR diberlakukan di Indonesia sebagai suatu kewajiban atau *mandatory* sekaligus menjadi *legal obligation*. Namun di sisi lain hal ini tidak sejalan dengan prinsip CSR yang bersifat etis dan sukarela (*voluntary*) yang dilegitimasi oleh moral (Pistoe, Sugianto & Agustian, 2020). Selain itu, banyaknya peraturan perundang-undangan di atas dan beberapa Peraturan Daerah yang disebutkan sebelumnya terkait CSR di Indonesia, maka dapat

dinilai bahwa kurang adanya kepastian hukum yang diberikan negara kepada pelaku bisnis dalam melaksanakan CSR. Hal ini didasari oleh pengaturan CSR di Indonesia sudah ada namun belum di atur secara utuh dan lengkap sehingga dinilai tidak jelas atau tidak konsisten. Ketidak-jelasan ini terdiri dari ruang lingkup CSR, tatacara implementasi CSR, pengawasan pelaksanaan CSR bahkan hingga ketidakpastian sanksi bagi pelaku bisnis yang tidak menerapkan CSR. Pengaturan CSR melalui beberapa aturan tersebut di atas jelas tidak efektif sebagai alat penegakan hukum karena tidak adanya pasal yang lebih rinci yang mengatur CSR dan sanksi terhadap perusahaan yang tidak mengimplementasikan CSR (Hidayat dkk, 2020).

Kepastian hukum merupakan salah satu tujuan dari hukum itu sendiri, yang mana selain keadilan dan kemanfaatan, kepastian hukum juga sangat diperlukan (Religia, 2019). Kepastian hukum terhadap perusahaan untuk mengimplementasikan CSR merupakan cerminan negara hukum. Dengan adanya regulasi yang jelas dan konsisten mengenai CSR menjadikan perusahaan lebih maksimal dan tidak sesuai dengan persepsi masing-masing perusahaan dalam mengimplementasikan CSR.

2. Upaya Perusahaan dalam Pengembangan Masyarakat selama Pandemi Covid-19 melalui Kebijakan CSR

Menjadi rahasia umum bahwa selama ini perusahaan memiliki prinsip kerja untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan kerugian sekecil-kecilnya (Sudiro, 2019). Semula, tanggung jawab perusahaan hanya perfokus pada satu domai

saja yaitu terhadap maksimasi keuntungan dan terhadap pemilik modal, hal ini dikenal dengan "single bottom line". Namun, hal ini bergeser menjadi tanggung jawab terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan atau yang dikenal dengan "triple bottom line" (Afnahanifa, Abubakar & Handayani, 2021). Tidak cukup bagi perusahaan hanya memfokuskan diri pada pertumbuhan *profit* semata, melainkan juga wajib memperhatikan pihak eksternal (*stakeholders*). Sinergi ini dimaksudkan untuk mewujudkan dukungan dari *stakeholders* yang nantinya akan memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan yang semakin mengglobal (Disemadi, 2020).

Upaya mensinergikan antara *profit* dengan kepentingan *stakeholders* dapat diwujudkan dengan mengimplementasikan CSR. Implementasi CSR perusahaan dimaksudkan untuk menciptakan loyalitas *customer* dari perusahaan (Disemadi, 2020). Implementasi CSR bukan hanya membantu pemerintah dalam mewujudkan kesejahteraan sosial seluruh masyarakat, namun juga karena ada keuntungan yang di dapatkan perusahaan seperti perusahaan mendapatkan 'citra positif' agar nilai sahamnya baik dan kompetitif, selain itu perusahaan juga dapat mewujudkan keberlanjutan atau *sustainability* perusahaan dan menghindari konflik antara perusahaan dengan *stakeholders* (Religia, 2019). Perkembangan CSR di mancanegara termasuk Indonesia sudah demikian populer. CSR digunakan sebagai sebagai salah satu indicator penilaian kinerja sebuah perusahaan dengan mencantumkan informasi implementasi CSR di

catatan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan (Limbong, 2020).

Disebutkan sebelumnya implementasi CSR dapat dijadikan program membangun perekonomian dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan, terlebih lagi dalam keadaan Pandemi Covid-19 saat ini. Apabila mengacu pada sistem politik yang dipraktikan Negara Indonesia berdsasarkan Pancasila dan UUD NRI 1945, maka berdasarkan Sila ke lima tentang "keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia" tersirat bahwa seluruh elemen masyarakat termasuk perusahaan diberi kewajiban mewujudkan keadilan sosial. Salah satu bentuk kewajiban ini dapat dilakukan dengan keterlibatan perusahaan dalam penyelenggaraan CSR. Upaya meningkatkan pembangunan perekonomian nasional selain menjadi tanggung jawab pemerintah, tidak luput juga dari keterlibatan perusahaan, baik Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), maupun pihak swasta.

