

**PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DI
BIDANG PENDIDIKAN PT. HINO MOTORS SALES INDONESIA
(PT. HMSI)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Teknik Otomotif

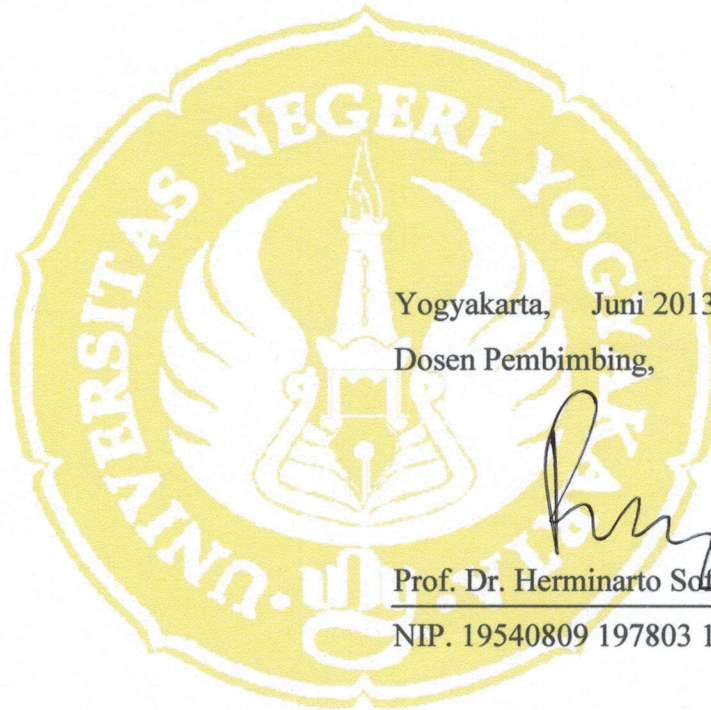


**Oleh:
Dwi Triyanto
NIM. 09504241025**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK OTOMOTIF
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2013**

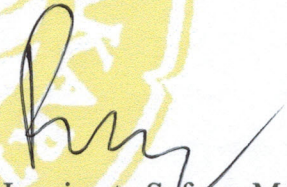
PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Bidang Pendidikan Pt. Hino Motors Sales Indonesia (PT. HMSI)” ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, Juni 2013

Dosen Pembimbing,

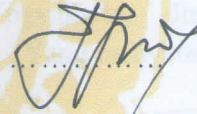

Prof. Dr. Herminarto Sofyan, M.Pd.

NIP. 19540809 197803 1 005

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Bidang Pendidikan PT. Hino Motors Sales Indonesia” ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 8 Juli 2013 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda tangan	Tanggal
Prof. Dr. Herminarto Sofyan	Ketua Penguji		15/7/2013
Dr. Zainal Arifin, M.T.	Penguji Utama		15/7/2013
Moch. Solikin, M.Kes.	Sekretaris Penguji		15/7/2013

Yogyakarta, Juli 2013

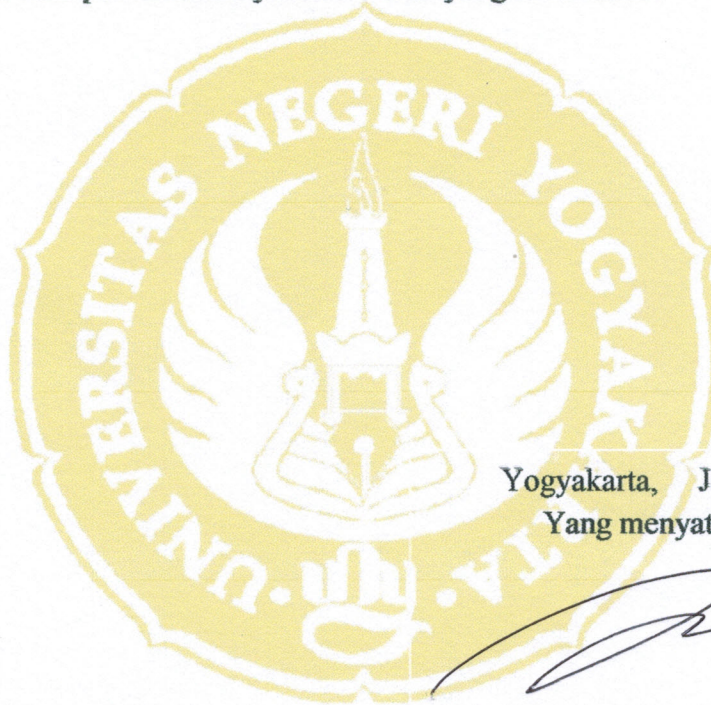
Fakultas Teknik
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,




Dr. Moch. Bruri Triyono
NIP. 19560216 198603 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata tulis penulisan karya tulis ilmiah yang telah lazim.



Yogyakarta, Juni 2013
Yang menyatakan,

Dwi Triyanto
NIM. 09504241025

MOTTO

“Optimis itu Harus, Realistis itu Titik Aman & Imajinatif itu Luar Biasa”

“Biarkan kegagalan berjalan sejajar dengan kenangan, fokus untuk menata apa yang akan datang adalah umpan balik sempurna untuk sebuah kerisauan”

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

Bapak dan Ibu

“Terima kasih atas semua pengorbanan, doa serta kasih sayang yang telah engkau berikan kepada kami anak-anakmu yang nakal”

Kakak dan Adik

“Terima kasih Kakak atas bimbingan dan pengertianmu selama ini kepada adikmu yang nakal ini”

“Terima kasih atas doa dan canda tawamu adik-adikku kepada kakakmu”

Teman-Teman Kelas A Otomotif 2009 FT UNY

“Terima kasih teman-teman atas bantuan dan persahabatan yang telah kalian berikan”

**Teman-Teman Training HASS-MT Batch I PT. Hino Motors Sales
Indonesia**

“Terima kasih atas dukungan dalam penyusunan skripsi ini”

**PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI
BIDANG PENDIDIKAN PT. HINO MOTORS SALES INDONESIA
(PT. HMSI)**

Oleh:
Dwi Triyanto
NIM. 09504241025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan program CSR dalam bidang pendidikan secara aktual yang dilaksanakan oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia terhadap keseluruhan *stakeholder* yang terkait sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya.

Penelitian ini mengambil studi kasus di PT. Hino Motors Sales Indonesia (PT. HMSI). Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer dan sekunder, dan teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam (*in depth interview*), dokumentasi dan observasi ataupun kajian dokumen. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Model Miles and Huberman, meliputi yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan program CSR PT. HMSI di bidang pendidikan dapat dikategorikan ke dalam *corporate social marketing* dan *corporate philanthropy* dengan model keterlibatan langsung perusahaan dan bermitra dengan instansi lain. CSR PT. HMSI dalam bidang pendidikan masih berada pada tahap pelaksanaan program dan pada tingkat partisipasi. Kemudian faktor yang mempengaruhi atau mendasari pelaksanaan CSR PT. HMSI adalah karena kesadaran perusahaan akan tanggung jawab terhadap kesinambungan lingkungan dan pengembangan masyarakat dan adanya ketaatan terhadap regulasi dari pemerintah

Kata kunci: CSR, PT. HMSI, pendidikan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.

Penyusunan laporan penelitian ini banyak mendapatkan bimbingan, pengarahan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Moch. Bruri Triyono, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Martubi, M.Pd., M.T., selaku Kepala Jurusan Pendidikan Teknik Otomotif Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Prof. Dr. Herminarto Sofyan, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen Pendidikan Teknik Otomotif yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan nilai-nilai kehidupan yang berharga selama proses kuliah.
6. Seluruh staf dan karyawan jurusan Pendidikan Teknik Otomotif yang telah membantu administrasi penulis.

7. Staf dan karyawan PT. Hino Motors Sales Indonesia yang telah membantu dalam proses penelitian hingga selesai penelitian ini.
8. Bapak dan Ibu di rumah yang selalu mendoakan dan memberi dukungan moral dan material.
9. Kakak dan Adikku yang aku sayangi dan menyayangiku.
10. Teman-teman kelas A angkatan 2009 yang hebat dan keren.
11. Teman-teman satu angkatan HASS-MT Batch I PT. Hino Motors Sales Indonesia
12. Semua pihak yang telah membantu sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Yogyakarta, Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGATAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	13
1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	13
a. Konsep Dasar <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	13

b. Teori Pelaksanaan CSR.....	17
c. Definisi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	19
d. Regulasi CSR di Indonesia.....	22
e. Ruang Lingkup Pelaksanaan CSR	25
f. Kategori Program CSR	27
g. CSR Bagi <i>Stakeholder</i> yang Terkait dengan Perusahaan	29
h. Manfaat Investasi CSR Bagi Perusahaan.....	35
2. Pendidikan	38
a. Definisi Pendidikan.....	38
b. Jalur Pendidikan.....	39
c. Pendidikan Sebagai Hak Asasi Manusia dan Bagian dari Kesejahteraan Masyarakat	43
d. Pendidikan Seumur Hidup	45
3. <i>Corporate Social Responsibility</i> Di Bidang Pendidikan.....	47
a. CSR Di Bidang Pendidikan.....	47
b. Pentingnya CSR Di Bidang Pendidikan.....	49
B. Penelitian yang Relevan	50
C. Kerangka Berpikir	53
D. Pertanyaan Penelitian	55

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B. Waktu dan Tempat Penelitian	57
C. Tempat Penelitian.....	58

D. Metode Penentuan Informan	58
E. Desain Penelitian.....	59
F. Teknik Pengumpulan Data	60
G. Instrumen Penelitian.....	62
H. Teknik Analisis Data.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Hino Motors Sales Indonesia.....	65
1. Sejarah Hino Motors.....	65
2. Profil PT. Hino Motors Sales Indonesia.....	74
3. Visi PT. Hino Motors Sales Indonesia	74
4. Misi PT. Hino Motors Sales Indonesia.....	75
B. <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Hino Motors Sales Indonesia	75
1. CSR Menurut PT. Hino Motors Sales Indonesia.....	75
2. Visi dan Misi CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia.....	76
3. Pemahaman Perusahaan Terhadap Pelaksanaan CSR.....	76
4. Tujuan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia	79
C. Program CSR Bidang Pendidikan PT. Hino Motors Sales Indonesia Kepada Masyarakat	80
1. Pelatihan untuk Kepala Sekolah dan Kepala Jurusan se- Jabodetabek	80
2. Perpustakaan keliling untuk Yayasan Emmanuel	82

3. Mobil pendidikan konservasi keliling untuk Pemerintah Lampung Barat	83
4. Pengadaan buku perpustakaan untuk Panti Asuhan Rumah Gemilang Indonesia.....	84
5. Perpustakaan Keliling Hino (<i>mobile library</i>) untuk Yayasan Orangutan Indonesia (Yayorin).....	86
6. Kendaraan Multimedia Hino untuk pendidikan perlindungan lingkungan melalui WWF-Indonesia	88
7. Mendukung Pendidikan pada Sekolah Teknik Pemerintah.....	90
8. Bantuan Pendidikan Berupa <i>Engine Stand</i> Mesin Hino Tipe J08-C Kepada Politeknik Hasnur Banjarmasin	92
D. Tanggung Jawab Perusahaan Kepada Karyawan Dalam Bidang Pendidikan.....	93
E. Tanggung Jawab Perusahaan Kepada Konsumen Dalam Bidang Pendidikan	94
F. Pembahasan Pelaksanaan CSR di Bidang Pendidikan PT. HMSI.....	96
1. Kategori Pelaksanaan Program CSR oleh PT. HMSI	96
2. Faktor yang Memdasari Pelaksanaan CSR PT. HMSI.....	98
3. Model Pelaksanaan CSR PT. HMSI Di Bidang Pendidikan	100
4. Tahap Pelaksanaan CSR PT. HMSI Di Bidang Pendidikan.....	101
5. Pelaksanaan CSR PT. HMSI dalam bidang pendidikan terhadap Kestinambungan dan Keberlanjutan	103

6. Masalah Pendidikan yang Dapat Diatasi Oleh Program CSR

PT. HMSI	106
----------------	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	109
--------------------	-----

B. Keterbatasan Penelitian	110
----------------------------------	-----

C. Impikasi	111
-------------------	-----

D. Saran	111
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA	113
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	115
----------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Jajaran Direksi Hino Indonesia dalam acara penyerahan kendaraan perpustakaan keliling	82
Gambar 2. Foto kendaraan perpustakaan keliling dari Hino Indonesia	83
Gambar 3. Penyerahan secara simbolis mobil pendidikan konservasi lingkungan oleh Santiko Wardoyo (Direktur PT. HMSI)	84
Gambar 4. Kendaraan pendidikan konservasi lingkungan yang disumbangkan oleh Hino Indonesia	84
Gambar 5. Penyerahan bantuan oleh Ibu J. Ralhan untuk pengadaan buku perpustakaan.....	85
Gambar 6. Perpustakaan Rumah Gemilang Indonesia.....	85
Gambar 7. Penyerahan secara simbolis <i>mobile library</i> oleh Presiden PT. HMSI Toshiro Mizutani	87
Gambar 8. <i>Mobile library</i> yang disumbangkan oleh Hino Indonesia kepada Yayorin	87
Gambar 9. Kegiatan Yayorin yang menggunakan <i>mobile library</i>	87
Gambar 10. <i>WWF Panda Mobile</i> dalam acara tahun kampanye harimau	88
Gambar 11. <i>WWF Panda Mobile</i> dalam kegiatan Eco Product International Fair 2010	89
Gambar 12. <i>WWF Panda Mobile</i> saat berada di IPB.....	90
Gambar 13. Penyerahan mesin Hino W04-D.....	91

Gambar 14. Tampak Bapak Jusak Kertowidjojo Vice President Director

PT. HMSI menyerahkan bantuan secara simbolis 92

Gambar 15. Pelatihan bagi konsumen secara teori di dalam kelas 95

Gambar 16. Pelaksanaan pelatihan bagi konsumen pada sesi praktik 96

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kartu Bimbingan Skripsi	115
Lampiran 2. Surat Permohonan Ijin Observasi/Survey.....	118
Lampiran 3. Surat Permohonan Ijin Pengambilan Data.....	119
Lampiran 4. Hino Indonesia CSR Activities : Mobil Pendidikan Konservasi Lingkungan Hino Untuk Pemerintah Daerah Lampung Barat, Melalui Kementrian Lingkungan Hidup	120
Lampiran 5. Hino Indonesia CSR Activities : Kendaraan Multimedia Hino Untuk Pendidikan Mengenai Perlindungan Lingkungan Dan Penyelamatan Harimau Sumatera Melalui WWF-Indonesia.....	121
Lampiran 6. Hino Indonesia CSR Activities : Perpustakaan Keliling Hino Untuk Yayasan Orang Utan Indonesia (YAYORIN), Kalimantan	124
Lampiran 7. Hino Indonesia CSR Activities : Perpustakaan untuk yatim Piatu di Sekolah Al-Azhar, Jakarta	126
Lampiran 8. Hino Indonesia CSR Activities : Perpustakaan Keliling Hino diluncurkan Bersama-sama dengan Yayasan Emmanuel, Bogor.....	127
Lampiran 9. Hino Indonesia CSR Activities : Hino mendukung pendidikan Sekolah Teknik Negeri	128

Lampiran 10. Hino Indonesia CSR Activities : Kontribusi Hino Terhadap Pendidikan di Indonesia	131
Lampiran 11. Pertanyaan Wawancara CSR Untuk PT. HMSI	132
Lampiran 12. Pertanyaan Wawancara CSR Untuk Instansi Pendidikan.....	134
Lampiran 13. Hasil Wawancara CSR Dengan PT. HMSI	135
Lampiran 14. Hasil Wawancara CSR Dengan Instansi Pendidikan	139

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan sektor industri sebagai bagian dari proses pembangunan nasional dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi telah membawa perubahan terhadap kehidupan masyarakat. Pembangunan industri telah memberikan pengaruh secara langsung dan tidak langsung yaitu menciptakan keanekaragaman kehidupan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Industrialisasi tersebut telah merubah pola ekonomi masyarakat Indonesia menuju masyarakat industri, hal ini ditandai dengan banyaknya pabrik-pabrik industri baik dalam bidang pertambangan, manufaktur serta otomotif.

Proses industri tersebut tidak hanya memiliki dampak secara ekonomi dan pembangunan, namun pada kenyataannya proses industri juga memberikan dampak pada lingkungan dan komunitas yang merasakan operasionalisasi perusahaan secara langsung. Di tengah situasi masyarakat Indonesia yang pada umumnya masih jauh dari sejahtera, maka perusahaan tidak boleh hanya memikirkan keuntungan finansial semata. Perusahaan dituntut untuk memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap kesejahteraan publik. Tanggung jawab sosial sektor dunia usaha yang dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wujud kesadaran perusahaan sebagai upaya meningkatkan hubungannya dengan masyarakat dan lingkungannya.

Untuk melaksanakan fungsinya, perusahaan tidak dapat lepas dari kebergantungan pada pihak lain (*stakeholder*) yang dapat secara langsung atau

tidak langsung akan terkena dampak dari aktivitas perusahaan, ataupun pihak lain yang justru memiliki kepentingan ataupun pengaruh terhadap perusahaan. Kerja sama untuk mencapai tujuan dari masing-masing *stakeholder* menjadi suatu hal yang penting dari suatu sistem kemasyarakatan, di samping memenuhi kepentingan para pemegang saham. Kehadiran perusahaan sebagai bagian dari masyarakat seharusnya memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan dituntut untuk memberikan kontribusinya dalam kehidupan komunitas lokal sebagai rekanan dalam kehidupan bermasyarakat, karena kehadiran perusahaan dapat berakibat baik atau berakibat buruk terhadap masyarakat sekitar (ISO 26000, 2007).

H.R Bowen (dalam Ismail Solihin, 2011: 1) berpendapat bahwa para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Pendapat Bowen tersebut telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Elkinton (1997)(dalam A.B Susanto, 2009: 11) mengemukakan definisi dari CSR bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*), masyarakat (*people*), serta lingkungan hidup (*planet*). Adapun *The World Business Council for Sustainable Development* (dalam Ismail Solihin, 2011: 28) memberikan pengertian terhadap CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi, sementara pada saat yang sama meningkatkan kualitas

hidup dari para pekerja dan keluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat secara luas. Berdasarkan definisi tersebut sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab untuk berperan dalam pembangunan berkelanjutan melalui usaha yang dijalankan secara etis dengan tetap memperhatikan kepentingan setiap *stakeholder* yang terkait.

Indonesia adalah negara yang mewajibkan perusahaan atau korporasi, khususnya yang bergerak dalam pengelolaan sumber daya alam mengeluarkan dana untuk tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR diatur secara tegas di Indonesia dalam Undang-Undang Nomer 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomer 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Hal ini dilatarbelakangi oleh Amanat Undang-Undang Dasar 1945 mengenai perekonomian nasional dan kesejahteraan sosial harus diatur oleh negara untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Selain itu berdasarkan pada prinsip pembangunan berkelanjutan.

Meskipun belum dibuat peraturan perundang-undangan di bawahnya sebagai petunjuk pelaksanaan (Juklak) dan petunjuk teknis (Juknis), secara hukum perusahaan-perusahaan di Indonesia telah terikat dengan UU tersebut. CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Melalui Undang-Undang ini, industri atau korporasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Karena perlu diingat bahwa pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat.