Dimasa Pandemi Covid-19 seperti ini, perusahaan dinilai mampu menjadi *problem solving* dalam megembangkan masyarakat yang "tepuruk" karena menurunnya laju perekonomian nasional. Pandemi Covid-19 dinilai tidak bisa menghentikan perusahaan dalam mengimplentasikan CSR. Justru, ada banyak ide kegiatan CSR yang dapat dilakukan selama pandemi ini. Hampir semua orang merasakan dampak negatif dari Pandemi Covid-19, bagi dari aspek kesehatan, pendidikan, hingga aspek ekonomi. Berdasarkan dampak negatif tersebut, untuk mnegurangnya maka banyak hal yang dapat di

lakukan oleh pihak perusahaan seperti bantuan pendidikan online, bantuan tenaga medis atau relawan kesehatan, penyediaan tempat cuci tangan di tempat umum, hingga pengembangan UMKM.

Diungkapkan bahwa Pandemi Covid-19 telah memperburuk beberapa masalah sosial, seperti kemiskinan dan ketidaksetaraan. Ketimpangan ini dinilai menjadi peluang signifikan bagi perusahaan untuk lebih memfokuskan upaya dalam mengatasi masalah tersebut melalui kebijakan CSR. Pandemi telah membuka “mata masyarakat” mengenai perusahaan-perusahaan yang begitu cepat memutuskan hubungan kerja dengan pegawai tanpa memberi upah dan menurunkan kredibilitas perusahaan (Triana, Sulastri & Humaedi, 2020). Disaat yang sama, masyarakat juga melihat masih ada perusahaan yang tetap memiliki itikad baik dan berkontribusi dalam penanganan Covid-19 dan menyebarkan nilai-nilai perusahaan yang lebih bermakna melalui CSR. Aktivitas CSR selain sebagai sarana pembentukan reputasi perusahaan, bentuk-bentuk tanggungjawab sosial yang ideal tentunya bukan hanya muncul semata-mata untuk mencari nama baik sehingga bisa membangun reputasi, namun justru sudah muncul sejak sebuah organisasi berdiri (Utama, & Rizana, 2018). Sehingga turut pula tertuang dalam visi, misi dan tujuan organisasi. Sehingga pada akhirnya aktivitas tanggung jawab sosial adalah bagian integral dari manajemen strategi (Dewi, 2021). Sebagai perbandingan implementasi CSR, Dibeberapa negara, seperti Inggris terdapat perusahaan terkemuka yang mengungkapkan langkah-langkah yang diambil untuk

mengembangkan dan menerapkan inisiatif CSR (Tourky, Kitchen & Shaalan, 2020). Selain itu, di Malaysia lembaga pendidikan tinggi telah juga turut mengimplementasikan CSR (Rahman, Castka & Love, 2019).

Keberhasilan organisasi dalam menjalankan CSR di beberapa negara tersebut akan memberikan efek 'domino' bagi organisasi lain, artinya ada pengaruh yang positif yang akan dipetik oleh organisasi lain untuk melakukan hal yang sama, begitu pula pada implementasi kebijakan CSR selama Pandemi Covid-19 ini. Beberapa perusahaan yang memiliki komitmen dalam pengembangan masyarakat selama Pandemi Covid-19 melalui implementasi CSR adalah sebagai berikut:

Pertama, PT. Pertamina RU II Sungai Pakning yang membagi tiga jenis CSR untuk membantu penanganan Pandemi Covid-19 yakni '*capacity building, charity* dan *community empowerment*'. Meski hanya sebagai *support of the business* dan bukan merupakan *core of the business*, perusahaan ini tetap mengimplementasikan CSR, karena sejatinya CSR dinilai oleh perusahaan ini sebagai pendukung keberhasilan kinerja perusahaan (Muna, 2020); *Kedua*, perusahaan lain yang mengimplementasikan CSR dalam upaya pengembangan masyarakat selama Pandemi Covid-19 adalah PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk yang menggerakkan pelaku UMKM dengan menyalurkan bantuan dana kemitraan untuk digunakan sebagai modal usaha. Selain modal usaha, PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk juga menyelenggarakan program rutin pelatihan manajemen, keterampilan

dan promosi agar UMKM mampu responsive terhadap peluang bisnis selama Pandemi Covid-19 (Budiastuti, 2021); *Ketiga*, PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk (SIG) Pabrik Tuban berkomitmen memulihkan ekonomi masa pandemi dengan salurka CSR pemberdayaan masyarakat. Implementasi CSR pada perusahaan ini bersifat variative mulai dari bantuan cuci motor, pengembangan masyarakat melalui pemberdayaan bank sampah dan budidaya ayam petelur. Melalui CSR ini, perusahaan berharap agar dapat memulihkan enonomi masyarakat dengan menyerap tenaga kerja, menambah penghasilan masyarakat, dan masyarakat dapat belajar berwirausaha. Kegiatan ini adalah wujud komitmen PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk (SIG) Pabrik Tuban dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap masyarakat sekitar, serta sebagai upaya menjalin hubungan baik dan berkelanjutan antara perusahaan dan masyarakat (Kementrian BUMN, 2021); dan *Keempat*, PT. Federal International Finance (FIGROUP) member of ASTRA dalam melakukan pengembangan masyarakat dimasa pandemi mengimplementasikan SCR dengan program Dana Bergulir CSR sebanyak 588 UMKM binaan dengan total bantuan senilai Rp. 1.666 miliar di 242 titik seluruh Indonesia. Program Dana Bergulir ini adalah program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan untuk mencapai kemanfaatan bagi bangsa dan negara. Adanya pengembangan UMKM ini diharapkan agar pelaku UMKM dapat beradaptasi dengan cepat dan tepat dalam menghadapi perubahan (FIGROUP, 2021).

Berdasarkan uraian di atas, maka tercatat beberapa perusahaan yang melakukan pengembangan masyarakat khususnya pemberdayaan pada UMKM. Pemberdayaan masyarakat adalah upaya perusahaan dalam memberikan informasi yang mengikuti perkembangan sasaran dan untuk merubah sasaran dari yang tidak mengerti menjadi mengerti, yang tidak tahu menjadi tahu (*knowledge*), aspek sikap terbentuk setelah tahu menjadi mau (*attitude*), dan aspek tindakan akan terbentuk atas pemberdayaan ini (*practice*) (Aidha, & Harahap, 2021). Maka, pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses yang mengembangkan dan memperkuat kemampuan masyarakat untuk terus terlibat dalam proses pembangunan yang berlangsung secara dinamis sehingga masyarakat dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi serta dapat mengambil keputusan secara *independent* atau secara bebas dan mandiri. Keberdayaan masyarakat jelas dapat diwujudkan dengan partisipasi aktif semua pihak termasuk perusahaan. Tujuan utama pemberdayaan adalah mereka yang 'lemah' dan tidak memiliki kemampuan mengakses sumber daya produktif seperti yang terjadi saat Pandemi Covid-19 saat ini. Sasaran akhir dari proses pemberdayaan masyarakat adalah kemandirian dalam menumbuhkan perekonomian dan mengoptimalkan potensi diri dan lingkungannya (Aidha & Harahap, 2021).

Peran CSR selama Pandemi Covid-19 dar beberapa contoh perusahaan di atas dinilai merupakan investasi sosial yang menjadi aspek

penting bagi perusahaan untuk menunjukkan profil dan komitmen kepada lingkungan dan masyarakat. Sebagai bagian dari suatu bangsa yang besar perusahaan-perusahaan di Indonesia diharapkan mampu membantu dan menjawab permasalahan yang hidup dimasyarakat. Pengembangan masyarakat melalui pemberdayaan bertitik tolak untuk memandirikan masyarakat untuk dapat meningkatkan taraf hidupnya sendiri dengan menggunakan dan mengakses sumber daya sebaik mungkin. Melalui CSR, tujuan utama perusahaan tentunya telah bergeser dari *profit oriented* menjadi *stakeholders oriented*, namun pergeseran ini akan menghasilkan citra positif bagi perusahaan yang nantinya berdampak bagi keuntungan perusahaan tersebut. Untuk itu, diperlukan strategi dari semua pihak khususnya perusahaan untuk mengerahkan tenaga, dana, daya, dan peralatan yang dimiliki guna mencapai peningkatan kesejahteraan pengembangan masyarakat. Strategi pemberdayaan masyarakat dinilai wajib disesuaikan dengan potensi masyarakat dan lingkungannya, adapun beberapa contoh pemberdayaan yang ditawarkan dapat berupa mengembangkan sektor pertanian, mengembangkan produk usaha masyarakat, mengembangkan sektor perikanan, mengelola sektor pemasaran, kemitraan atau kerjasama dengan UMKM dan program lainnya yang wajib disesuaikan dengan potensi serta lingkungan masyarakat.

Peran perusahaan dalam mengimplementasi CSR di era Pandemi Covid-19 dinilai cukup tepat sasaran, mengingat manfaat yang di rasakan oleh masyarakat khususnya UMKM dalam krisis

perekonomian saat ini. Peran perusahaan dalam memberikan dampak positif pun sebagai tanggung jawab sosialpun dinilai sangat penting bagi perusahaan itu sendiri. Menjalankan CSR dinilai menjadi hal yang paling tepat untuk dilakukan oleh perusahaan di tengah Pandemi Covid-19 sebagai 'investasi sosial' atau strategi meningkatkan kepercayaan *stakeholder* atau masyarakat terhadap perusahaan itu sendiri.