Kajian ruang lingkup CSR dalam arti sempit dimulai dengan melihat perkembangan CSR terhadap karyawan. Dilanjutkan dengan perkembangan ruang lingkup CSR terhadap *stakeholder* dan masyarakat umum. Kajian ruang lingkup CSR pada masyarakat umum adalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada pembangunan masyarakat lokal dan atau masyarakat umum. Masyarakat lokal yang dimaksud adalah masyarakat yang ada di sekitar korporasi beroperasi, sedangkan masyarakat umum yang dimaksud adalah sekelompok masyarakat yang tidak mempunyai hubungan secara kontraktual dengan korporasi, masyarakat umum bukan konsumen, karyawan atau pihak ketiga lainnya.

Meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat sama artinya dengan mengupayakan kesejahteraan masyarakat dalam berbagai bentuk. Bentuk-bentuk upaya tersebut sekurang-sekurangnya dalam mewujudkan pemenuhan hak-hak dasar manusia. Salah satu hak dasar tersebut adalah pemenuhan kebutuhan akan pendidikan, sehingga dunia usaha memiliki peran dan tanggung jawab dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pendidikan. Karena dalam berbagai level kehidupan, pendidikan memainkan peran yang sangat strategis. Pendidikan memberi banyak peluang untuk meningkatkan mutu kehidupan. Dengan pendidikan yang baik, potensi kemanusiaan yang begitu kaya pada diri seseorang dapat terus dikembangkan.

Pendidikan secara umum memiliki tujuan untuk membentuk kedewasaan individu dalam berbagai aspek, baik pengetahuannya, sikapnya, maupun keterampilannya. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, maka dilakukan adanya upaya yang dilakukan baik oleh pihak pemerintah, masyarakat, dan orang tua.

Pada tingkat sosial, pendidikan dapat mengantarkan seseorang pada pencapaian dan strata sosial yang lebih baik. Secara akumulatif, pendidikan dapat membuat suatu masyarakat lebih beradab. Dengan demikian, pendidikan dalam pengertian yang luas, berperan sangat penting dalam proses transformasi individu dan masyarakat.

Meskipun kedudukan pendidikan cukup strategis untuk perubahan suatu bangsa, namun Indonesia belum cukup optimis mengandalkan posisi tersebut karena pada kenyataannya kondisi dan hasil pendidikan di Indonesia belum memadai. Kondisi tersebut ditunjukkan dari kecilnya kemampuan sumber daya manusia (SDM) Indonesia untuk berkompetisi dengan bangsa lain. Data yang dipublikasikan oleh United Development Index memperlihatkan bahwa Human Development Index (HDI) Indonesia pada tahun 2013 masih pada urutan 124 dari 178 negara (<http://www.satunews.com>). Indikator dari HDI meliputi pendapatan perkapita, akses terhadap pendidikan dan akses terhadap kesehatan. Peringkat Indonesia pada HDI tersebut merupakan indikator dari kualitas pendidikan di Indonesia masih rendah.

Berbagai ketimpangan pendidikan di tengah-tengah masyarakat telah terjadi, di antaranya adalah: a) Ketimpangan antara kualitas output pendidikan dan kualifikasi tenaga kerja yang dibutuhkan; b) Ketimpangan kualitas pendidikan antar desa dan kota, antar Jawa dan luar Jawa, antar penduduk kaya dan penduduk miskin. Selain faktor paradigma pendidikan nasional yang memisahkan peranan agama dari kehidupan, mahalanya biaya pendidikan dan terbatasnya sarana

prasarana pendidikan juga merupakan penyebab rendahnya kualitas pendidikan di Indonesia (Zamroni 2009) (dalam Retno S.H. Mulyandari, 2010).

Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan dan keterbatasan biaya bagi anak yang kurang mampu, membuat pendidikan di Indonesia menjadi suatu masalah yang cukup kompleks. Dibutuhkannya peran dari pemerintah, masyarakat dan pihak lain termasuk dunia usaha dalam membangun pendidikan. Tanggung jawab pendidikan seharusnya tidak hanya pada pemerintah, tetapi juga pada berbagai pihak. Mendiknas Mohammad Nuh, mengatakan bahwa pendidikan merupakan tanggung jawab semua pihak, meskipun negara mendapatkan mandat untuk menyelenggarakan pendidikan. Maka dari itu, dibutuhkan partisipasi dari masyarakat, BUMN, ataupun swasta (www.pikiran-rakyat.com). Istilah masyarakat dalam hal ini mencerminkan orang tua dan pihak lain yang peduli akan pendidikan. Pada daerah yang merupakan kawasan industri, pengusaha merupakan salah satu pihak yang ikut bertanggung jawab terhadap pendidikan, di samping dari pemerintah dan orang tua.

Pelaksanaan CSR di bidang pendidikan sebetulnya belum ada regulasi secara khusus yang menuntut perusahaan untuk melakukan dukungan di sektor ini. Jika ada semangat pemerintah untuk mendayagunakan potensi CSR untuk peningkatan pendidikan, tidak lebih dari himbauan. Penentuan dilaksanakannya CSR terhadap dukungan pembangunan serta bentuk-bentuk pelaksanaan yang dipilih, diserahkan secara penuh sesuai kebijakan perusahaan, selama dalam upaya mendukung program pemerintah. Dibebaskannya peran perusahaan tersebut memunculkan beragam bentuk-bentuk kegiatan di bidang pendidikan, meliputi

pemberian beasiswa, pembangunan prasarana dan sarana pendidikan, pelaksanaan pelatihan, bantuan buku-buku pelajaran maupun peralatan praktikum atau kegiatan lain yang mendukung pendidikan.

Pendidikan dan kebangkitan adalah dua hal yang erat kaitannya satu sama lain. Melalui pendidikan, kebangkitan bangsa di segala bidang akan mampu diraih. Reformasi berkelanjutan dari pendidikan yang kerap digaungkan patut untuk diupayakan. Keterlibatan pengusaha dalam pendidikan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyebutkan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Salah satu tanggung jawab sosial tersebut termanifestasi dalam pengembangan di bidang pendidikan di wilayah perusahaan pada khususnya dan pendidikan di Indonesia pada umumnya.

Ada banyak perusahaan yang telah menyatakan memiliki komitmen untuk melakukan CSR dan memilih pendidikan sebagai salah satu fokus perhatiannya. Misalnya, PT. Astra International Tbk., karena kepeduliannya pada pembangunan dunia pendidikan di tanah air, pada tahun 2010 memperoleh penghargaan “Anugerah Peduli Pendidikan” dari Kementerian Pendidikan Nasional. PT. HM Sampoerna, salah satu perusahaan rokok besar juga menyediakan beasiswa bagi pelajar SD, SMP, SMA maupun mahasiswa. Selain kepada anak-anak pekerja PT. HM Sampoerna, beasiswa tersebut juga diberikan kepada masyarakat umum. Kiranya masuk akal bagi banyak perusahaan untuk melakukan program CSR dalam bidang ini, mengingat bahwa pendidikan

merupakan permasalahan publik yang tampaknya belum juga bisa dipecahkan dengan memuaskan oleh pemerintah. Dengan demikian, sektor pendidikan memang masih dan mungkin akan selalu membutuhkan partisipasi pihak lain, seperti perusahaan.

Hino berkembang seiring dengan berkembangnya industri otomotif di Indonesia dan menjadi pelopor dalam memperkenalkan produk ramah lingkungan seperti bus berbahan bakar CNG dan truk dan bus dengan tingkat emisi Euro II. Hino Indonesia menjunjung tinggi upaya perlindungan terhadap lingkungan dan memberikan perhatian khusus terhadap kesejahteraan sosial masyarakat. Visi CSR Hino Indonesia yaitu menciptakan masa depan yang lebih baik bagi seluruh *stakeholder*, masyarakat dan bumi secara berkesinambungan dengan cara memberikan kontribusi kepada masyarakat untuk perlindungan lingkungan, meningkatkan pendidikan dan kesehatan. Adapaun misi CSR Hino Indonesia adalah untuk mengambil peran aktif dalam memberikan kontribusi terhadap kesinambungan lingkungan dan pengembangan masyarakat.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya membawa konsekuensi logis terhadap baik tidaknya citra perusahaan di masyarakat. Pelaksanaan CSR juga berperan dalam peningkatan kinerja dan sumber daya perusahaan yang semakin baik dari sebelumnya. Implementasi CSR tersebut dapat diwujudkan dalam peran sosial perusahaan terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaannya secara berkesinambungan. Termasuk dalam lingkungan internal perusahaan yaitu para pemegang saham (*stockholder*), manajer (*managers*) dan karyawan (*employees*). Sedangkan yang termasuk dalam

lingkungan eksternal perusahaan diantaranya, pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat secara umum (*general public*).

Berdasarkan informasi *Hino CSR Report* yang merupakan laporan yang memperlihatkan keseluruhan aktivitas CSR di lingkungan Hino Indonesia yang dapat diketahui secara luas oleh masyarakat beberapa tahun terakhir, bahwa pelaksanaan CSR dalam bidang pendidikan belum mencakup semua *stakeholder* yang terkait. Terkesan sasaran pelaksanaan CSR Hino di bidang pendidikan hanya dilakukan di luar lingkungan perusahaan saja. Hal tersebut tidak sesuai dengan apa yang ingin dicapai oleh Hino jika berpedoman pada visi CSR Hino yang ingin menciptakan masa depan yang lebih baik bagi seluruh *stakeholder*, masyarakat dan bumi secara berkesinambungan.

Jika mengacu pada *Hino CSR Report* tersebut, pelaksanaan CSR Hino belum mencakup seluruh *stakeholder*, seperti kepada para karyawan PT. Hino Motors Sales Indonesia dan konsumen atau pengguna kendaraan Hino. Informasi ini akan membuat anggapan masyarakat bahwa Hino Indonesia belum melaksanakan CSR secara seimbangan kepada semua *stakeholder* yang terkait baik di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Padahal dalam pelaksanaan CSR, perusahaan harus menunjukkan tanggung jawab sosialnya untuk memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan, masyarakat, serta lingkungan hidup. Perusahaan juga harus berperilaku secara etis untuk meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya demikian

pula masyarakat lokal dan masyarakat secara luas yang salah satunya melalui pendidikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti bermaksud untuk meneliti lebih lanjut dan mendeskripsikan kondisi aktual pelaksanaan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Hino Motors Sales Indonesia di bidang pendidikan kepada semua *stakeholder* yang terkait.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial (CSR) terhadap seluruh *stakeholder* yang terkait dengan perusahaan.
2. Penyelenggaraan Pendidikan di Indonesia masih ditemukan banyak masalah.
3. Pelaksanaan CSR PT. HMSI atau Hino Indonesia di bidang pendidikan belum mencakup semua *stakeholder* yang terkait.
4. Pelaksanaan CSR PT. HMSI atau Hino Indonesia di bidang pendidikan belum mewujudkan visi dan misi CSR yang hendak dicapai.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut, mengingat bahwa luasnya cakupan pelaksanaan CSR dan belum adanya regulasi yang mengatur secara khusus tentang bentuk-bentuk pelaksanaan CSR, serta bertolak dari pentingnya implementasi CSR mendukung bidang pendidikan dalam pengembangan kesejahteraan masyarakat, maka dalam penelitian ini hanya

dibatasi pada masalah yaitu pelaksanaan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia dalam bidang pendidikan yang mencakup semua *stakeholder* yang terkait.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah, perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

Bagaimana pelaksanaan program CSR dalam bidang pendidikan yang dilaksanakan PT. Hino Motors Sales Indonesia terhadap keseluruhan *stakeholder* yang terkait sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pelaksanaan program CSR dalam bidang pendidikan secara aktual yang dilaksanakan oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia terhadap keseluruhan *stakeholder* yang terkait sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Hino Motors Sales Indonesia dalam bidang pendidikan.

2. Bagi masyarakat

Untuk menambah informasi tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Hino Motors Sales Indonesia dalam bidang pendidikan.

3. Bagi perusahaan

Dengan tersampikannya informasi pelaksanaan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Hino Motors Sales Indonesia dalam bidang pendidikan secara aktual, maka akan mengenalkan perusahaan ke masyarakat, meningkatkan reputasi perusahaan dan membangun identitas perusahaan yang positif di mata masyarakat luas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Konsep Dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) tidak terlepas dari konteks waktu pada saat konsep tersebut berkembang dan berbagai faktor yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Konsep awal tanggung jawab sosial perusahaan dari suatu perusahaan secara eksplisit baru dikemukakan oleh Howard R. Bowen (Carroll, 1999) (dalam Ismail Solihin, 2011: 15) melalui karyanya yang diberi judul "*Social Responsibilities of the Bussinessmen*". Pendapat inilah yang telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*).

Bowen (dalam Ismail Solihin, 2011: 16) memberikan rumusan tanggung jawab sosial, sebagai berikut : "*it refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desireable in terms of the objectives and values of our society*". Bowen memberi landasan awal bagi pengenalan kewajiban pelaku bisnis untuk menetapkan tujuan bisnis yang selaras dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Selanjutnya pada tahun 1960, Keith Davis (Carroll, 1999) (dalam Ismail Solihin, 2011: 16) menambahkan dimensi lain tanggung jawab perusahaan, "*businessmen's decisions adan actions taken for reasons at least partially beyond the firm's direct*

economic or technical interest”. Melalui definisi tersebut, Davis menegaskan adanya tanggung jawab sosial perusahaan di luar tanggung jawab ekonomi semata-mata.

Periode awal tahun 1970-an mencatat babak penting perkembangan konsep CSR dengan terbentuknya *Committe for Economic Development* (CED) yang terdiri dari para pimpinan perusahaan di Amerika dan para peneliti yang diakui di bidangnya. Selanjutnya CED (dalam Ismail Solihin, 2011: 20-21) membagi tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam tiga lingkaran tanggung jawab, yakni *inner*, *intermediate* dan *outer circle of responsibilities*.

Inner circle of responsibilities mencakup tanggung jawab perusahaan untuk melaksanakan fungsi ekonomi yang berkaitan dengan produksi barang dan pelaksanaan pekerjaan secara efisien serta pertumbuhan ekonomi. *Intermediate circle of responsibilities* menunjukkan tanggung jawab untuk melaksanakan fungsi ekonomi sementara pada saat yang sama memiliki kepekaan kesadaran terhadap perubahan nilai-nilai dan prioritas-prioritas sosial, seperti meningkatkan perhatian terhadap konservasi lingkungan hidup, hubungan dengan karyawan, meningkatkan ekspektasi konsumen untuk memperoleh informasi produk yang jelas, serta perlakuan yang adil terhadap karyawan di tempat kerja. *Outer circle of responsibilities* mencakup kewajiban perusahaan untuk lebih aktif dalam meningkatkan kualitas lingkungan sosial.

J.A.C Hetherington (dalam Mukti Fajar, 2010: 99-100) mengutip pendapat Owen D. Young, pendiri dan pimpinan dari *General Electric Corporation*, ada tiga pihak yang harus diperhatikan kepentingannya oleh perusahaan, yaitu :

“That there are three groups of people who have an interest in that institution. One is the group of fifty-odd thousand people who have put their capital in the company, namely, its stockholders. Another is a group of well toward one hundred thousand people who are putting their labor and their lives into the business of the company. The third group is of customers and the general public. Customers have a right to demand that a concern so large shall not only do its business honestly and properly, but, further, that it shall meet its public obligations and perform its public duties”.

Di penghujung tahun 1980-an, *The World Commission on Environment and Development* (dalam Ismail Sholihin, 2011: 26-28) memperkenalkan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*), yang didefinisikan sebagai berikut: *“pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka”*. Konsep ini mengandung dua ide utama, yaitu :

- 1) Untuk melindungi lingkungan, dibutuhkan pembangunan ekonomi. Masyarakat yang kekurangan pangan, perumahan dan kebutuhan dasar untuk hidup cenderung menyalahgunakan sumber daya alam.
- 2) Pembangunan ekonomi harus memperhatikan keberlanjutan, yakni dengan cara melindungi sumber daya yang dimiliki bumi bagi generasi mendatang.

Konsep *sustainability development* memberi dampak besar perkembangan konsep CSR selanjutnya. Contohnya *The Organization for Economic Cooperation and Development* (dalam Ismail Sholihin, 2011: 28) merumuskan CSR sebagai berikut :

“Kontribusi bisnis bagi pembangunan berkelanjutan serta adanya perilaku korporasi yang tidak semata-mata menjamin adanya pengembalian kepada pemegang saham, upah bagi para karyawan, dan pembuatan produk serta jasa bagi para pelanggan, melainkan perusahaan bisnis juga harus memberi perhatian terhadap berbagai hal yang dianggap penting serta nilai-nilai masyarakat”.

Indonesia Business Links (dalam Andreas Lako, 2011: 45) juga merumuskan konsepsi tentang CSR, yang pada hakekatnya menekankan perlunya perusahaan menyelaraskan pencapaian ekonomi dengan tujuan sosial dan lingkungan dalam visi serta praktik bisnisnya. *Indonesia Business Links* merumuskan 5 pilar CSR yaitu :

- 1) Pengembangan SDM dan pemberdayaan masyarakat setempat
- 2) Memperkuat ekonomi komunitas di lingkungannya
- 3) Menjaga keharmonisan dengan masyarakat di sekitarnya
- 4) Mendorong *good governance*
- 5) Menjaga kelestarian lingkungan.

Berdasarkan beberapa konsep dasar dan penekanan CSR di atas, komitmen terhadap kepentingan perusahaan, kepentingan *stakeholder*, dan masyarakat luas serta lingkungan hidup, perilaku etis, dan pembangunan keberlanjutan merupakan beberapa kata kunci yang dapat disimpulkan dari konsep CSR. Secara konsep, CSR merupakan sebagai suatu aktivitas perusahaan untuk ikut mengatasi permasalahan sosial dengan peningkatan

ekonomi, perbaikan kualitas kehidupan seluruh *stakeholder* perusahaan dan masyarakat secara luas serta mengurangi berbagai dampak operasionalnya terhadap masyarakat dan lingkungan, yang dalam jangka panjang mempunyai keuntungan bagi perusahaan dan pembangunan masyarakat.

Oleh karena itu CSR diartikan sebagai komitmen perusahaan dalam menjalankan proses bisnisnya yang direalisasikan dalam perilaku bisnis secara etis untuk menyelaraskan tujuan perusahaan dengan kepentingan sosial yaitu masyarakat dan lingkungan sekitar, guna mendukung kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

b. Teori Pelaksanaan CSR

Menurut Andreas Lako (2011: 5-6) CSR merupakan kewajiban asasi perusahaan yang tidak boleh dihindari. Dasar argumentasinya adalah bahwa perusahaan harus bertanggung jawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkan baik sengaja maupun tidak sengaja kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Ada lima dasar teoritis yang memiliki argumentasi yang kuat bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya, yaitu:

1) Teori *Stakeholder*

Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan.

2) Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitar memiliki relasi sosial yang erat karena kedudukannya terikat dalam suatu “*social contract*”. Teori kontrak sosial menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga merupakan representasi dari masyarakat. Dengan demikian, ada kontrak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat dimana masyarakat memberi *costs* dan *benefits* untuk keberlanjutan suatu korporasi.

3) Teori Sustaibilitas Korporasi (*Corporate Sustainability Theory*)

Menurut teori ini, agar bisa hidup dan tumbuh secara berkelanjutan, korporasi harus mengintegrasikan tujuan bisnis dengan tujuan sosial dan ekologi secara utuh. Pembangunan bisnis harus berlandaskan pada tiga pilar utama yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan secara terpadu, serta tidak mengorbankan kepentingan generasi berikutnya untuk hidup dan memenuhi kehidupannya.

4) Teori *Political Economy*

Menurut teori ini, domain ekonomi tidak dapat diisolasi dari lingkungan di mana transaksi-transaksi ekonomi dilakukan. Karena tidak dapat diisolasi dengan masyarakat dan lingkungan, perusahaan wajib memperhatikan dan melaksanakan CSR.

5) Teori Keadilan (*Justice Theory*)

Menurut teori ini, dalam sistem kapitalis pasar bebas, laba/rugi sangat tergantung pada *the unequal rewards and privileges* yang terdapat dalam laba dan kompensasi. Laba/rugi menceminkan ketidakadilan antar pihak yang dinikmati atau diderita suatu perusahaan. Karena itu, perusahaan perusahaan harus adil terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya yang sudah turut menanggung dampak eksternalitas perusahaan melalui program-program CSR.

Dengan merujuk pada pandangan dari teori-teori di atas, CSR merupakan suatu keharusan yang harus dilakukan. CSR harus dijadikan sebagai kebutuhan dalam praktik bisnis serta budaya organisasi suatu perusahaan. Dengan bisnis harus berlandaskan pada tiga pilar utama yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan secara terpadu, perusahaan dan komunitas sekitar memiliki relasi sosial yang erat sehingga perusahaan harus adil dan menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder*.

c. Definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Definisi dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial dari perusahaan telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Maignan dan Farrell (2004) yang mendefinisikan CSR sebagai “*A business acts in socially responsible manner when its decision and actions account for and balance diverse stakeholder interests*”. Definisi ini menekankan perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai

stakeholder yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab. Sedangkan Elkington (1997) mengemukakan bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*), masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*), serta lingkungan hidup (*planet*) (A.B. Susanto, 2009: 10).

Menurut definisi yang dikemukakan oleh *The Jakarta Consulting Group* (dalam A.B. Susanto, 2009: 11-12), tanggung jawab sosial ini diarahkan baik ke dalam (internal) maupun ke luar (eksternal) perusahaan. Tanggung jawab ke dalam diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan pertumbuhan. Karena mereka telah menginvestasikan sumber daya yang dimilikinya, maka mereka juga mengharapkan profitabilitas yang optimal serta pertumbuhan perusahaan sehingga kesejahteraan mereka di masa depan juga mengalami peningkatan.

Tanggung jawab sosial ke dalam (internal) juga diarahkan kepada karyawan. Karena hanya dengan kerja keras, kontribusi, serta pengorbanan merakalah perusahaan dapat menjalankan berbagai aktivitas serta meraih kesuksesan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk memberikan kompensasi yang adil serta memberi peluang pengembangan karir bagi karyawannya.

Tanggung jawab sosial perusahaan ke luar (eksternal) berkaitan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan

kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi kepentingan generasi mendatang. Untuk menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat, perusahaan berkewajiban untuk selalu mencari peluang-peluang baru bagi pertumbuhan, tentu saja dengan tetap mempertimbangkan faktor keuntungan dan tingkat pengembalian finansial yang optimal.

Perusahaan juga memiliki kewajiban untuk berpartisipasi dalam usaha-usaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, baik yang berkaitan dengan perusahaan maupun yang tidak. Perusahaan juga bertanggung jawab untuk memelihara kualitas lingkungan tempat beroperasi demi peningkatan kualitas hidup masyarakat jangka panjang.

Menurut *The World Bank Group* (2001) dan *The World Business Council for Sustainable Development* (2004) (dalam Andreas Lako, 2011: 25) adalah sebagai berikut :

”CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk berperilaku secara etis dan membantu pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), bekerja sama dengan karyawan serta perwakilannya, familinya, masyarakat, dan komunitas lokal umumnya untuk memperbaharui kualitas hidup dalam cara-cara yang baik bagi bisnis dan pembangunan”.

Sedangkan menurut Elkington (1997) (dalam Andreas Lako, 2011: 25) CSR bermakna sebagai suatu komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi secara berkesinambungan dengan menyelaraskan pencapaian kinerja ekonomi dengan kinerja sosial dan lingkungan dalam operasi bisnisnya. Dengan kata lain, korporasi harus menjaga keseimbangan antara tujuan mendapatkan

laba (*profit*) dan tujuan sosial (*people*) serta lingkungan (*planet*) atau disebut *triple bottom-line strategy*.

Dari semua definisi CSR tersebut, dapat disimpulkan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan yang secara etis untuk mengintegrasikan kegiatan bisnisnya serta melaksanakan CSR secara berkelanjutan dengan memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholder* yang terkait dengan perusahaan dan lingkungan. Tujuannya adalah agar perusahaan, masyarakat termasuk karyawan, konsumen, komunitas lokal, supplier, investor, kreditor, dan lingkungan bisa hidup berdampingan. CSR merupakan komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan seluruh *stakeholders* untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.

d. Regulasi CSR di Indonesia

Regulasi pelaksanaan CSR di Indonesia dilatarbelakangi oleh amanat Undang-Undang Dasar 1945 mengenai perekonomian nasional dan kesejahteraan sosial harus diatur oleh negara untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat. Selain itu berdasarkan prinsip pembangunan berkelanjutan. Dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan, di Indonesia secara tegas telah mewajibkan setiap investor untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan melalui Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 dan diwajibkan bagi perusahaan perseroan terbatas untuk melakukan

tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 (Mukti Fajar, 2010: 2-3).

Dalam pasal 74 UU Nomer 40 Tahun 2007 ayat 1-4 (dalam Ismail Solihin, 2011: 165) dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Undang-undang Nomer 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang tertuang dalam pasal 15 (dalam Ismail Solihin, 2011: 167) menjelaskan bahwa setiap penanam modal berkewajiban :

- 1) Menerapkan prinsip *corporate governance* yang baik.
- 2) Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 3) Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikan kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal.

- 4) Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan penanaman modal.
- 5) Mematuhi semua ketentuan perundang-undangan.

Dalam penjelasan pasal demi pasal undang-undang ini, dijelaskan bahwa yang dimaksud tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Menurut Sunaryati Haryono (dalam Mukti Fajar, 2010: 159-160), pengaturan seperti tersebut di atas menempatkan hukum sebagai dari sarana pembangunan, untuk meningkatkan taraf hidup setiap warga negara, mencerdaskan kehidupan bangsa dan memajukan kesejahteraan umum, dengan tetap memelihara dan menegakkan keadilan bagi setiap warga negara.

Regulasi pelaksanaan CSR di Indonesia bagi kegiatan industri dapat dipahami sebagai langkah preventif untuk mencegah terjadinya dampak negatif lebih besar yang dapat ditimbulkan oleh perusahaan yang bergerak di industri tersebut, baik terhadap masyarakat maupun lingkungan. Melalui regulasi tersebut, pemerintah sebagai wakil dari kepentingan masyarakat sudah sepantasnya memiliki otoritas untuk melakukan penataan atau meregulasi terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Kemudian dengan adanya regulasi tersebut, perusahaan wajib secara hukum untuk melaksanakan tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan.

e. Ruang Lingkup Pelaksanaan CSR

Untuk memenuhi kontrak sosialnya terhadap masyarakat, perusahaan dihadapkan kepada tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan (Post *et al.*, 2002: 8). Jones (1995) (dalam Ismail Solihin, 2011: 2) selanjutnya mengklasifikasikan pemangku kepentingan tersebut ke dalam 2 (dua) katagori, yaitu *inside stakeholders* dan *outside stakeholders*.

- 1) *Inside stakeholders*, terdiri atas orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Yang termasuk ke dalam kategori *inside stakeholders* adalah pemegang saham (*stockholder*), para manager (*managers*) dan karyawan (*employees*).
- 2) *Outside stakeholders*, terdiri dari orang-orang maupun pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Termasuk dalam kategori *outside stakeholders* adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*),

pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat secara umum (*general public*).

Pelaksanaan CSR tidak hanya pada masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan beroperasi saja. Karena jika konsepsi ini yang digunakan akan bertentangan dengan konsepsi CSR dalam *Global Compact*. Dari 10 pilar *Global Compact PBB*, tampak fokus CSR adalah pengakuan penghormatan pada HAM para *stakeholder*, apresiasi terhadap hak-hak karyawan atau buruh dan masyarakat, pencegahan aktivitas ekonomi dan penggunaan teknologi yang merusak lingkungan, dan pencegahan segala bentuk KKN. Dengan demikian, fokus CSR tidak hanya pada masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan, tetapi juga pada karyawan selaku *stakeholder* inti terdekat perusahaan (Andreas Lako, 2011: 27).

The Business Roundtable yang beranggotakan para CEO dari 150 perusahaan besar di Amerika mengeluarkan “*Statement on Corporate Responsibility*” yang menyebutkan pentingnya perusahaan melayani seluruh konstituen perusahaan yang terdiri atas pelanggan, karyawan, para penyedia dana (*financiers*), pemasok, masyarakat setempat (*communities*), masyarakat secara luas (*society at large*) dan pemegang saham (*shareholder*) (Ismail Sholihin, 2011: 8).

Berdasarkan uraian di atas ruang lingkup pelaksanaan CSR harus mencakup semua *stakeholder* yang terkait dengan perusahaan dan juga terhadap lingkungan. *Stakeholder* yang dimaksud yaitu, pemegang saham (*stockholder*), para manager (*managers*) dan karyawan (*employees*),

pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat secara umum (*general public*).

f. Kategori Program CSR

Kotlor dan Lee (2006)(dalam Ismail Solihin, 2011: 131) menyebutkan enam kategori program CSR. Keenam jenis program CSR adalah sebagai berikut :

1) Cause Promotions

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

2) Cause Related Marketing

Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu, serta untuk aktivitas derma tertentu.

3) Corporate Societal Marketing

Dalam program ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga

kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye *corporate societal marketing* lebih banyak berfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan beberapa isu yakni isu-isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan/kerugian, lingkungan serta keterlibatan masyarakat.

4) *Corporate Philanthropy*

Dalam program ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma. *Corporate philanthropy* biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

5) *Community Volunteering*

Dalam program ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6) *Socially Responsible Business Practice*

Dalam program ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan

meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

g. CSR Bagi *Stakeholder* yang Terkait dengan Perusahaan

1) Bagi Masyarakat

Pembangunan masyarakat secara eksplisit dalam CSR menurut definisi dari *The World Business Council for Sustainable Development* diukur berdasarkan kenaikan taraf hidup dari masyarakat, dengan mengacu pada nilai keadilan dan kesetaraan atas kesempatan, pilihan, partisipasi, timbal balik, dan kebersamaan. Pembangunan masyarakat yang dilakukan dengan pemberdayaan juga termasuk dalam bidang pendidikan.

Pelaksanaan CSR pada masyarakat sangatlah dibutuhkan karena dalam proses pembangunan masyarakat, untuk menanggulangi persoalan-persoalan sosial melibatkan 3 pilar ekonomi sebuah negara, yaitu pemerintah, masyarakat dan korporasi seperti yang diungkapkan oleh Budiono (dalam Mukti fajar, 2009: 228). Situasi ini karena pada faktanya, di era globalisasi dan ekonomi pasar saat ini, peran korporasi sangat dominan dalam masyarakat. Korporasi bersama-sama dengan pemerintah harus berusaha mengurangi kemiskinan, meningkatkan standar kehidupan, dan secara umum memajukan pembangunan masyarakat.

Terdapat tiga tingkat kegiatan program CSR dalam usaha memperbaiki kesejahteraan masyarakat (dalam Eko Murdiyanto, 2012: 47-50) yakni :

a) Kegiatan program CSR yang bersifat *charity*

Bentuk kegiatan seperti ini ternyata dampaknya terhadap masyarakat hanyalah menyelesaikan masalah sesaat. Hampir tidak ada dampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, selain lebih mahal, dampak jangka panjang tidak optimal untuk membentuk citra perusahaan, dari sisi biaya, promosi kegiatan sama mahalannya dengan biaya publikasi kegiatan. Walaupun masih sangat relevan, tetapi untuk kepentingan perusahaan dan masyarakat dalam jangka panjang lebih dibutuhkan pendekatan CSR yang berorientasi pada peningkatan produktifitas dan mendorong kemandirian masyarakat.

b) Kegiatan program CSR yang membantu usaha kecil secara parsial.

Saat ini makin banyak perusahaan yang menyadari pentingnya pendekatan CSR yang berorientasi pada peningkatan produktifitas dan mendorong kemandirian masyarakat, salah satu bentuk kegiatannya adalah membantu usaha kecil, tetapi bentuk kegiatan perkuatan tersebut masih parsial, memisahkan kegiatan program yang bersifat pendidikan, ekonomi, infrastruktur dan kesehatan. Walaupun lebih baik ternyata pada tingkat masyarakat kegiatan ini tidak dapat diharapkan berkelanjutan, bahkan cenderung meningkatkan kebergantungan masyarakat pada perusahaan, sehingga efek pada

pembentukan citra ataupun usaha untuk menggalang kerjasama dengan masyarakat tidak didapat secara optimal.

- c) Kegiatan program CSR yang berorientasi membangun daya saing masyarakat.

Program CSR akan memberi dampak ganda untuk perusahaan dan masyarakat karena :

- (1) Dari awal dirancang untuk meningkatkan produktifitas (sebagai ukuran daya saing) guna meningkatkan daya beli sehingga meningkatkan akses pada pendidikan dan kesehatan jangka panjang, untuk itu perlu diberikan penekanan pada keberlanjutan penguatan ekonomi secara mandiri (berjangka waktu yang jelas/mempunyai *exit policy* yang jelas).
- (2) Untuk memberikan ungkitan besar pada pendapatan masyarakat maka kegiatan perkuatan dilakukan pada rumpun usaha spesifik yang saling terkait dalam rantai nilai, setiap pelaku pada mata rantai nilai pada dasarnya adalah organ ekonomi yang hidup, perkuatan dilakukan untuk meningkatkan metabolisme (aliran barang, jasa, uang, informasi dan pengetahuan) dalam sistem yang hidup tersebut yang pada gilirannya akan meningkatkan *performance* setiap organ. Pendekatan CSR yang cerdas (*smart*) adalah dengan mengambil peran sebagai fasilitatif-katalistik sehingga kegiatan CSR lebih efisien memberikan dampak pada rumpun usaha dalam satu rantai nilai.

- (3) Program pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur dirancang sinergis dengan penguatan ekonomi sehingga mampu meningkatkan indeks pembangunan manusia pada tingkat lokal.

Dalam upaya meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat sekitar, ada berbagai macam kegiatan yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan memberdayakan masyarakat dalam berbagai bidang seperti yang diungkapkan Eko Murdiyanto (2012: 47-50), yaitu :

- (1) Pengembangan Ekonomi, misalnya kegiatan di bidang pertanian, peternakan, koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM).
- (2) Kesehatan dan Gizi Masyarakat misalnya penyuluhan, pengobatan, pemberian gizi bagi balita, program sanitasi masyarakat dan sebagainya.
- (3) Pengelolaan Lingkungan, misalnya penanganan limbah, pengelolaan sampah rumah tangga, reklamasi dan penanganan dampak lingkungan lainnya.
- (4) Pendidikan, Ketrampilan dan Pelatihan, misalnya pemberian beasiswa bagi siswa berprestasi dan siswa tidak mampu, magang atau *job training*, studi banding, peningkatan ketrampilan, pelatihan dan pemberian sarana pendidikan.
- (5) Sosial, budaya, agama dan infrastruktur misalnya kegiatan bakti sosial, budaya dan keagamaan serta perbaikan infrastruktur di wilayah masyarakat setempat.

2) Bagi Karyawan

Pada awal industrialisasi, keberadaan dan kondisi tenaga kerja tidak mendapatkan perhatian dan perlindungan. Tenaga kerja diperas dan diberlakukan seperti budak, hingga muncul istilah perbudakan modern. Pada saat ini, isu perlindungan tenaga kerja terkait dengan CSR, mulai dihubungkan dengan hak asasi manusia. Seperti yang tertulis dalam *The Universal Declaration of Human Rights and the Civil and Political Rights International Covenant State* yaitu: “No one shall be held in slavery nor in servitude, all forms of slavery and the trade of slaves are prohibited (Mukti Fajar, 2010: 198).

Di Uni Eropa, isu tenaga kerja telah menunjukkan peningkatan yang dibahas dalam *The Green Paper Draft* dengan sebutan *Europe Employment Index (EEI)*. Inti dari EEI tersebut adalah merekomendasi kepada korporasi untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja seperti peningkatan kualitas hidup dan lingkungan kerja yang nyaman bagi karyawan. Karena tenaga kerja tidak hanya menjadi bagian proses produksi, tetapi harus diletakkan sebagai prioritas utama dalam pembangunan ekonomi secara luas, seperti yang disampaikan oleh Michele Hansenne, *Director General of ILO* (Mukti Fajar, 2010: 207).

Pelaksanaan CSR terhadap karyawan atau tenaga kerja di Indonesia sangat diperlukan jika melihat kenyataan bahwa masih banyaknya demonstrasi buruh yang menuntut perbaikan upah dan perlindungan kerja. Karena jika hal tersebut diabaikan akan sangat bertentangan

dengan konsep CSR sebagai *improving the quality of live of the workforce and their families* yang dikemukakan oleh *The World Business Council for Sustainable Development* (Mukti Fajar, 2010: 211).

3) Bagi Konsumen

Stakeholder sebagai pihak yang perlu diperhatikan kepentingannya oleh korporasi secara umum didasarkan pada *teori stakeholder*. Pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak mempunyai hubungan hukum baik secara kontraktual maupun karena undang-undang dengan korporasi salah satunya yaitu konsumen. Hubungan hukum antara konsumen dengan perusahaan lahir secara kontraktual, yaitu ketika konsumen menggunakan produk barang atau jasa dari produsen.

Di Amerika, hak konsumen pertama kali diperjuangkan oleh Presiden John F. Kennedy melalui *Consumers Bill of Right 1962*. Beberapa hak konsumen dari *Consumers Bill of Right 1962* telah mengilhami bagi pengaturan hak konsumen di Indonesia (dalam Mukti Fajar, 2010: 216-217), diantaranya:

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa.
- b) Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.

- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan.
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur serta tidak diskriminatif.
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Jika dilihat dari konsep CSR, perlindungan dan pelayanan kepada konsumen tidak hanya pada persoalan ada tidaknya pelanggaran hukum yang terjadi terkait produk dan atau jasa. Tetapi lebih dari itu, pelaksanaan CSR dalam perlindungan dan pelayanan konsumen adalah adanya kewajiban moral untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen. Karena selain mentaati perundang-undangan dan hukum yang berlaku, korporasi juga mempunyai tanggung jawab moral kepada konsumen.

h. Manfaat Investasi CSR Bagi Perusahaan

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatian pada tiga hal, yaitu laba, masyarakat, dan lingkungan. Dengan memperoleh laba, perusahaan dapat memberikan deviden bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa

depan, serta membayar pajak kepada pemerintah. Dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia jangka panjang. Perhatian kepada masyarakat dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang. Kompetensi yang meningkat ini pada gilirannya diharapkan akan mampu dimanfaatkan bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat (A.B. Susanto, 2009: 13-14).

Dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR seperti yang diungkapkan oleh A.B. Susanto (2009: 14-16). Pertama, mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankan. Kedua, CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring atau bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat akan lebih mudah memahami dan memaafkannya.

Ketiga, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang dimiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu

meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas, sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan. Hal ini berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas. Keempat, CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Kelima, meningkatkan penjualan seperti yang terungkap dalam riset *Roper Search Worldwide*, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

Seperti yang telah diungkapkan oleh Andreas Lako (2011:7-8), secara empiris ternyata perusahaan meraup berkah berlimpah atau keuntungan yang signifikan karena berinvestasi dan melaksanakan CSR secara tulus dan konsisten. Manfaat ekonomi tersebut antara lain :

- 1) Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan bagi perusahaan dalam jangka panjang.
- 2) Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
- 3) Meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen.
- 4) Meningkatkan komitmen, etos kerja, efisiensi, dan produktivitas karyawan.