D. SIMPULAN

Kehadiran CSR diangkat dari filosofi tentang bagaimana cara mengelola perusahaan dengan baik sebagian maupun secara keseluruhan untuk mendapatkan dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Di Indonesia, eksistensi CSR diperlihatkan pada perusahaan yang telah mengimplementasikan CSR-nya dan berbagai peraturan yang mengatur tentang CSR. Namun, pengaturan ini menimbulkan permasalahan yaitu tidak menghadirkan kepastian hukum. Hal ini didasari oleh pengaturan CSR di Indonesia belum di atur secara utuh dan lengkap sehingga dinilai tidak jelas atau tidak konsisten. Maka diperlukan adanya regulasi yang jelas dan konsisten mengenai CSR agar menjadikan perusahaan lebih maksimal dan tidak sesuai dengan interpretasi atau persepsi masing-masing perusahaan dalam mengimplementasikan CSR.

5
CSR, dengan perjalanan waktu menjadi bagian yang tak terpisahkan dari keberadaan perusahaan. Hal itu karena, keberadaan perusahaan ditengah lingkungan memiliki dampak positif maupun negatif. Khusus dampak negatif memicu reaksi dan protes stakeholder, sehingga perlu menyeimbangkan lewat peran CSR sebagai salah satu strategi legitimasi perusahaan. Terutama dimasa Pandemi Covid-19 saat ini diperlukan upaya pengembangan masyarakat melalui program pemberdayaan. Adanya pandemi saat ini menimbulkan gejala yang luar biasa, termasuk menurunnya pertumbuhan ekonomi masyarakat. Maka di perlukan upaya yang dapat dilakukan, upaya tersebut dapat diwujudkan dengan mengimplementasikan CSR. Kebijakan CSR setiap perusahaan tentunya perlu melalui strategi yang telah disesuaikan dengan potensi dan lingkungan masyarakat. Pengembangan melalui pemberdayaan diharapkan mampu membangun kesadaran masyarakat untuk maju sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Dengan keberlanjutan implementasi CSR diharapkan dapat mempersempit atau bahkan menghapus kesenjangan sosial atau potensi konflik yang mungkin dapat timbul antara masyarakat dengan pihak perusahaan terutama saat pandemi seperti ini.

Kebijakan Corporate Social Responsibility: Investasi Sosial dalam Pengembangan Masyarakat selama Pandemi Covid-19

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.dosenpendidikan.co.id Internet Source	1%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
3	rendratopan.com Internet Source	1%
4	nopren.ucsf.edu Internet Source	1%
5	media.neliti.com Internet Source	1%
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
7	cahayamasadepan.wordpress.com Internet Source	1%
8	www.jogloabang.com Internet Source	1%
9	nalrev.fhuk.unand.ac.id Internet Source	1%

10	csrinformasi.blogspot.com Internet Source	<1 %
11	journal.unj.ac.id Internet Source	<1 %
12	journal.upgris.ac.id Internet Source	<1 %
13	ejournal.sthb.ac.id Internet Source	<1 %
14	ejournal.balitbangham.go.id Internet Source	<1 %
15	infeksiemerging.kemkes.go.id Internet Source	<1 %
16	daten-quadrat.de Internet Source	<1 %
17	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
18	academicjournal.yarsi.ac.id Internet Source	<1 %
19	archive.org Internet Source	<1 %
20	jhonhardi.com Internet Source	<1 %
21	hukum.studentjournal.ub.ac.id Internet Source	<1 %

22	journal.universitassuryadarma.ac.id Internet Source	<1 %
23	libprint.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
24	Tesalonika Roring. "SANKSI ADMINISTRASI ATAS PELANGGARAN UNDANG - UNDANG NOMOR 4 TAHUN 2009 TENTANG PERTAMBANGAN MINERAL DAN BATUBARA", LEX ET SOCIETATIS, 2020 Publication	<1 %
25	adilet.zan.kz Internet Source	<1 %
26	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
27	id.scribd.com Internet Source	<1 %
28	jkh.unram.ac.id Internet Source	<1 %
29	journal.uii.ac.id Internet Source	<1 %
30	www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080 Internet Source	<1 %
31	www.scribd.com Internet Source	<1 %

osc.medcom.id

32	Internet Source	<1 %
33	jimoevent.blogspot.com Internet Source	<1 %
34	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
35	nawacitapost.com Internet Source	<1 %
36	rimbasupriatna.wordpress.com Internet Source	<1 %
37	www.kiomoskineitai.gr Internet Source	<1 %
38	jurnal.unpad.ac.id Internet Source	<1 %
39	journal.lldikti9.id Internet Source	<1 %
40	qdoc.tips Internet Source	<1 %
41	www.hukumonline.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches Off