- 5) Menurunkan kerentanan gejala sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan serta dihargai perusahaan.
- 6) Meningkatkan reputasi, *goodwill*, dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

2. Pendidikan

a. Definisi Pendidikan

UNESCO (dalam Mustofa Kamil, 2010: 4) mendefinisikan pendidikan sebagai “Proses belajar mengajar yang terorganisir dan terus menerus yang dirancang untuk mengkomunikasikan perpaduan pengetahuan, skill, dan pemahaman yang bernilai untuk seluruh aktivitas hidup”. Sedangkan pendidikan menurut John Dewey (dalam Zahara Indris, 1982: 9) adalah proses pembentukan kecakapan-kecakapan fundamental secara intelektual dan emosional ke arah alam dan sesama manusia.

Dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 (dalam Mustofa Kamil, 2010:4), dikemukakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan bangsa. Dalam GBHN (dalam Zahara Idris, 1982: 10) pendidikan pada hakekatnya adalah usaha sadar untuk

mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup.

Untuk memahami istilah pendidikan, kriteria yang dikemukakan oleh Peters (1996: 45) (dalam Mustofa Kamil, 2010: 4) berikut ini :

- 1) Pendidikan meliputi penyebaran yang bermanfaat bagi mereka yang terlibat di dalamnya.
- 2) Pendidikan harus melibatkan pengetahuan dan pemahaman serta sejumlah perspektif kognitif.
- 3) Pendidikan setidaknya memiliki sejumlah prosedur, dengan asumsi bahwa peserta didik belum memiliki pengetahuan dan kesiapan belajar secara sukarela.

Dari beberapa pengertian pendidikan di atas, pada dasarnya pengertian pendidikan yang dikemukakan memiliki kesamaan yaitu usaha sadar, terencana, sistematis, berlangsung terus menerus, dan menuju kedewasaan. Pendidikan merupakan usaha manusia yang dirancang untuk memadukan dan mengembangkan pengetahuan, skill, dan pemahamannya yang bernilai untuk seluruh aktivitas hidup yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan bangsa.

b. Jalur Pendidikan

Secara substansial, aktivitas pendidikan pada dasarnya tidak hanya berupa pendidikan sekolah, atau cukup dengan dan berhenti sampai pada pendidikan formal. Pendidikan formal lebih diarahkan pada pemenuhan kebutuhan akan penguasaan pengetahuan dan kemampuan dasar

yang sangat diperlukan. Sementara untuk memenuhi kebutuhan akan wawasan aktual dan kecepatan praktis, diperlukan juga mekanisme-mekanisme pendidikan di luar sekolah (Mustofa Kamil, 2010: 2)

Dalam konsep pendidikan seumur hidup, pendidikan formal, informal, dan nonformal saling mengisi dan memperkuat. Philip H. Coombs (dalam Zahara Indris, 1982: 58) mengklasifikasikan pendidikan menjadi tiga bagian, yaitu:

1) Pendidikan Informal

Pendidikan informal adalah proses pendidikan yang diperoleh seseorang dari pengalaman sehari-hari dengan sadar, pada umumnya tidak teratur dan tidak sistematis, sejak seseorang lahir hingga mati, seperti dalam keluarga, pekerjaan, atau dalam pergaulan sehari-hari.

2) Pendidikan Formal

Pendidikan formal adalah pendidikan di sekolah yang teratur, sistematis, dan mempunyai jenjang, dan yang terbagi dalam waktu-waktu tertentu yang berlangsung dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi.

3) Pendidikan Nonformal

Pendidikan Nonformal adalah pendidikan semua bentuk pendidikan yang diselenggarakan dengan sengaja, tertib, terarah, dan terencana di luar kegiatan sekolah. Dalam hal ini tenaga pengajar, fasilitas, cara penyampaian, dan waktu yang dipakai serta komponen-komponen lainnya disesuaikan dengan keadaan peserta didik supaya mendapatkan hasil

yang memuaskan. Secara rinci fungsi pendidikan nonformal dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Pendidikan suplemen : kesempatan untuk menambah/meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tertentu di luar pendidikan sekolah atau formal.
- b) Pendidikan komplemen : kesempatan untuk menambah/melengkapi pendidikan sekolah atau formal.
- c) Pendidikan kompensasi atau pengganti : kesempatan untuk memperoleh pendidikan bagi yang tidak pernah mengalami pendidikan di sekolah.
- d) Pendidikan substitusi : kesempatan untuk belajar pada jenjang pendidikan tertentu berhubung belum adanya pendidikan sekolah di sekitar tempat tinggal.
- e) Pendidikan alternatif : kesempatan untuk memilih jalur pendidikan nonformal sehubungan dengan peluang atau waktu yang dimiliki.
- f) Pendidikan pengayaan atau penguatan : kesempatan untuk memperkaya/memperluas/meningkatkan kemampuan yang diperoleh dari pendidikan sekolah/formal.
- g) Pendidikan pemutakhiran atau *updating* : kesempatan untuk memutakhirkan atau meremajakan pengetahuan dan keterampilan yang telah dimiliki.

- h) Pendidikan pembentukan keterampilan : kesempatan untuk memperoleh keterampilan baru di samping keterampilan yang telah dimiliki.
- i) Pendidikan penyesuaian : kesempatan untuk memperoleh pendidikan penyesuaian diri sehubungan adanya mobilitas teritorial, pekerjaan, dan perubahan sosial.
- j) Pendidikan pembibitan : kesempatan untuk memperoleh pendidikan atau latihan keterampilan tertentu melalui proses belajar bersama sambil mengadakan usaha bersama dalam kelompok belajar usaha bersama (Sudomo, 1989) (dalam Soegimin Gitoasmoro, 2005).

Dapat disimpulkan bahwa ketiga lingkungan belajar, baik formal, informal maupun nonformal saling terkait dan berperan penting dalam membangun kerangka fisik, mental, dan spiritual seseorang sehingga membentuk kepribadian dan karakter yang mandiri. Pendidikan formal lebih difokuskan pada pemberian keahlian atau skill guna terjun ke masyarakat. Pendidikan nonformal merupakan mekanisme yang memberikan peluang bagi setiap orang untuk memperkaya ilmu pengetahuan dan teknologi melalui pembelajaran seumur hidup. Pendidikan informal adalah setiap kesempatan dimana terdapat komunikasi yang teratur dan terarah di luar sekolah.

c. Pendidikan Sebagai Hak Asasi Manusia dan Bagian dari Kesejahteraan Masyarakat

The World Business Council For Sustainable Development (dalam Ismail Solihin, 2011: 28-29) merumuskan CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi, sementara pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat secara luas. Adapun prioritas kegiatan CSR menurut organisasi ini mencakup hal-hal berikut ini:

- 1) Hak asasi manusia
- 2) Hak pekerja
- 3) Perlindungan lingkungan
- 4) Hubungan dengan pemasok
- 5) Keterkaitan masyarakat
- 6) Hak-hak pemangku kepentingan
- 7) Pemantau dan penilaian kinerja CSR

Hak asasi manusia dalam konteks CSR, dikaitkan dengan persoalan ketenagakerjaan, lingkungan hidup dan hak-hak sipil masyarakat, seperti hak ekonomi, hak politik dan kebudayaan serta hak atas pendidikan. Terkait dengan CSR, hak atas pendidikan dijamin dalam *Universal Declaration of Human Rights* pada artikel ke-26 (dalam Mukti Fajar, 2010: 251) yang menyebutkan bahwa (1) setiap orang memiliki hak atas pendidikan. Pendidikan harus gratis, setidaknya untuk tingkat sekolah rendah dan

dasar. Pendidikan dasar harus bersifat wajib. Pendidikan teknik dan jurusan secara umum harus tersedia dan pendidikan tinggi harus secara adil dapat diakses untuk semua atas dasar merit, (2) pendidikan harus diarahkan pada pengembangan sepenuhnya kepribadian manusia dan bagi penguatan penghargaan terhadap hak asasi manusia dan kebebasan dasar. Pendidikan harus meningkatkan pengertian, toleransi dan persahabatan di antara semua bangsa, ras atau kelompok agama, dan harus memajukan kegiatan Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk memelihara perdamaian.

Penghargaan terhadap hak asasi manusia juga ditetapkan di Indonesia melalui Undang-undang Nomor 39 tahun 1999 Pasal 9 bahwa (1) setiap orang berhak untuk hidup, mempertahankan hidup dan meningkatkan taraf kehidupannya, (2) setiap orang berhak tentram, aman, damai, bahagia, sejahtera lahir dan batin. Kemudian UUD 1945 Pasal 28C Ayat (1) menyatakan “setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapat pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia”.

Dengan demikian, ketika dikaitkan dengan rumusan dasar CSR yang salah satunya adalah penghormatan terhadap hak asasi manusia, hak atas pendidikan bagi semua dapat diartikan sebagai hak untuk memperoleh pendidikan yang secara layak untuk menunjang kesejahteraan hidupnya. Sehingga memang seharusnya perusahaan memasukkan bidang pendidikan dalam kegiatan CSR yang dilakukan. Melalui tanggung jawab sosial

tersebut, perusahaan dapat mendukung pembangunan di bidang pendidikan dalam bentuk penghormatan terhadap hak asasi manusia dan pembangunan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraannya.

d. Pendidikan Seumur Hidup

Menurut John Dewey (dalam Alisuf Sabri, 1999: 94), pendidikan itu menyatu dengan hidup, oleh karena itu pendidikan terus berlangsung sepanjang hidup sehingga pendidikan itu tidak pernah berakhir. Dalam GBHN (Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomer : IV/MPR/1978) (dalam Zahara Idris, 1982: 57) dinyatakan : “Pendidikan berlangsung seumur hidup dan dilaksanakan di dalam lingkungan rumah tangga, sekolah, dan masyarakat. Karena itu pendidikan adalah tanggung jawab bersama antara keluarga, masyarakat dan pemerintah”

Azas pendidikan seumur hidup bertitik tolak atas dasar keyakinan bahwa proses pendidikan dapat berlangsung selama manusia hidup, baik di dalam maupun di luar sekolah. Maksud diadakannya konsep pendidikan sepanjang hayat ialah agar setiap manusia Indonesia senantiasa terus-menerus dapat belajar, mendidik dan mengembangkan dirinya, karena selain sebagai kewajiban kodrati bagi manusia juga sebagai sarana untuk peningkatan diri (dalam Alisuf Sabri, 1999: 95).

Ada bermacam-macam dasar pemikiran yang menyatakan bahwa pendidikan seumur hidup itu sangat penting. Dasar pemikiran tersebut ditinjau dari beberapa segi antara lain sebagai berikut :

1) Tinjauan ideologis

Semua manusia dilahirkan ke dunia mempunyai hak yang sama, khususnya hak untuk mendapatkan pendidikan dan peningkatan pengetahuan dan keterampilannya. Pendidikan akan memungkinkan seseorang mengembangkan potensi-potensinya sesuai dengan kebutuhan hidupnya.

2) Tinjauan ekonomis

Pendidikan memungkinkan seseorang untuk :

- a) Meningkatkan produktivitasnya
- b) Memelihara dan mengembangkan sumber-sumber yang dimilikinya
- c) Memungkinkan hidup dalam lingkungan yang lebih menyenangkan dan sehat

3) Tinjauan sosiologis

Banyak orang tua di negara yang sedang berkembang kurang menyadari pentingnya pendidikan formal bagi anak-anaknya.

4) Tinjauan Teknologis

Dunia dilanda oleh eksplosif ilmu pengetahuan dan teknologi. Para sarjana, guru, teknisi, dan pimpinan di negara yang sedang berkembang perlu memperbaharui pengetahuan dan keterampilan mereka.

5) Tinjauan psikologis dan pedagogis

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat mempunyai pengaruh besar terhadap konsep, teknik, dan metode pendidikan. Di samping itu perkembangan tersebut menyebabkan makin

luas, dalam, dan kompleksnya ilmu pengetahuan, sehingga tidak mungkin lagi diajarkan seluruhnya di sekolah (Zahara Idris, 1982: 60-61).

3. Corporate Social Responsibility Di Bidang Pendidikan

a. CSR Di Bidang Pendidikan

Bidang pendidikan merupakan salah satu pilihan program CSR yang harus mendapatkan perhatian perusahaan. Elkington (1998) merangkum definisi CSR dalam suatu konsep 4P, yaitu suatu bentuk kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional.

Konsep *people* merujuk pada konsep *social development* dan *human rights* yang menyangkut kesejahteraan ekonomi dan kesejahteraan sosial masyarakat. Beberapa bentuk pelaksanaan konsep ini diantaranya : pelatihan keterampilan kerja, pemberian jaminan sosial, penguatan aksesibilitas masyarakat terhadap pelayanan pendidikan, penguatan kapasitas lembaga-lembaga sosial, kesehatan dan kearifan lokal (Marlia, 2008).

Pembangunan bidang pendidikan mempertimbangkan kesepakatan-kesepakatan internasional seperti Pendidikan Untuk Semua (*Education For All*), Konvensi Hak Anak (*Conventionon the right of child*) dan *Millenium Development Goals (MDGs)* serta *World Summit on Sustainable Development* yang secara jelas menekankan pentingnya pendidikan sebagai

salah satu cara untuk penanggulangan kemiskinan, peningkatan keadilan dan kesetaraan gender, pemahaman nilai-nilai budaya dan multikulturalisme, serta peningkatan keadilan sosial (www.bappenas.go.id).

Pendidikan mempunyai peranan dalam meningkatkan kualitas manusia sebagai sumber daya pembangunan. Menurut *The World Bank Institute*, salah satu komponen utama CSR adalah pengembangan kepemimpinan dan pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu kunci pembangunan berkelanjutan dan pertumbuhan yang berpihak kepada kelompok miskin, maka dunia bisnis sudah semestinya memberikan kontribusi dalam menyediakan akses pendidikan berkualitas.

Bahkan, perusahaan pun dapat memberikan dampak yang kritis terhadap proses pemberdayaan melalui peningkatan standar pengembangan kepemimpinan dan pendidikan dalam perusahaan. Oleh karena itu, kemajuan dunia pendidikan memang tidak dapat berjalan sendiri, sehingga diperlukan adanya suatu kerja sama dan sinergi antara perusahaan, masyarakat dan pemerintah, yang dikemas melalui program CSR (Mulyandari dkk, 2010).

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa pendidikan merupakan bidang yang sangat perlu mendapat perhatian dari dunia usaha sebagai salah satu tanggung jawabnya untuk peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat dan bangsa pada umumnya. Karena pada dasarnya setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapatkan pendidikan dan mendapatkan manfaat dari

ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya demi meningkatkan kualitas hidupnya demi kesejahteraan umat manusia.

b. Pentingnya CSR Di Bidang Pendidikan

Peningkatan akses masyarakat terhadap pendidikan yang lebih berkualitas merupakan mandat yang harus dilakukan bangsa Indonesia sesuai dengan tujuan negara Indonesia yang tertuang dalam Pembukaan UUD 1945 yaitu untuk melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Lebih lanjut dalam Batang Tubuh UUD 1945 diamanatkan pentingnya pendidikan bagi seluruh warga negara seperti yang tertuang dalam Pasal 28B Ayat (1) yaitu bahwa setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapatkan pendidikan dan mendapatkan manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya demi meningkatkan kualitas hidupnya demi kesejahteraan umat manusia, dan Pasal 31 Ayat (1) yang mengamanatkan bahwa setiap warga negara berhak mendapat pendidikan (www.bappenas.go.id).

Keterlibatan perusahaan dalam bidang pendidikan sangat diperlukan dalam rangka membantu perbaikan kualitas pendidikan di Indonesia. Karena, apabila beban tersebut hanya dibebankan pada orang tua atau pemerintah, maka akan butuh waktu yang lama untuk mengatasi berbagai masalah pendidikan. Peran serta masyarakat atau pihak lain dalam

peningkatan mutu pendidikan bahkan telah disinggung dalam UU RI No. 21 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada Pasal 54. Peran serta tersebut meliputi peran serta organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu layanan pendidikan (Dea Cendani dan Tjiptohadi, 2012).

CSR pada dunia pendidikan merupakan gerakan bersama secara nasional yang perlu dilakukan sebagai solusi alternatif di tengah perkembangan pendidikan di Indonesia. Berbagai implementasi CSR melalui kegiatan pemberian beasiswa, pembangunan infrastruktur lembaga pendidikan, pelaksanaan pelatihan, maupun pemberian kesempatan magang oleh berbagai perusahaan menjadikan peran pendidikan akan semakin besar dalam pengembangan masyarakat. Kepekaan perusahaan terhadap dunia pendidikan merupakan investasi dan dapat memberikan manfaat secara berkesinambungan.

B. Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian yang terkait dengan pelaksanaan CSR di perusahaan diuraikan secara ringkas dengan harapan dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap penerapan konsep CSR kepada *stakeholdernya*.

Muhammad Reza Maulana (2009) dengan judul “Peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Rekayasa Industri (PT. REKIND) dalam Upaya Pengembangan Masyarakat”. Setiap perusahaan akan melakukan berbagai kegiatan terencana untuk mencapai tujuan khusus maupun tujuan umum yang

telah mereka tentukan. Kegiatan-kegiatan yang direncanakan oleh perusahaan umumnya akan melibatkan berbagai macam pihak, baik dari dalam perusahaan itu sendiri, maupun dari pihak luar, seperti pemerintah, pihak asing, masyarakat, dan sebagainya. Kegiatan inilah yang dapat membantu mempercepat pembangunan di Indonesia. Selain itu, jalinan kerjasama dirajut untuk mencapai kepentingan perusahaan, agar perusahaan dapat menjaga eksistensinya dan menjadi *good bussiness*. Keseimbangan dapat dijaga dengan menerapkan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, PT. REKIND sebenarnya sudah menjalankan CSR sejak didirikan pada tahun 1981, yaitu dengan menjalankan *Community Development*. Sedangkan PT. REKIND mulai mengimplementasikan CSR sejak tahun 2007. Kebijakan PT. REKIND mengenai CSR turut dipengaruhi oleh Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL), sehingga bidang-bidang CSR yang diprioritaskan oleh CSR PT. REKIND terdiri dari bidang pendidikan, kesehatan, sarana ibadah, bencana alam, kegiatan sosial, lingkungan hidup, pengembangan usaha kecil dan konversi. PT. REKIND memiliki dua pandangan terhadap CSR, yaitu sebagai upaya memenuhi kewajiban (*compliance*) dan karena adanya dorongan tulus dari dalam (*internal driven*). PT REKIND memandang CSR tidak sekedar diimplementasikan karena menghormati peraturan yang ada, tetapi telah menempatkan CSR sebagai bagian dari Tata Nilai Budaya perusahaan dan *business process* perusahaan.

Jati Suliman (2010) dengan judul “Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif Kualitatif tentang Pelaksanaan CSR PT. Tiga Serangkai dalam Program Spiritual Building Training (SBT) dalam Rangka Pembentukan Citra Positif di Kalangan Khalayak)”. Diperoleh hasil penelitian, bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Tiga Serangkai melalui program *Spiritual Building Training* adalah sebuah program *training* persembahan PT. Tiga Serangkai bagi pemenuhan kebutuhan spiritual guna membangun dan meningkatkan kualitas keimanan terhadap Allah SWT, sehingga mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Program ini dilaksanakan sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat diutamakan lingkungan pendidikan. Tujuan dilaksanakannya program ini adalah terkait dengan visi perusahaan yaitu turut mencerdaskan bangsa melalui kecerdasan spiritual.

Pada tahap konteks, *Spiritual Building Training* yang merupakan program sosial dari marketing PT. Tiga Serangkai mempunyai konsep yang kreatif karena tidak ada perusahaan lain yang memiliki konsep sejenis. Tujuan program ini sudah sesuai dengan tujuan perusahaan yakni mencerdaskan bangsa. Sasaran program adalah masyarakat luas tetapi dikhususkan instansi pendidikan. Pengkhususan sasaran program adalah berkaitan dengan sasaran bisnis, dan terbukti program sosial ini bermanfaat bagi marketing perusahaan.

Nurhikmah Muhktar (2012) dengan judul “Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai modal sosial pada PT. Pertamina EP Region KTI Field Bunyu”. Dalam mengimpelementasikan CSR sebagai modal sosial PT

Pertamina EP Region KTI Field Bunyu, telah mampu menarik kepercayaan masyarakat kepada perusahaan. Karena perusahaan telah menjalankan program CSR nya dengan baik, sehingga dapat meredam beberapa masalah-masalah gangguan keamanan, seperti : pencurian peralatan migas, unjuk rasa, sabotase, ancaman, serta dapat mencegah kesenjangan sosial antara perusahaan dan masyarakat sekitar perusahaan.

Dalam mengimplementasikan CSR PT Pertamina EP Region KTI Field Bunyu telah melakukan kegiatan-kegiatan *Community Development* yaitu :

1. Bidang ekonomi, membantu pemerintah untuk memberdayakan masyarakat dalam usaha meningkatkan ekonomi.
2. Pendidikan dan kebudayaan, memberikan beasiswa, membantu kelengkapan sarana kebudayaan dan prasarana pendidikan, olahraga dan kegiatan budaya.
3. Kesehatan, mendukung upaya peningkatan kesehatan masyarakat. Fasilitas sosial dan fasilitas umum, mendukung pembangunan sarana dan prasarana sosial dan fasilitas umum di daerah operasi.
4. Lingkungan, mendukung program peningkatan kesadaran lingkungan.

C. Kerangka Berpikir

Pada dasarnya perusahaan melakukan aktivitas dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yang tidak lain adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Aktivitas yang dilakukan perusahaan akan menghasilkan dampak yang tidak hanya dirasakan oleh perusahaan, tetapi juga pihak lain yang memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan (*stakeholder*). *Stakeholder* dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu *inside stakeholder* dan

outside stakeholder. *Inside stakeholders* terdiri dari pemegang saham (*stockholder*), para manager (*managers*) dan karyawan (*employees*). *Outside stakeholders* terdiri dari pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat secara umum (*general public*).

Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat sehingga tidak akan lepas dari lingkungan dan masyarakat. Pelaksanaan *corporate social responsibility* diungkapkan kepada masyarakat luas dan disosialisasikan dalam berbagai cara melalui laporan tahunan (*annual report*), laporan khusus dalam *website* perusahaan, media cetak, media elektronik dan sebagainya. Perusahaan akan mendapatkan banyak manfaat dengan menerapkan *corporate social responsibility*.

Penerapan *corporate social responsibility* pada akhirnya akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosialnya, secara tidak langsung dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta menciptakan citra (*image*) yang baik dihadapan konsumen pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Kepercayaan masyarakat dan citra yang baik dapat menjadi suatu investasi bagi perusahaan karena pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa sehingga profit yang diperoleh juga akan meningkat.

Kerangka pemikiran dirumuskan berdasarkan harapan bahwa penerapan CSR bidang pendidikan dapat menyeluruh sehingga dapat memberikan manfaat dan menyejahterakan semua *stakeholder* yang terkait dengan perusahaan. Perlunya kajian penerapan CSR bidang pendidikan di PT. Hino Motors Sales

Indonesia ini dilatarbelakangi oleh adanya potensi dari pelaksanaan CSR yang memungkinkan menjadi salah satu sumber daya yang dapat meningkatkan bidang pendidikan. Selain itu, pelaksanaan CSR bidang pendidikan di PT. Hino Motors Sales Indonesia belum dikaji secara khusus, sehingga patut diteliti dan berpeluang untuk dikembangkan.

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut selanjutnya dirumuskan pertanyaan penelitian. Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam kajian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan CSR bidang pendidikan di PT. Hino Motors Sales Indonesia.
2. Program apa saja yang telah dilaksanakan oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia dalam bidang pendidikan yang sesuai dengan konsep CSR.
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelaksanaan CSR bidang pendidikan di PT. Hino Motors Sales Indonesia.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dengan mengacu pada tujuan penelitian ini yaitu untuk mengkaji pelaksanaan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia di bidang pendidikan, maka penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial tertentu dengan memperbanyak pemahaman yang mendalam, mengetahui pengaruh kebijakan pemerintah dan pandangan perusahaan mengenai CSR terhadap kebijakan perusahaan tersebut, mengetahui strategi pendekatan dan implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan, serta untuk mengetahui program yang ada di perusahaan di bidang pendidikan yang sesuai dengan prinsip dasar pelaksanaan CSR.

Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, dengan demikian penelitian akan berisi kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian tersebut. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari wawancara, catatan dan dokumen resmi lainnya. Oleh karena itu penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan antara realitas empirik dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode diskriptif.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk melihat gambaran atau deskripsi secara jelas mengenai keadaan atau gejala tertentu. Metode dasar penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memusatkan perhatian pada pemecahan masalah yang ada pada

masa sekarang dan bertitik tolak dari data yang dikumpulkan, dianalisis dan disimpulkan dalam konteks-konteks teori-teori dari hasil penelitian terdahulu, pengembangan deskriptif dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan perspektif fenomologi.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*). Dalam penelitian ini, studi kasusnya mengarah pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan, yaitu pelaksanaan CSR di PT. HMSI dalam bidang pendidikan. Peneliti menggali informasi dari brosur perusahaan, laporan tahunan dan artikel koran atau majalah, bersama-sama dengan observasi langsung dengan menggabungkan dengan hasil wawancara. Tujuannya adalah untuk mendapatkan banyak perspektif tentang suatu organisasi, situasi, kejadian, atau proses dalam suatu waktu.

Jadi penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mendiskripsikan atau menggambarkan suatu fenomena atau suatu kejadian berdasarkan fakta atau data yang ada, kemudian mengkaji permasalahan yaitu mengkaji dan menggambarkan pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di PT. Hino Motors Sales Indonesia dalam bidang pendidikan.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Hino Motors Sales Indonesia (PT. HMSI) yang berlokasi di Jl. Gatot Subroto Km. 8,5 Desa Manis, Kec. Kadu, Tangerang, Banten. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai Mei 2013.

C. Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil studi kasus di PT. Hino Motors Sales Indonesia (PT. HMSI). Program CSR yang diteliti adalah program CSR PT.HMSI di bidang pendidikan yang dilaksanakan terhadap *stakeholder* yang terkait. Pemilihan lokasi dalam penelitian ini diambil secara sengaja (*purposive*). Alasan memilih PT. HMSI tersebut adalah perusahaan tersebut dikenal baik oleh masyarakat melalui produk yang dihasilkan dan dipasarkan secara luas, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang otomotif yang merupakan salah satu perusahaan terbesar di kelas truk dan bus di Indonesia.

Kemudian dengan adanya komitmen dari Hino Indonesia untuk menjunjung upaya perlindungan terhadap lingkungan dan memberikan perhatian khusus terhadap kesejahteraan sosial masyarakat, perusahaan ini telah mengaplikasikan program-program yang sesuai dengan konsep dasar CSR. Sehingga suatu hal yang menarik untuk diketahui bagaimana pelaksanaan program CSRnya di bidang pendidikan.

D. Metode Penentuan Informan

Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang pelaksanaan CSR di PT. HMSI. Penentuan informan atau sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan berbagai pertimbangan. Pertimbangan tersebut diantaranya, informan tersebut yang dianggap lebih tahu tentang apa yang hendak diteliti, atau informan tersebut merupakan orang yang bertanggung jawab dalam

permasalahan yang hendak diteliti yaitu tentang pelaksanaan CSR di PT. HMSI dalam bidang pendidikan, atau juga seorang pelaksana dari situasi yang diteliti, karena dengan itu akan memudahkan peneliti menjelajah obyek atau situasi yang diteliti.

E. Desain Penelitian

Penelitian ini bukan untuk menguji hipotesis, tetapi untuk mendeskripsikan fenomena yang muncul di lapangan. Penelitian ini dirancang menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Lexy J. Moleong (2009: 8) didefinisikan sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi yang alamiah, langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci. Penelitian lebih bersifat deskriptif, artinya data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Penelitian lebih menekankan pada proses dan makna daripada produk. Berdasarkan hal tersebut, metode penelitian kualitatif itu dilakukan secara intensif, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, dalam penelitian ini data dikumpulkan pada setting alamiah. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan datanya menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara dan kajian dokumen atau arsip.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* atau kondisi yang alamiah, sumber data primer dan sekunder, dan teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam (*in depth interview*), dokumentasi dan observasi ataupun kajian dokumen/arsip. Dengan observasi di lapangan peneliti akan lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial, jadi akan dapat diperoleh pandangan yang holistik atau menyeluruh. Obyek penelitian dalam penelitian kualitatif yang diobservasi menurut Spradley (dalam Sugiono, 2009: 229) dinamakan situasi sosial, yang terdiri dari tiga komponen yaitu *place*, *actor* dan *activity*. *Place* atau tempat di mana interaksi dalam situasi sosial sedang berlangsung, dalam penelitian ini berarti berada di PT. HMSI. *Actor* atau orang-orang yang sedang memainkan peran tertentu, dalam hal ini yaitu orang-orang dari PT. HMSI yang berkewenangan

melaksanakan CSR di PT. HMSI. *Activity* atau kegiatan yang dilakukan oleh aktor dalam situasi sosial yang sedang berlangsung, yaitu aktivitas pelaksanaan CSR di PT. MHSL.

Kemudian untuk melengkapi dan menunjang data hasil wawancara dan observasi digunakan pula teknik pengumpulan data dengan dokumentasi atau teknik studi dokumen yang bisa berbentuk tulisan, gambar, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Adapun data yang dikumpulkan meliputi :

1. Pengaruh peraturan pemerintah terhadap kebijakan CSR PT. HMSI.
2. Konsep dasar pelaksanaan CSR dari sudut pandang perusahaan.
3. Pandangan PT. HMSI terhadap pelaksanaan CSR di bidang pendidikan.
4. Model pelaksanaan CSR PT. HMSI di bidang pendidikan.
5. Program CSR di bidang pendidikan yang dilaksanakan oleh PT. HMSI.
6. Strategi pendekatan CSR PT. HMSI.
7. Permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan CSR PT. HMSI dalam bidang pendidikan.

Data sekunder yang dikumpulkan merupakan dokumen-dokumen yang terkait dengan data-data program CSR atau kegiatan lain yang sesuai dengan konsep dasar pelaksanaan CSR yang dilaksanakan oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia sebagai tanggung jawab sosial perusahaan dalam bidang pendidikan. Kajian dokumen atau arsip merupakan pengumpulan dokumen dan arsip yang berkaitan dengan penelitian, kemudian dikaji secara mendalam untuk mengetahui dan memahami latar belakang peristiwa sehingga memudahkan peneliti untuk memahami proses suatu peristiwa terjadi. Sumber data yang berupa dokumen dan

arsip termasuk sumber data pokok dalam penelitian ini, terutama untuk mendukung proses pemahaman dari setiap peristiwa yang terjadi.

G. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama. Sebagai *human instrument*, peneliti berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.

Dalam penelitian ini, instrumennya berupa pedoman wawancara. Teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi selengkap mungkin. Sebelum melakukan wawancara peneliti menyiapkan pedoman wawancara yang berisi beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan, selanjutnya wawancara dilakukan sesuai irama wawancara agar lebih mendalam dalam menggali informasi. Hasil wawancara didokumentasikan dalam bentuk catatan dan rekaman suara.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data. Miles dan Huberman (dalam Sugiono, 2009: 246), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data

yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan/verifikasi). Data diperoleh, kemudian dikumpulkan untuk diolah secara sistematis. Dimulai dari wawancara, mengklarifikasi, selanjutnya penyajian data serta menyimpulkan data. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles and Huberman.

1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar katagori, flowchart, dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman (dalam Sugiono, 2009: 249) menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan

bukti-bukti yang kuat yang mendukung ada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Hino Motors Sales Indonesia

1. Sejarah Hino Motors

Hino Motors, Ltd. merupakan produsen dan eksportir truk terbesar di Jepang selain Mitsubishi, Isuzu, dan Nissan Diesel. Dibangun pada beberapa *line* produksi, seperti truk kelas menengah dan berat, bus, dan kendaraan khusus, Hino telah mempertahankan pertumbuhan yang kuat dan stabil, baik dalam penjualan domestik maupun ekspor. Perusahaan ini adalah inovator dalam bidang kendaraan ramah lingkungan. Hino juga berkaitan erat dengan *Toyota Motor Corporation* untuk merakit truk-truk ringan dan beberapa kendaraan rekreasi dalam skala besar.

Hino Motors, Ltd. didirikan pada tahun 1910 sebagai bagian dari perusahaan Jepang asal Tokyo yaitu *Tokyo Gas Industry Company (TGIC)* dan dibentuk sebagai sebuah divisi untuk membangun truk-truk bagi perkembangan industri dan ekonomi Jepang. Setelah berhasil membuat beberapa unit *prototype*, pada tahun 1918 *Tokyo Gas Industry Company (TGIC)* memulai memproduksi masal truk untuk dijual di pasaran. Truk pertama yang dibuat *Tokyo Gas Industry Company (TGIC)* ini diberi nama *TGE A-Type*. Truk ini langsung menarik minat para konsumen dan menjadi truk yang paling populer bahkan menjadi maskot selama beberapa tahun.

Mulai pada tahun 1930 banyak industri mobil yang sejenis melakukan konsolidasi seiring pesatnya laju perindustrian. *Tokyo Gas Industry Company (TGIC)* pun tidak mau ketinggalan sehingga *TGIC* melakukan kerja sama

dengan dua industri otomotif lainnya yaitu *Automobile Industry Company, Ltd.* dan *Kyodo Kokusan K.K (Kabushki Kaisha)* pada tahun 1937. Ketiga perusahaan ini bergabung menjadi satu dengan nama *Tokyo Automobile Industry Company*.

Pada tahun 1941 seiring dengan penjajahan Jepang terhadap China telah menciptakan pasar baru yang luas untuk produk industri. Hal ini juga didorong oleh embargo perdagangan yang ketat dari Amerika Serikat. Daripada mundur ketika menghadapi tekanan Amerika, pemerintah Jepang terus melanjutkan program persenjataan yang menguntungkan banyak perusahaan, termasuk *Tokyo Automobile Industry Company*. Pada tahun itu, untuk mencerminkan spesialisasi dan konsolidasi dalam industri, perusahaan ini berganti nama menjadi *Diesel Motor Industry Company, Ltd.*

Pada tahun 1942, dengan terjadi perang antara Jepang dan Amerika Serikat dan Inggris, *Diesel Motor* pecah menjadi dua perusahaan. Bagian terbesar dari pecahan pertama tetap memaki nama asli perusahaan yaitu *Diesel Motor Industry Company, Ltd.* yang sekarang dikenal dengan Isuzu Motor sedangkan pecahan yang kecil menjadi *Hino Heavy Industry Company, Ltd.* Fasilitas-fasilitas Hino di pinggiran Tokyo selamat dari dampak perang sampai minggu akhir. Pada tanggal 1 Agustus 1945, dalam serangan bom besar-besaran oleh Amerika, bom tunggal mengenai pabrik Hino.

Pada bulan September, seiring dengan berakhirnya perang, pabrik Hino dijadikan barak militer untuk pasukan pendudukan. Direktur Pabrik Shoji Okubo kemudian mempelajari bahwa dengan rel kereta api di Jepang yang

telah runtuh, mengusulkan untuk pengembangan truk dan penguasa pendudukan menyetujuinya. Dia mengumpulkan beberapa karyawan tetap dan dengan berani membeberkan rencananya untuk memproduksi sebuah truk berat baru yang ia rasa akan diperlukan untuk rekonstruksi Jepang. Truk tersebut adalah Hino T10-20 dengan berat 6,5 ton dan panjang tujuh meter.

Sebelum produksi dimulai, perusahaan harus mengamankan keuangannya. Akuntan Hino Ryoichi Takada secara pribadi mengajak pejabat bank untuk mengunjungi pabrik. Terkesan oleh ukuran pabrik dan minimnya kerusakan, akhirnya pihak bank menyetujui untuk memberikan pinjaman besar untuk Hino. Perusahaan kemudian mendirikan jaringan penjualan nasional dan mempekerjakan subkontraktor termasuk di dalamnya *Sawafuji Electric*, *Takebe Tekkosho* dan *Goto Gokin*. Hanya dalam waktu setahun setelah perang berakhir, *prototype* pertama diluncurkan. Dilengkapi mesin diesel yang sangat efisien, T10-20 terbukti sangat populer. Dengan kapasitas produksi hanya 20 truk per bulan, Hino tidak mampu mengimbangi permintaan.

Berpijak pada kekuatan Hino T10-20, Okuba merencanakan untuk mengembangkan sebuah bus diesel trailer besar. Sebuah *prototype* kendaraan 96 penumpang yaitu T11B-25 berhasil dibuat pada Juli 1947. Didukung oleh promosi dari *public relations* yang sangat efektif, pesanan akan bus tersebut melebihi proyeksi penjualan dan memberikan tekanan untuk memperluas pabrik. Menariknya, awalnya Hino ditolak masuk ke pasar obligasi oleh bank pemerintah Jepang. Mereka berpendapat bahwa industri otomotif merupakan jenis industri spekulatif dan tidak memiliki masa depan di Jepang.

Selama upaya terus-menerus untuk mengumpulkan dana, Takada jatuh sakit radang usus buntu selama beberapa bulan, dan Masashi Arakawa mengajukan banding kasus perusahaan kepada pemerintah, dan yang ia lakukan berhasil. Perusahaan memulai perdagangan saham pada tanggal 21 Februari 1948, mendapatkan listing di bursa saham Tokyo pada tanggal 16 Mei 1949. Melalui penerbitan saham berturut-turut akhirnya Hino berhasil.

Pada tahun 1948, dalam upaya untuk meningkatkan layanan pelanggan, hino dibagi menjadi dua bagian, *marketing* dan *engineering*, yaitu *Hino Diesel Industry Company* dan *Hino Diesel Sales*. Pada bulan Mei 1950, dengan hanya 10 persen dari pangsa pasar domestik untuk truk, Hino meluncurkan TH10, sebuah truk *single cab* 10 ton. Sangat cocok untuk memenuhi peningkatan permintaan untuk kapasitas angkutan jalan.

Pecahnya perang Korea pada Juni 1950, Hino diminta oleh pemerintah untuk membantu memenuhi permintaan masyarakat terhadap kendaraan bertenaga bensin dengan membuka *line* produksi baru. Ini menyebabkan Okuba serius mempertimbangkan memproduksi sebuah mobil dengan desain asing, Okuba sangat terkesan dengan *Utilitarian Volkswagen*. Sebagai permintaan untuk mobil asing jelas tengah naik daun, Okuba membuka tawaran untuk mitra asing. Tawaran tersebut dijawab oleh *Renault* yang mengusulkann Hino untuk merakit model 4CV di Jepang. Pabrik perakitan 4CV mulai beroperasi pada bulan Maret 1953. Dimaksudkan sebagai mobil keluarga, 4CV segera populer dengan sopir taksi, polisi dan masyarakat bisnis.

Pada Desember 1952 Hino memperkenalkan unit bus baru, BD10/30 "*Blue Ribbon*". Bus tersebut berdasarkan desain Eropa yang menampilkan mesin ditempatkan di bawah lantai kendaraan. Volume penjualan terus meningkat dari 225 pada tahun 1952 untuk 1.385 pada tahun 1956. Tapi selama waktu itu, Okuba dikejutkan oleh tidak adanya *dump truck* Jepang pada beberapa pekerjaan konstruksi besar. Khawatir akan Jepang sedang dibangun kembali dengan mesin luar negeri yang mahal, ia memerintahkan pembuatan sebuah truk yang sebanding yang biaya pembuatannya setengah dari model asing. Setelah secara pribadi menguji empat *prototype* yang berbeda, Okuba akhirnya menetapkan pada model ZG 13,5 ton. ZG ini kemudian menjadi konstruksi *dump truck* yang paling populer di Jepang.

Dalam upaya mempertegas bahwa diesel adalah sisi usahanya, Hino berubah nama menjadi Hino Motors, Ltd. pada tahun 1959. Pada tahun 1961, setelah 16 tahun sebagai kepala Hino, Shoji Okuba pensiun yang kemudian digantikan oleh Masanobu Matsukata. Masanobu Matsukata segera menghadapi guncangan ekonomi yang terkait dengan perdagangan. Tetapi bagaimanapun Hino, secara garis besar terhindar dari dampak guncangan ini oleh permintaan yang luas akan produk-produknya.

Permintaan untuk mobil di Jepang mulai meningkat pada tahun 1960, sebagai proyek jalan tol yang hampir selesai. Matsukata tahu bahwa Hino tidak akan pernah menjadi pemimpin dalam industri otomotif selama diadopsi dari desain perusahaan lain. Pada tahun 1961, dengan arah meninggalkan model Renault, Hino memperkenalkan desain sendiri, kendaraan dengan mesin

belakang, Contessa 900 dan memulai belajar metode baru produksi massal. Dengan Contessa memasuki pasar yang sangat kompetitif, menunjukkan bahwa Hino belum siap untuk memasuki sendiri.

Selama melakukan tur di pabrik Toyota, Matsukata mencatat bahwa lebih sedikit pekerja Toyota yang mematikan *line* produksi daripada Hino. Akhirnya, dia mulai menjalin hubungan dengan Toyota untuk mengadopsi metode dan bekerja sama dalam produksi mobil baru. Pada tahun 1966, pada awal ledakan ekonomi Jepang, Hino resmi terkait operasinya dengan Toyota. Setelah belajar menekan biaya teknologi yang rendah dari Renault, Hino mulai memproduksi suku cadang untuk Toyota dalam skala besar.

Hino sangat hati-hati dalam mempelajari perkembangan jaringan jalan raya di Jepang. Bertaruh bahwa lalu lintas angkutan jalan raya pasti akan tumbuh pesat, perusahaan kemudian memulai pengembangan truk yang lebih besar, mulai 8 ton, 10 ton dan 12 ton, termasuk TC30 dan *KF Series*. Pada tahun 1964, untuk menopang berbagai produk, Hino memperkenalkan truk kecil *KM Series* 3,5 ton, yang dikenal sebagai "*Ranger*".

Pada tahun 1968, Hino memperoleh lebih dari 17 persen pasar truk di Jepang. Pada tahun itu, perusahaan memulai strategi V sebagai upaya untuk meningkatkan pangsa pasar menjadi 30 persen. Setelah mencapai tingkat ini pada tahun 1971, Hino mengajukan tantangan lain, yaitu strategi D yang tujuannya adalah untuk meningkatkan pangsa pasar menjadi 35 persen. Hino juga membangun beberapa fasilitas baru, termasuk kantor pusat baru dan sebuah pabrik mobil di Hamura.

Pada tahun 1970-an, ekonomi Jepang diterpa dua krisis ekonomi yang secara langsung berdampak pada Hino. Pertama, pada tahun 1971, berasal dari ditinggalkannya standar emas Amerika. Kemudian pada tahun 1973, ketika ekonomi mulai pulih, embargo minyak arab empak kali lipat terhadap harga bensin. Pada tahun 1974 pada puncak krisis, Matsukata pensiun dari Hino, ia digantikan oleh Masashi Arakawa. Tindakan yang pertama adalah menerapkan kebijakan pengurangan dan menekan biaya dan untuk menyelesaikan masalah.

The Red Engine (nama untuk blok mesin yang dicat merah) adalah mesin diesel yang didesain ulang sepenuhnya dengan bahan bakar yang lebih ekonomis. Model kemudian ditampilkan sistem injeksi bahan bakar berdasarkan desain dari *MAN German Company*. Hino juga mengembangkan *New Micro Mixing System* yang secara tajam mengurangi emisi gas berbahaya. Meskipun upaya tersebut, bagaimanapun pasar truk Jepang tetap masih sangat lemah.

Memperhatikan bahwa truk Jepang sudah lebih efisien daripada kebanyakan model Eropa dan Amerika, dan kepercayaan bahwa model Hino akan jauh kompetitif di pasar luar negeri, Arakawa meletakkan rencana untuk program ekspor besar-besaran. Perusahaan membentuk *sales network* terutama di Asia Tenggara dan *parts depot* di Eropa dan Amerika Latin dengan menetapkan target mengekspor 30.000 truk.

Selama masa *booming* ekspor, Hino mulai merakit *pickup truck* dan *compact cars* untuk Toyota dalam skala besar. Hino mengalami pertumbuhan yang kuat dari pengaturan subkontraktor dengan Toyota, terutama karena

model yang mendapatkan popularitas di Asia Tenggara untuk kualitas yang tinggi dan keandalannya. Pada tahun 1977, Hino mengembangkan pengalaman sebelumnya dengan bus, Hino memulai produksi baru. Akan tetapi, penjualan bus tetap hanya sebagian kecil dari bisnis perusahaan.

Untuk memenuhi peningkatan permintaan akan truk, Hino membuka fasilitas produksi baru di Nitta pada tahun 1980. Selain efisiensi bahan bakar yang lebih tinggi dan perawatan yang mudah, konsumen juga menuntut mesin agar lebih ramah bagi lingkungan. Tantangan-tantangan ini mendorong desainer perlahan menemukan *electronic control system* dalam kendaraan Hino. Tetapi proses untuk menyatukan rekayasa *micro electronics* dengan sistem yang lebih besar pada truk terbukti pada awalnya sangat sulit.

Masalah-masalah ini secara garis besar dapat diselesaikan, bersamaan pada waktu pengenalan truk Hino terbaru, yaitu *Super Dolphin* pada bulan Mei 1981. Truk baru ini menampilkan mesin yang sangat efisien EP100, aerodinamis yang meningkat, dan *spring* yang lebih ringan untuk menghasilkan kenyamanan dan pengemudian yang jauh lebih halus. Dengan penambahan fitur tersebut, dan penjualan yang kuat segera mengalami peningkatan, memungkinkan Hino melampaui target ekspor dengan 31.000 unit.

Meskipun penjualan domestik terus berkurang akibat efek dari guncangan minyak pada tahun 1979, kerugian diimbangi oleh penjualan yang kuat di Thailand, Cina dan Arab Saudi. Inilah untuk pertama kalinya, penjualan ekspor melampaui penjualan domestik. Sementara itu, pada tahun 1983, Toshio

Fukazawa menggantikan Arakawa sebagai Presiden Hino Motors. Setelah masa jabatan yang singkat, Fukazawa digantikan oleh Tomio Futami.

Mulai pada tahun 1986, nilai tukar mata uang Yen dari ¥240 turun ke ¥120 terhadap dollar, menjadikan rusaknya permintaan ekspor yang sebelumnya diandalkan. Kebijakan baru Jepang dalam bidang ekonomi membantu Hino untuk merangsang permintaan domestik dan pada akhirnya pasar ini mulai pulih menguat kembali. Menyadari bahwa masyarakat prihatin dengan keburukan yang melekat pada kendaraan diesel besar, Hino mulai mengarahkan terhadap pengembangan kendaraan yang lebih familier terhadap penggunaannya dan model yang estetik dan menarik. Upaya untuk mengembangkan “*beautiful truck*” memuncak dengan pengenalan truk *Super F Series* pada Juli 1989.

Selama awal tahun 1990-an, dengan ekonomi Jepang dan Amerika yang berada dalam masa resesi dan pertumbuhan yang lambat di pasar Asia, Hino mengalami masa-masa sulit. Hino menerapkan strategi pengurangan biaya, menghindari pemecatan karyawan dan pembatalan proyek-proyek baru, termasuk *S'Elega Bus* dan *heavy-duty truck*, *Super Dolphin Profia*. Bisnis yang kuat dari Toyota juga membantu keuangan Hino. Hino membuat 245.000 Hilux Toyota pickup pada tahun 1991, dan pada musim gugur 1992 perusahaan mulai produksi pickup Toyota T100 untuk dijual di Amerika Serikat. Hino juga membuat mobil penumpang Toyota diawal tahun 1990-an, diantaranya adalah Tercel dan Corsa.

Awal dan pertengahan 1990-an, Hino melihat ekonomi baru Cina dan Vietnam. Pada tahun 1993 perusahaan mengadakan usaha kerjasama, yang disebut Long Ri Bus, untuk memproduksi dan menjual bus di Cina. Dua tahun kemudian Hino membentuk perusahaan patungan dengan Cina yaitu milik negara, *China National Heavy Duty Truck Corporation* yang dimaksudkan untuk memulai membuat mesin *heavy-duty truck* pada tahun 1998. Usaha ini memiliki potensi berkembang menjadi produksi truk di masa depan.

2. Profil PT. Hino Motors Sales Indonesia

- a. Nama Perusahaan : PT. Hino Motors Sales Indonesia
- b. Awal Terbentuk : April 2003 (perusahaan awal PT Hino Indonesia Manufacturing berdiri pada bulan Desember 1982).
- c. Bidang Usaha : Distributor utama dari kendaraan dan suku cadang Hino di Indonesia serta layanan purna jualnya.
- d. Presiden : Toshiro Mizutani
- e. Kepemilikan Saham : 40% Hino Motor, Ltd.
40% Indomobil Sukses Indonesia, Tbk.
20% Sumitomo Corporation

3. Visi PT. Hino Motors Sales Indonesia

Visi perusahaan adalah Hino menggambarkan truk dan bus sebagai sarana pengangkut barang dan penumpang di masa depan. Masa depan yang aman dimana distribusi logistik dan transportasi terjalin hubungan yang harmonis dengan aman.

4. Misi PT. Hino Motors Sales Indonesia

Misi perusahaan yaitu untuk menjadikan dunia sebagai tempat kehidupan yang lebih baik dengan membantu kelancaran transportasi yang aman, ekonomis, dan tetap bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan, dengan memperhatikan pengembangan yang berkesinambungan

B. Corporate Social Responsibility PT. Hino Motors Sales Indonesia

1. CSR Menurut PT. Hino Motors Sales Indonesia

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu paket program yang dilaksanakan oleh PT. HMSI, *Service Devision*, serta khususnya *Training and Publication Department*. CSR adalah merupakan wujud kepedulian PT. HMSI terhadap lingkungan sekitar yang bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan dan juga memberikan pengetahuan dan serta perkembangan teknologi yang diproduksi Hino, sehingga dapat memberikan kontribusi yang positif dalam pengembangan sumber daya manusia melalui lingkungan pendidikan pada khususnya dan melalui instansi pemerintah dan instansi swasta lain pada umumnya.

Sesuai dengan misi pemerintah di dalam mengembangkan pembangunan di daerah setempat. Atas dasar Hino juga memperkenalkan filosofi *Hino Quality Service*, *Kaizen*, *5S (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, and Shitsuke)* dan *Safety First*, sehingga dapat memperbaiki pola kehidupan masyarakat yang lampau menuju pada kehidupan yang baru dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Visi dan Misi CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia

a. Visi CSR Hino Indonesia

Visi CSR Hino Indonesia adalah menciptakan masa depan yang lebih baik bagi seluruh *stakeholder*, masyarakat dan bumi secara berkesinambungan dengan cara memberikan kontribusi kepada masyarakat untuk perlindungan lingkungan, meningkatkan pendidikan dan kesehatan.

b. Misi CSR Hino Indonesia

Misi CSR Hino Indonesia adalah untuk mengambil peran aktif dalam memberikan kontribusi terhadap kesinambungan lingkungan dan pengembangan masyarakat.

3. Pemahaman Perusahaan Terhadap Pelaksanaan CSR

Pada tanggal 17 Desember 2007 Hino Indonesia merayakan hari jadi yang ke-25 tahun. Dibimbing oleh *Hino Motors Ltd.*, (HML) dan mengikuti persyaratan ketentuan perseroan di Indonesia yang baru, Hino Indonesia meluncurkan program aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Kebijakan CSR Hino Indonesia meliputi perlindungan lingkungan dan konservasi hewan langka, memberikan dukungan pendidikan, peningkatan kesehatan, dan melestarikan kebudayaan Indonesia.

Pengertian CSR oleh PT. HMSI atau Hino Indonesia adalah merupakan wujud kepedulian PT. HMSI terhadap lingkungan sekitar yang bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan dan juga memberikan pengetahuan dan serta perkembangan teknologi yang diproduksi Hino, sehingga dapat memberikan kontribusi yang positif dalam pengembangan sumber daya manusia melalui

lingkungan pendidikan pada khususnya dan melalui instansi pemerintah dan instansi swasta lain pada umumnya. Pengertian CSR oleh Hino Indonesia tersebut sesuai dengan teori CSR yang dikemukakan oleh Elkington bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*), masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*) serta lingkungan hidup (*planet*) atau yang sering disebut *triple bottom-line strategy*.

Dalam bidang pendidikan dan pelatihan, Hino Indonesia mengambil langkah untuk mendidik dan melatih karyawan untuk meningkatkan keterampilan mereka melalui program pelatihan. Hino Indonesia meningkatkan kepedulian sosial dengan menyediakan sarana untuk mempromosikan konservasi hutan dan hewan langka. Hino Indonesia memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesehatan dan memberikan nutrisi terutama untuk kalangan menengah ke bawah. Secara keseluruhan, kebijakan pelaksanaan CSR Hino Indonesia berfokus pada lingkungan, pendidikan dan kesehatan.

Pemahaman PT. HMSI atau Hino Indonesia terhadap pelaksanaan CSR ditunjukkan juga dari pernyataan Presiden Direktur PT. HMSI, Toshiro Mizutani dalam acara penyerahan unit mobil pendidikan konservasi lingkungan kepada Pemerintah Lampung Barat melalui Kementerian Lingkungan Hidup, sebagai berikut : “Hino menekankan upaya yang mengedepankan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, kegiatan CSR sebagai salah satu kebijakan perusahaan sejak beberapa tahun silam yang berfokus pada perlindungan lingkungan, pendidikan dan kesehatan.”

Kemudian oleh J. Ralhan selaku *Company Secretary/Associate Director* PT. HMSI pada saat acara *Supporter Gathering “Do Better for Earth”* di Plaza Semanggi, Jakarta sebagai berikut :

”Isu lingkungan memang mendapat perhatian khusus bagi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Hino Indonesia. Pada dasarnya kebijakan kami adalah memberikan kontribusi bagi masyarakat Indonesia di bidang pendidikan, kesehatan, maupun lingkungan hidup, khususnya mereka yang kurang beruntung. Melalui donasi ini, Hino berharap akan mampu meningkatkan pendidikan bagi anak-anak maupun publik mengenai konservasi lingkungan.”

Kemudian hal tersebut juga diperkuat dari hasil wawancara dengan Bapak Roffi Tresmawan selaku *Manager Training and Publication Department* PT. HMSI, bahwa :

“Kita peduli terhadap lingkungan yang ada di tangerang, yang salah satunya dalam bidang pendidikan dengan kita undang kepala sekolah, BLK, pokoknya Tangerang, kemudian berkembang Jabodetabek. Jadi orang di sekitar sini harus tahu dan juga kita membantu mereka kalau kita punya sesuatu yang bermanfaat seperti *Kaizen*. Itukan saya pikir ndak cuma di perusahaan, di sekolah juga bisa diimplementasikan, toh itu sesuatu yang baik, mengajarkan yang baik untuk kehidupan di masyarakat.” (Wawancara: Rabu, 8 Mei 2013)

Program CSR bidang pendidikan PT. Hino Motors Sales Indonesia yang telah diterapkan, merupakan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya di bidang pendidikan. Karena pendidikan merupakan salah satu sarana yang dapat diupayakan untuk ditangani oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan peningkatan pengetahuan dan keterampilan melalui pendidikan merupakan pemahaman perusahaan tentang pentingnya sebuah pendidikan dalam upaya peningkatan kesejahteraan di tingkat masyarakat.

4. Tujuan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia

Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Hino Indonesia dilaksanakan dalam berbagai macam program yang terdiri dari berbagai macam bidang. Program-program tersebut difokuskan pada lingkungan, pendidikan dan kesehatan. Implementasi dan komitmen yang diterapkan Hino Indonesia bertujuan memberikan nilai tambah bagi *stakeholder* dalam upaya mendukung kemajuan serta mewujudkan kepedulian sosial perusahaan dengan berkontribusi terhadap pengembangan masyarakat dan lingkungan.

Secara umum program CSR Hino Indonesia bertujuan untuk meningkatkan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan kelestarian lingkungan. Secara eksternal, program CSR Hino Indonesia bertujuan untuk membantu memperbaiki pengembangan masyarakat dan berusaha menjaga kelestarian lingkungan. Secara internal, CSR Hino Indonesia bertujuan untuk membangun hubungan yang harmonis dan kondusif kepada para karyawan demi mendukung tercapainya tujuan perusahaan, terutama dalam membangun dan meningkatkan reputasi perusahaan (*brand imange*).

Akan tetapi tidak ada tujuan khusus dari Hino Indonesia dalam pelaksanaan CSR ini untuk mendongkrak penjualan produk Hino secara langsung. Hal ini sebagaimana penuturan Bapak Roffi Tresmawan selaku *Manager Training and Publication Department* PT. HMSI, bahwa :

“CSR ini lebih ke eksternal ya bukan ke internal. Karena ujung-ujungnya kepedulian kita terhadap eksternal baik itu lingkungan, penduduk, masyarakat atau alam. Tidak ada tujuan khusus dari CSR hino untuk membuat produk Hino laku. Kalau untuk itu sudah ada sendiri yaitu promosi. Karena CSR pada intinya memberikan sesuatu tanpa ada keinginan untuk dibalas, kayak kita beramal aja yang tidak ada untuk

tidak berharap ada balasan, jadi benar-benar murni. Motivasi CSR hino tidak untuk produk. *Non profitable*, jadi kita nggak berharap ada, kalau kita menCSR sekian, harapan kita akan sekian. Itu murni kepedulian terhadap lingkungan ya itu tadi untuk membuat dunia lebih baik. Jadi tanggung jawab untuk membuat dunia lebih seimbang sesuai misi perusahaan ini.” (Wawancara: Rabu, 8 Mei 2013)

C. Program CSR Bidang Pendidikan PT. Hino Motors Sales Indonesia Kepada Masyarakat

1. Pelatihan untuk Kepala Sekolah dan Kepala Jurusan se-Jabodetabek

Hino Indonesia memberikan pelatihan kepada Kepala Sekolah Menengah Kejuruan dan BLK se-Jabodetabek mengenai mesin diesel pada truk berikut dengan ilmu pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan dunia industri. Pelatihan diselenggarakan pada tanggal 28-30 Juli 2009 dihadiri oleh 20 Kepala Sekolah dan Kepala Jurusan dari 16 Sekolah Menengah Kejuruan Teknologi dan Industri di Tangerang.

Kemudian pelatihan yang diselenggarakan pada tanggal 26-28 Juli 2010 diikuti oleh 43 Sekolah Menengah Kejuruan se-Jabodetabek. Di samping pelatihan, Hino Indonesia memberikan donasi berupa buku yang berjudul “Dasar-Dasar Mesin Diesel” yang disusun oleh Hino Indonesia kepada seluruh sekolah dan BLK peserta pelatihan.

Pertama, pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang komprehensif mengenai spesifikasi, kualitas dan performa kendaraan Hino yang menggunakan standar UERO yang ramah lingkungan. Kedua, bertujuan untuk menanamkan dasar-dasar metodologi 5S (*Sorting, Straightening, Systematic Cleaning, Standardizing, and Sustaining*), Kaizen (perbaikan

berkesinambungan) dan keamanan kerja (*safety*). Terakhir, pelatihan ini bertujuan agar para Kepala Sekolah dan Kepala Jurusan dapat melakukan *knowledge transfer* kepada para murid dan guru-guru lainnya di lingkungan sekolahnya khususnya dan di lingkungan pendidikan dasar menengah atau sekolah lain pada umumnya.

Dari hasil wawancara dengan beberapa peserta yang mengikuti pelatihan, diperoleh bahwa kegiatan tersebut sangat bermanfaat dan memang diperlukan untuk membantu dunia pendidikan khususnya di bidang otomotif. Bapak Rahmat Hidayat dari SMK Bangun Nusantara mengungkapkan melalui telepon bahwa :

“Yang waktu itu yang saya rasakan sangat bermanfaat sekali pak ya untuk otomotif bagi sekolah. Emang waktu itu kita rencana pengen anak didik kita kunjungan industri ke PT. Hino, karena yg saya perhatikan itu cara kerja perakitan kendaraan dari nol sampai jadi. Cuma kapasitas yg disana maksimal hanya 100 itu 2 gelombang 50-50, cuman anak didik kita kan diatas 300 jadi tidak bisa dilaksanakan, mungkin nanti akan saya omongkan dengan bagian DU/DI sekolah kami untuk pelaksanaan disana. Karena saya perhatikan sangat bagus untuk anak-anak, kemarin dibagian perakitan dan servicenya juga iya kita juga dikenalkan juga materinya, jadi sangat bermanfaat pak.” (Wawancara: Kamis, 6 Juni 2013)

Hal senada juga diungkapkan oleh Pak Purwanto dari SMK Negeri 4 Tangerang, yang mengungkapkan bahwa :

“Itu memang betul sekali terutama untuk semua sekolah-sekolah. Yang saya rasa sekolah swasta memang penting sekali, sekolah tidak bisa apa-apa kalau hanya sekitar sekolah saja. Itu sebaiknya diberikan training untuk guru-guru otomotif, semua guru negeri maupun swasta. Soalnya yang saya tau semua guru-guru itu hanya kulitnya saja taunya secara teori tau tapi kalau diunjukin nggak ngerti, mohon maaf ya. Manfaatnya bagus mas, bagus sekali mas, kalau kita tau untuk otomotif pasti dia ada pengembangan paling tidak penambahan ilmu dia pasti ada, terutama yang sesuai jurusannya.” (Wawancara: Kamis, 6 Juni 2013)

2. Perpustakaan Keliling Untuk Yayasan Emmanuel

Pada tanggal 16 Februari 2008, Hino Indonesia menyumbangkan perpustakaan keliling kepada Yayasan Emmanuel untuk meningkatkan minat baca anak-anak kurang mampu di kampung pinggiran Jakarta. Yayasan Emmanuel adalah LSM nirlaba yang menyediakan layanan dengan cara menolong balita, anak-anak cacat, anak-anak kurang gizi dan masyarakat miskin. Perpustakaan keliling ini dilengkapi dengan berbagai buku yang meliputi pengetahuan umum, cerita, ensiklopedi dan buku-buku pendidikan lainnya. Dengan adanya perpustakaan keliling ini, anak-anak kampung sekarang dapat menikmati manfaat dari perpustakaan yang menawarkan jasa meminjamkan buku gratis.



Gambar 1. Jajaran Direksi Hino Indonesia dalam acara penyerahan kendaraan perpustakaan keliling



Gambar 2. Foto kendaraan perpustakaan keliling dari Hino Indonesia

3. Mobil Pendidikan Konservasi Keliling Untuk Pemerintah Lampung Barat

Pada tanggal 11 Maret 2011 Hino Indonesia menyumbangkan mobil pendidikan konservasi lingkungan untuk Pemerintah Daerah Lampung Barat, melalui Kementerian Lingkungan Hidup. Tujuan dari program ini adalah agar kendaraan tersebut dapat mendukung kegiatan Kementerian Lingkungan Hidup di tingkat daerah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat serta para pejabat pemerintah yang bertugas dalam bidang konservasi lingkungan dalam hal pengelolaan sumber daya alam di daerah Lampung Barat.

Kendaraan rancangan Hino Indonesia ini dapat membawa buku-buku mengenai pertanian yang berbasis konservasi dan hal-hal lain yang berhubungan dengan perkebunan. Kendaraan ini juga akan mengangkut penyuluh lapangan ke daerah tujuan dan akan berfungsi sebagai tempat untuk pelatihan atau penyuluhan.



Gambar 3. Penyerahan secara simbolis mobil pendidikan konservasi lingkungan oleh Santiko Wardoyo (Direktur PT. HMSI)



Gambar 4. Kendaraan pendidikan konservasi lingkungan yang disumbangkan oleh Hino Indonesia

4. Pengadaan Buku Perpustakaan untuk Panti Asuhan Rumah Gemilang Indonesia

Pada tanggal 11 Maret 2009, melalui sebuah yayasan pendidikan Islam Al-Azhar, Hino Indonesia menyumbangkan Rp. 60.000.000 (enam puluh juta rupiah) untuk mendirikan sebuah perpustakaan untuk Panti Asuhan Rumah Gemilang Indonesia. Tujuan program ini adalah untuk memberikan

kesempatan bagi anak yatim piatu untuk memperluas pengetahuan mereka, meningkatkan minat baca mereka melalui buku-buku yang disumbangkan oleh Hino Indonesia. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Ibu J. Ralhan dalam sambutannya pada saat acara penyerahan bantuan tersebut :

“Hino sangat peduli terhadap pendidikan di Indonesia, khususnya bagi mereka yang sangat membutuhkan bantuan (anak yatim/dhuafa). Oleh karena itu kami sangat mendukung program pembangunan Rumah Gemilang Indonesia ini melalui pengadaan koleksi buku perpustakaan. Kami berharap, buku-buku ini dapat menjadi sarana belajar dan jendela informasi yang baik, sehingga dapat meningkatkan prestasi dan pengetahuan para siswa. Dan pada gilirannya dapat membantu meningkatkan kesejahteraan mereka dan lingkungannya.”



Gambar 5. Penyerahan bantuan oleh Ibu J. Ralhan untuk pengadaan buku perpustakaan



Gambar 6. Perpustakaan Rumah Gemilang Indonesia

5. Perpustakaan Keliling Hino (*Mobile Library*) untuk Yayasan Orangutan Indonesia (Yayorin)

Pada tanggal 24 Maret 2009, Hino Indonesia menyumbangkan perpustakaan keliling kepada Yayorin, salah satu LSM yang kegiatannya berfokus pada penelitian hutan hujan, orangutan dan habitat alaminya, serta mendidik anak-anak dan masyarakat mengenai peran serta mereka dalam konservasi hutan. Penyumbangan perpustakaan keliling dimaksudkan untuk merangkul masyarakat demi meningkatkan kesadaran untuk menyelamatkan hutan, orangutan dan habitat alaminya. Dengan perpustakaan keliling Hino, Yayorin tidak hanya menjangkau masyarakat dengan buku-buku edukatif dan pertunjukan video mengenai konservasi hutan, tetapi juga mentransportasi anak-anak dari kota-kota terdekat ke Desa Konservasi Yayorin untuk belajar tentang kegiatan holtikultura.

Dari tanggal 1 sampai 28 Agustus 2009, perpustakaan keliling telah melakukan kunjungan ke sekitar 25 sekolah di Kalimantan, berpartisipasi dalam acara-acara publik seperti Pameran Pembangunan Kabupaten Lamandau, Kalimantan Tengah. Perpustakaan keliling ini telah terbukti sukses dalam menarik minat pelajar mengenai isu-isu lingkungan dan berfungsi sebagai fasilitas yang baik untuk mendidik anak-anak tentang pentingnya konservasi lingkungan.



Gambar 7. Penyerahan secara simbolis *mobile library* oleh Presiden PT. HMSI Toshiro Mizutani



Gambar 8. *Mobile library* yang disumbangkan oleh Hino Indonesia kepada Yayorin



Gambar 9. Kegiatan Yayorin yang menggunakan *mobile library*

6. Kendaraan Multimedia Hino untuk Pendidikan Perlindungan Lingkungan melalui WWF-Indonesia

Pada tanggal 17 Desember 2009, Hino Indonesia menyumbangkan *Dutro Panda Mobile* kepada WWF, yang merupakan salah satu organisasi konservasi independen terbesar. *WWF Panda Mobile* dirancang untuk mempromosikan dan memberikan pendidikan atau sosialisasi konservasi hutan dan satwa liar melalui berbagai acara. Acara WWF-Indonesia yang memanfaatkan *WWF Panda Mobile* antara lain :

a. Tahun Kampanye Harimau

Acara ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi dan mengubah kecenderungan manusia yang bersifat merusak dan membunuh Harimau Sumatera yang sudah berada diambang kepunahan. Acara ini diadakan pada tanggal 12-13 Februari 2010 di Taman Menteng, Jakarta.



Gambar 10. WWF Panda Mobile dalam acara tahun kampanye harimau

b. Eco Product International Fair 2010

Acara tersebut diadakan pada tanggal 4-7 Maret 2010 di Jakarta Convention Center. Dalam pameran yang bertema “Produktivitas Hijau Untuk Meningkatkan Daya Saing”, WWF Indonesia mengkonversi WWF *Panda Mobile* sehingga menjadi sebuah kafe dan juga bertindak sebagai pusat informasi dan diskusi tentang produk hijau.



Gambar 11. WWF *Panda Mobile* dalam kegiatan Eco Product International Fair 2010

c. WWF Panda Mobile Mengunjungi Sekolah Dan Universitas

Panda Mobile melakukan kunjungan ke beberapa sekolah dasar seperti SD Negeri 1 Beji, Depok pada tanggal 20 April 2010, High School Kelapa Gading pada tanggal 22 April 2010, High School Cilandak pada tanggal 24 April 2010, Sekolah Nasional Plus Tunas Global pada tanggal 15 Mei 2010, Jakarta International Multicultural School pada tanggal 24 Mei 2010, Institut Pertanian Bogor dan SD Pangudi Luhur Jakarta. Kegiatan tersebut untuk meningkatkan kesadaran anak-anak tentang lingkungan hidup dengan menggunakan perpustakaan keliling dan juga acara-acara dengan

tema seperti “Hari Bumi”, “Suara Alam”, “Selamatkan Bumi Mulai dari Tangan Anda”, “Selamatkan Hewan Liar” dan “Kampanye Hijau Anak yang Dapat Mengubah Dunia”.



Gambar 12. WWF Panda Mobile saat berada di IPB

7. Mendukung Pendidikan pada Sekolah Teknik Pemerintah

Dalam rangka mengimplementasikan kebijakan CSR Hino Indonesia, PT. Hino Motors Sales Indonesia mendukung pendidikan masyarakat dalam bidang otomotif. Oleh karena itu, Hino Indonesia telah menyumbangkan beberapa bagian komponen dari kendaraan Hino kepada beberapa sekolah dan Balai Latihan Kerja (BLK). Tujuan dari program ini adalah untuk melengkapi fasilitas dari sekolah dan Balai Latihan Kerja (BLK) dengan harapan untuk mendapatkan pengetahuan praktik yang baik, sehingga diharapkan nantinya menjadi tenaga kerja yang siap pakai. Bagian kendaraan Hino disumbangkan pada beberapa kesempatan, yaitu :

a. Pada bulan Februari 2007

Hino Indonesia berkontribusi terhadap kemajuan Indonesia, terutama untuk pendidikan diwujudkan dengan diserahkannya mesin W04-D kepada Perhubungan Darat Departemen Perhubungan. Mesin ini selanjutnya digunakan sebagai alat praktik pendukung penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan di Kampus Sekolah Tinggi Transportasi Darat (STTD). Penyerahan dilakukan oleh Jajaran Direksi PT. HMSI, yaitu Presiden Direktur PT. HMSI Toshiro Mizutani, Direktur J. Ralhan. Kemudian diterima oleh Dirjen Perhubungan Darat Departemen Perhubungan Iskandar Abu dan Ketua STTD Anton S. Tampubolon.



Gambar 13. Penyerahan mesin Hino W04-D

b. Tanggal 29 Januari 2010

Bertepatan dengan acara peresmian perluasan *workshop* dan pusat pelatihan di Jatake, Tangerang, Hino Indonesia menyumbangkan transmisi, differensial, dan mesin las kepada Pemerintah Kabupaten Tangerang.



Gambar 14. Tampak Bapak Jusak Kertowidjojo Vice President Director PT. HMSI menyerahkan bantuan secara simbolis

c. Tanggal 11 Februari 2010

Setelah sumbangannya pada tanggal 21 Januari 2010, pada tanggal 11 Februari 2010, Hino Indonesia menyumbangkan *engine block*, *shaft driver*, *PTO*, *camshaft assy*, perakitan sub perseneling, perakitan tangki udara, gasket kepala silinder, piston dan kabin pengemudi kepada Pemerintah Kabupaten Bandung.

d. Tanggal 22 Juli 2011

Hino Indonesia mendonasikan komponen kepada SMK N 1 Plered yang akan digunakan oleh 480 siswa. Komponen yang disumbangkan antara lain meliputi radiator, *break drum*, *sub assy*, kabin dan komponen-komponen mesin lainnya.

8. Bantuan Pendidikan Berupa *Engine Stand* Mesin Hino Tipe J08-C Kepada Politeknik Hasnur Banjarmasin

Politeknik Hasnur adalah sebuah institusi pendidikan tinggi yang bernaung di bawah Yayasan Hasnur Center Banjarmasin, dimana untuk sistem

pendidikannya adalah jalur vokasi. Pada tanggal 11 November 2012 yang bertempat di *Global Islamic Boarding School (GIBS)* Banjarmasin menyelenggarakan *Memorandum of Understanding (MoU)* antara Politeknik Hasnur dengan *stakeholder*. Salah satunya adalah PT. Mitra Profitamas Motor yang merupakan Daeler Hino Motors Sales Indonesia.

Dalam kerjasama tersebut PT. Mitra Profitamas Motor memberikan bantuan kepada Polihasnur berupa peralatan pendidikan, menyediakan tempat *On the Job Training* dan PKL Mahasiswa serta sebagai tempat pendidikan dan pelatihan. PT. HMSI juga memberikan bantuan berupa satu unit *engine stand* mesin Hino Tipe J08-C sebagai media praktik mahasiswa progran studi otomotif.

D. Tanggung Jawab Perusahaan Kepada Karyawan Dalam Bidang Pendidikan

Dalam konteks peningkatan kualitas perusahaan, dalam hal ini meningkatkan kualitas sumber daya manusia, selalu menjadi tantangan tersendiri bagi PT. Hino Motors Sales Indonesia, mengingat kemajuan ilmu pengetahuan yang pesat. Perusahaan berupaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mengembangkan kompetensi karyawan sesuai persyaratan jabatan dan analisis akan kebutuhan terhadap perkembangan individu. PT. Hino Motors Sales Indonesia memberikan pendidikan dan pelatihan bagi karyawan guna meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan.

Hino Indonesia memandang bahwa peningkatan kompetensi karyawan bukanlah merupakan tanggung jawab perusahaan yang termasuk ke dalam agenda

pelaksanaan CSR. Lebih dari itu, Hino Indonesia memandang bahwa peningkatan kompetensi karyawan adalah kewajiban mutlak perusahaan yang harus dilaksanakan. Maka, dari beberapa pelaksanaan CSR yang telah dilakukan oleh Hino Indonesia dalam bidang pendidikan, tidak satupun yang secara khusus dialokasikan untuk karyawan. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Roffi Tresmawan selaku *Manager Training and Publication Division* PT. HMSI terkait pelaksanaan CSR kepada karyawan, sebagai berikut :

“Pelaksanaan pendidikan dan training untuk karyawan, baik itu untuk PT. HMSI pusat maupun untuk karyawan di dealer PT. HMSI sudah menjadi program tersendiri yang menjadi kewajiban perusahaan untuk melaksanakannya. Program pendidikan untuk karyawan tidak dimasukkan ke dalam program CSR didasari oleh komitmen Hino Indonesia untuk menciptakan tempat kerja yang mendorong pertumbuhan pribadi yang sesuai *code of conduct* atau kode etik perusahaan. Ibaratnya seperti orang tua memberi pada anaknya, itu sudah menjadi kewajiban. Jadi perusahaan berusaha secara aktif mengusahakan pendidikan pelatihan berkelanjutan, untuk fokus pada peningkatan kinerja dan efisiensi dalam rangka mewujudkan potensi maksimal yang dimiliki karyawan. Kalau pelatihan karyawan sudah kewajiban untuk meningkatkan kompetensinya. Jadi kalau CSR di kita lebih ke pekerjaan sosial, sumbangan.” (Wawancara: Kamis, 8 Mei 2013)

E. Tanggung Jawab Perusahaan Kepada Konsumen Dalam Bidang Pendidikan

Bagi perusahaan konsumen adalah pemangku kepentingan yang bernilai tinggi bagi kelangsungan hidup perusahaan. Karenanya, dalam melakukan hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua pihak, perusahaan dituntut memenuhi ketentuan, standar kualitas, dan pelayanan terbaik dalam menyediakan produk maupun jasa. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Roffi Tresmawan, sebenarnya tidak ada program CSR khusus bagi konsumen. Petikan wawancara dengan beliau adalah sebagai berikut :

“Kalau training atau pelatihan karyawan sudah kewajiban untuk meningkatkan kompetensinya. Jadi kalau CSR di kita lebih ke pekerjaan sosial, sumbangan, perusahaan memberikan ke karyawan sifatnya timbal balik, kalau ke customer merupakan kewajiban kita untuk memberikan layanan, supaya untuk kelanjutan bisnis yang berkelanjutan jadi itu adalah kewajiban.” (Wawancara: Kamis, 8 Mei 2013)

Berdasarkan hasil observasi, walaupun dalam pelaksanaan CSR di bidang pendidikan Hino Indonesia tidak ada program khusus yang dialokasikan untuk konsumen, tapi jika melihat dari tanggung jawab yang telah dilaksanakan oleh Hino Indonesia, sebenarnya PT. HMSI telah melakukan tanggung jawab sosial kepada konsumen dan bahkan lebih baik jika sekedar melakukan CSR.

Bentuk tanggung jawab perusahaan yang diberikan kepada konsumen dalam bidang pendidikan adalah pendidikan dan pelatihan bagi konsumen terkait perawatan kendaraan, pengetahuan tentang teknologi Hino terkait kendaraan Hino yang ada di pasar, dan pendidikan dan pelatihan cara pengemudian kendaraan yang baik dan benar. Bentuk pendidikan dan pelatihan tersebut dilaksanakan dalam berbagai program *preventive maintenance* dan *driver training*.



Gambar 15. Pelatihan bagi konsumen secara teori di dalam kelas



Gambar 16. Pelaksanaan pelatihan bagi konsumen pada sesi praktik

F. Pembahasan Pelaksanaan CSR di Bidang Pendidikan PT. HMSI

1. Kategori Pelaksanaan Program CSR oleh PT. HMSI

Program tanggung jawab perusahaan PT. Hino Motors Sales Indonesia atau Hino Indonesia sebenarnya telah lama ada, berupa kegiatan bakti sosial, sumbangan dan bantuan. Istilah CSR dalam Hino Indonesia mulai dipakai dan mengalami banyak perkembangan dimulai tahun 2007 sejak dikeluarkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas, yaitu UU No. 40 Tahun 2007 pasal 74 yang mengatur tentang kewajiban pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pelaksanaan CSR PT. HMSI atau Hino Indonesia secara garis besar difokuskan pada tiga bidang, yaitu bidang pendidikan, kesehatan dan lingkungan. CSR Hino Indonesia dimaksudkan untuk memenuhi tuntutan bahwa diperlukan keseimbangan kinerja ekonomi perusahaan yang juga sejalan dengan keberhasilan dalam kinerja pada aspek lingkungan dan kinerja pada aspek sosial, yang dalam teori disebutkan dengan konsep *triple bottom-line*

strategy (Elkington, 1997), korporasi harus menjaga keseimbangan antara tujuan mendapatkan laba (*profit*) dan tujuan sosial (*people*) serta lingkungan (*planet*).

Berdasarkan teori Kotler dan Lee (dalam Ismail Solihin, 2011: 131) yang menyebutkan kategori program CSR, program CSR yang telah dilaksanakan Hino Indonesia dapat dikategorikan ke dalam *corporate social marketing* dan *corporate philanthropy*. Dalam *corporate social marketing*, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Program yang masuk dalam kategori *corporate social marketing* adalah yang pertama, Hino Indonesia menyumbangkan mobil pendidikan konservasi lingkungan untuk Pemerintah Daerah Lampung Barat, melalui Kementerian Lingkungan Hidup. Kendaraan tersebut dapat mendukung kegiatan meningkatkan pengetahuan masyarakat serta para pejabat pemerintah yang bertugas dalam bidang konservasi lingkungan dalam hal pengelolaan sumber daya alam di daerah Lampung Barat.

Kedua, Hino Indonesia menyumbangkan perpustakaan keliling kepada salah satu LSM, yaitu Yayasan yang kegiatannya berfokus pada penelitian hutan hujan, orangutan dan habitat alamnya, serta mendidik anak-anak dan masyarakat mengenai peran serta mereka dalam konservasi hutan. Penyumbangan perpustakaan keliling dimaksudkan untuk merangkul

masyarakat demi meningkatkan kesadaran mereka untuk menyelamatkan hutan hujan, orangutan dan habitat alaminya. Ketiga, Hino Indonesia menyumbangkan Dutro Panda Mobile kepada WWF Indonesia. WWF Panda Mobile dirancang untuk mempromosikan dan memberikan pendidikan atau sosialisasi konservasi hutan dan satwa liar.

Dalam *corporate philanthropy*, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Program ini sesuai dengan beberapa pelaksanaan CSR Hino Indonesia yang menyumbangkan beberapa komponen dari kendaraan Hino kepada beberapa sekolah dan BLK. Kemudian dengan mendonasikan satu unit mesin Hino W04-D Kepada Departemen Perhubungan serta bantuan *engine stand* mesin Hino Tipe J08-C sebagai media praktik mahasiswa Progran Studi Otomotif Politeknik Hasnur.

2. Faktor yang Mendasari Pelaksanaan CSR PT. HMSI

PT. HMSI melaksanakan CSR didasari oleh dua hal, yaitu karena adanya kesadaran perusahaan akan tanggung jawab terhadap lingkungan dan pengembangan masyarakat dan adanya ketaatan terhadap regulasi dari pemerintah. Apabila dikaitkan dengan teori perkembangan pelaksanaan CSR untuk konteks Indonesia, PT. HMSI memandang dan memahami pelaksanaan CSR memang merupakan praktik bisnis secara sukarela (*discretionary business practice*). Artinya pelaksanaan CSR oleh Hino Indonesia, khususnya dalam bidang pendidikan, lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan

merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilaksanakan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku di negara Republik Indonesia.

Menurut *Manager Trianing and Publication Departmen*, PT. HMSI memandang CSR tidak sekedar diimplementasikan karena menghormati peraturan yang ada, tetapi telah menempatkan CSR sebagai kesadaran perusahaan perusahaan. Dengan diterbitkannya undang-undang di Indonesia yang mengatur tentang keharusan suatu perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya, Hino Indonesia merasa tidak ada masalah mengenai hal tersebut. Hal ini sebagaimana penuturan Bapak Roffi Tresmawan *Manager Trianing and Publication Departmen* PT. HMSI sebagai berikut :

“Sebetulnya dari situ awalnya, kita tidak boleh berdiam diri ni, kita meski mereka harus kita sosialisasi mereka. Jadi orang disekitar sini harus tahu dan juga kita membantu mereka kalau kita punya sesuatu yang bermanfaat seperti kaizen. Itukan saya pikir ndak cuma di perusahaan, di sekolah juga bisa diimplementasikan, toh itu sesuatu yang baik, mengajarkan yang baik untuk kehidupan di masyarakat.” (Wawancara: Kamis, 8 Mei 2013)

Kemudian kaitannya CSR yang dilakukan oleh Hino Indonesia dengan Undang-Undang di Indonesia yang mengatur tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan disampaikan oleh Bapak Roffi Tresmawan sebagai berikut :

“Dengan ada atau tidaknya undang-undang yang mengatur mengenai tanggung jawab sosial oleh perusahaan, Hino Indonesia sudah dan akan tetap melaksanakan tanggung jawab sosial tersebut. Dengan adanya undang-undang yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, Hino Indonesia berkomitmen untuk melaksanakan dan mematuhi peraturan perundang-undangan di Indonesia.” (Wawancara: Kamis, 8 Mei 2013)

Hino Indonesia memandang bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat, baik

mereka yang hidup di sekitar perusahaan maupun masyarakat secara umum. Wujud dari tanggung jawab sosial tersebut dilakukannya sejumlah kegiatan oleh perusahaan. Kegiatan tersebut bertujuan sosial untuk ikut serta membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat dan lingkungan yang lebih baik. Salah satunya meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan.

3. Model Pelaksanaan CSR PT. HMSI Di Bidang Pendidikan

Dari semua program yang telah dilaksanakan oleh PT. HMSI, maka model CSR yang dilaksanakan adalah dengan keterlibatan langsung perusahaan dan bermitra dengan lembaga lain. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke penerima tanpa perantara. Hino Indonesia juga mempunyai mitra dalam pelaksanaan CSR yang mempunyai kesesuaian visi dengan visi dan misi CSR Hino Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari beberapa program yang telah dilaksanakan oleh Hino Indonesia, ada yang langsung dilaksanakan oleh Hino Indonesia sendiri maupun yang pelaksanaannya melibatkan pihak lain atau LSM.

Dalam mengimplementasikan program CSR khususnya di bidang pendidikan, PT. HMSI menerapkan strategi yang dimilikinya, yaitu dengan membantu menyelesaikan permasalahan utama yang sifatnya mendesak, dan/atau membantu pengembangan potensi yang dimiliki oleh pihak penerima program. PT. HMSI lebih memprioritaskan pengembangan potensi yang dimiliki oleh pihak penerima program. Sebagai contoh, pemberian bantuan

peralatan praktik bagi sekolah atau BLK yang memperlihatkan bahwa dengan pemberian tersebut akan dapat meningkatkan pengembangan potensi peserta didik dengan adanya obyek praktik yang lengkap dan lebih baik.

4. Tahap Pelaksanaan CSR PT. HMSI Di Bidang Pendidikan

Setiap pelaksanaan program CSR memiliki tahapan-tahapan dalam pelaksanaannya, yaitu tahap perencanaan, implementasi, evaluasi dan pelaporan. PT. HMSI melalui keempat tahapan tersebut dalam mengimplementasikan CSR, akan tetapi menurut *Manager Training and Publication Devision* semua tahapan itu tidak teraplikasikan dalam semua program. Dalam beberapa pelaksanaan program bantuan, seperti pemberian bantuan peralatan praktik bagi sekolah hanya terdapat proses perencanaan dan pelaksanaan saja, sedangkan untuk proses monitoring dan evaluasi tidak dilakukan. Hal ini sebagaimana penjelasan Bapak Roffi Tresmawan selaku *Manager Trianing and Publication Departmen* PT. HMSI sebagai berikut :

“Nah itukan selama ini kita belum ada tim survey. Meskinya ada orang minta mesti kita survey dulu, tentang kebenaran penggunaannya, urgenitasnya, kira-kira manfaatnya, apakah di sana sudah ada engine yg lain apa belum, dari segi efektifitasnya. Itu kita belum ada tim survey. Sifatnya kita mempelajari dari proposal atau dari referensi orang yg kita percaya. Selama ini orang yg kita percaya adalah orang yg ada diantara di organisasi CSR, misalnya direktur apa, kemudian dia melihat ke suatu daerah, ada kunjungan melihat ada suatu sekolah.” (Wawancara: Kamis, 8 Mei 2013)

Pada tahap perencanaan PT. HMSI telah memiliki kesadaran untuk mengimplementasikan CSR dalam menjalankan usahanya. PT. HMSI melakukan pertimbangan sebelum menetapkan program CSR apa yang akan dijalankan. Pada pelaksanaan CSR khususnya untuk program bidang

pendidikan dan pelatihan dilaksanakan oleh *Training and Publication Devision*.

Tahap evaluasi dilakukan setelah selesai melaksanakan program CSR. Model evaluasi atau monitoring yang dilakukan oleh Hino Indonesia belum jelas. Setelah pelaksanaan CSR, misalnya pemberian bantuan tidak ada lagi kontrol atau monitoring serta tahap evaluasi yang dilakukan. Sesuai dengan apa yang telah dijelaskan oleh *Manager Training and Publication Devision*, bahwa Hino Indonesia belum sepenuhnya memonitor secara langsung setelah program dilaksanakan. Hasil wawancara dengan Bapak Roffi Tresmawan tersebut adalah sebagai berikut :

“Mekanisme evaluasi belum ada, efektifitas apakah setelah itu benar-benar digunakan, apakah dirawat, apakah ada kerusakan, belum ada *feed back* dari penerima. Meskinnya etikanya begitu ya orang dikasih kemudian memberikan laporan setelah sekian lama sudah kita gunakan untuk sekian banyak orang, efeknya seperti apa, bermanfaat apa. Sepertinya ini akan lebih baik, ditambah apa malah, sambil mengusulkan lagi. belum ada *feed back* dari si penerima itu belum ada.” (Wawancara: Kamis, 8 Mei 2013)

Kemudian untuk proses pelaporan pelaksanaan CSR Hino Indonesia, akan selalu dilaporkan pada CSR Report Hino Indonesia dan akan ditampilkan di *website* resmi Hino Indonesia (www.hino.co.id) dan melalui majalah yang diterbitkan oleh Hino Indonesia yaitu majalah Halo Hino.

Maka dapat dilihat bahwa strategi pendekatan dan implementasi CSR yang dilakukan oleh PT. HMSI dalam pelaksanaan CSR bidang pendidikan masih sebatas pada tahap pelaksanaan program saja dan pada tingkat partisipasi. Masyarakat belum dapat memberikan saran secara langsung terhadap pelaksanaan CSR karena kewenangan memberikan keputusan masih

dimiliki perusahaan sepenuhnya. Partisipasi masyarakat tersebut masih semu dan belum dapat dikatakan program yang berbasiskan pengembangan masyarakat.

5. Pelaksanaan CSR PT. HMSI Dalam Bidang Pendidikan Terhadap Kestinambungan Dan Keberlanjutan

Jika dilihat dari semangat yang terkandung dalam program CSR, maka sebetulnya program CSR tidak hanya bergerak dalam aspek pemberian bantuan yang lebih mengarah ke kegiatan amal (*corporate charity*), melainkan harus merambat naik ke tingkat pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Program CSR yang dilakukan PT. Hino Motors Sales Indonesia yang dilaksanakan di bidang pendidikan, dari beberapa program yang dalam aplikasinya ternyata ada sebagian yang lebih mengarah kepada pemberian sosial atau amal (*corporate charity*) dan ada yang sudah mengarah ke tingkat pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Program yang bersifat amal seperti pelaksanaan pelatihan kepada tenaga pendidikan. Program tersebut dilakukan hanya sekali dan tidak ada pelatihan lanjutan. Padahal jika dilihat dari kebutuhannya, tenaga pendidikan khususnya bidang produktif dan lebih spesifik bidang otomotif sangat membutuhkan adanya kegiatan pelatihan di industri. Seperti hasil wawancara melalui telepon kepada Bapak Purwanto dari SMK Negeri 4 Tangerang yang menyatakan “jadi perlulah ada penataran lanjutan itu ya dipilih lah sekolah-sekolah mana yang perlu”. Kemudian Bapak Rahmat Hidayat dari SMK Bangun Nusantara yang menyampaikan melalui telepon bahwa :

“Saya terima kasih sekali kepada PT. Hino mengadakan training-training seperti itu, sehingga kita bisa memberikan materi gambaran kepada siswa kami untuk mengenal dunia otomotif di luar dan otomotif di perusahaan-perusahaan. Bahwa kalau bisa diadakan paling tidak setahun sekali untuk mengundang kami untuk melaksanakan training-training seperti itu, kalau bisa materi materinya lebih banyak ke otomotifnya.” (Wawancara: Kamis, 6 Juni 2013)

Program yang dinilai mempunyai keberlanjutan adalah program pendidikan lingkungan hidup. Dimana Hino Indonesia membantu dengan memberikan kendaraan khusus yang didesain oleh Hino. Kendaraan tersebut digunakan oleh WWF-Indonesia yaitu *WWF panda mobile* yang banyak berkunjung ke lembaga pendidikan. Kemudian kendaraan konservasi lingkungan untuk Pemerintah Daerah Lampung Barat dan juga *mobile library* yang diberikan kepada Yayasan Yayorin yang keduanya langsung berhubungan dengan masyarakat langsung di sekitar daerah konservasi untuk memberikan pengetahuan dan pendidikan.

Program tersebut melalui masing-masing lembaga yang menjadi mitra Hino dalam pelaksanaan CSR, merupakan upaya mengubah perilaku dan sikap yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran masyarakat tentang nilai-nilai lingkungan dan isu permasalahan lingkungan. Pada akhirnya dapat menggerakkan masyarakat untuk berperan aktif dalam upaya pelestarian dan keselamatan lingkungan untuk kepentingan generasi sekarang dan yang akan datang. Dengan demikian, pendidikan lingkungan hidup merupakan salah satu kunci dari upaya membangun kesadaran dan kepedulian tentang arti penting dari pelestarian lingkungan hidup.

Pendidikan Lingkungan Hidup akan mendorong dan memberikan kesempatan kepada masyarakat memperoleh pengetahuan, ketrampilan dan sikap yang pada akhirnya dapat menumbuhkan kepedulian, komitmen untuk melindungi, memperbaiki serta memanfaatkan lingkungan hidup secara bijaksana, turut menciptakan pola perilaku baru yang bersahabat dengan lingkungan hidup, mengembangkan etika lingkungan hidup dan untuk memperbaiki kualitas hidup.

Berangkat dari pemahaman tersebut, CSR yang dilakukan oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia atau Hino Indonesia tidak sekedar kewajiban sosial saja, tetapi juga ada yang dikaitkan dengan konsep pengembangan yang berkelanjutan (*sustainable development*).

6. Masalah Pendidikan yang Dapat Diatasi Oleh Program CSR PT. HMSI

Melihat kekayaan alam Indonesia yang melimpah, sangat disayangkan apabila kekayaan alam di Indonesia tidak dapat diolah dan dimanfaatkan oleh anak Indonesia sendiri. Hal ini terjadi karena kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, di mana pendidikan menjadi titik tolak dari keberhasilan suatu negara. Pendidikan adalah suatu penentu agar bangsa kita dapat melangkah lebih maju dan dapat bersaing dengan negara–negara lainnya.

Hino Indonesia menjunjung upaya perlindungan terhadap lingkungan dan memberikan perhatian khusus terhadap kesejahteraan sosial masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan dalam bidang pendidikan, Hino Indonesia mengembangkan program-program yang tujuan akhirnya yaitu mendukung

pengembangan masyarakat. Diantara sebagian masalah di bidang pendidikan yang hendak diatasi dengan program CSR PT. HMSI diantaranya :

- a. Kurangnya pemerataan kesempatan pendidikan, kondisi geografis, dan rendahnya kemampuan pembiayaan pendidikan.

Masalah pendidikan di Indonesia salah satu diantaranya adalah kesempatan pendidikan tidaklah dimiliki oleh semua masyarakat di Indonesia, karena alasan biaya, kesempatan untuk mengakses pengetahuan/informasi dan kondisi geografis dari suatu daerah. Dari beberapa program CSR Hino Indonesia yang mencoba mengatasi masalah tersebut adalah :

1) Kendaraan Pendidikan Konservasi Lingkungan

Kendaraan ini diperlukan untuk mendukung kegiatan Kementerian Lingkungan Hidup di tingkat daerah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat serta para pejabat pemerintah yang bertugas dalam bidang konservasi lingkungan dalam hal pengelolaan Sumber Daya Alam di daerah Lampung. Kendaraan ini dapat membawa buku-buku mengenai pertanian yang berbasis konservasi, bagaimana membangun pembangkit listrik sederhana bertenaga air dan hal-hal lain yang berhubungan dengan perkebunan dan konservasi. Kendaraan ini juga akan mengangkut pelatih ke daerah tujuan dan akan berfungsi sebagai tempat untuk pelatihan.

2) Kendaraan Multimedia Hino Untuk Pendidikan melalui WWF Indonesia

Hino Panda Mobile juga bertindak sebagai pusat informasi dan diskusi tentang produk hijau yang didukung oleh WWF, perpustakaan

untuk mendidik masyarakat mengenai hutan dan konservasi satwa liar dan pusat untuk mempromosikan program-program WWF. Hino Panda Mobile juga mengunjungi sekolah-sekolah maupun universitas untuk meningkatkan kesadaran tentang lingkungan hidup dengan menggunakan perpustakaan keliling.

3) Buku perpustakaan untuk Panti Asuhan Rumah Gemilang Indonesia

Tujuan program ini adalah untuk memberikan kesempatan bagi anak yatim piatu untuk memperluas pengetahuan mereka dan meningkatkan minat baca mereka melalui buku-buku yang disumbangkan oleh Hino Indonesia.

4) Perpustakaan Keliling Hino untuk Yayasan

Dengan Perpustakaan Keliling Hino, Yayasan tidak hanya menjangkau masyarakat dengan buku-buku edukatif dan pertunjukan video mengenai konservasi hutan tetapi juga mentransportasi anak-anak dari kota-kota terdekat ke Desa Konservasi Yayasan untuk belajar tentang kegiatan hortikultura. Berfungsi sebagai fasilitas yang baik untuk mendidik anak-anak tentang pentingnya konservasi lingkungan.

5) Perpustakaan keliling Hino untuk Yayasan Emmanuel

Perpustakaan keliling dimaksudkan untuk meningkatkan minat baca anak-anak kurang mampu di kampung pinggiran Jakarta. Perpustakaan keliling ini dilengkapi dengan berbagai buku yang meliputi pengetahuan umum, cerita, ensiklopedi dan buku-buku pendidikan lainnya. Dengan adanya perpustakaan keliling ini, anak-anak kampung di

penggiran Jakarta dapat menikmati manfaat dari perpustakaan yang menawarkan jasa meminjamkan buku gratis.

b. Kurangnya sarana dan prasarana pendidikan

Dalam rangka mengimplementasikan kebijakan CSR Hino Indonesia, PT. Hino Motors Sales Indonesia mendukung dunia pendidikan secara khusus dalam bidang otomotif. Oleh karena itu, Hino Indonesia menyumbangkan beberapa bagian komponen dari kendaraan Hino kepada beberapa sekolah dan Balai Latihan Kerja (BLK). Program ini dimaksudkan untuk melengkapi fasilitas dari sekolah dan Balai Latihan Kerja (BLK) dengan harapan untuk mendapatkan pengetahuan praktik yang baik, sehingga diharapkan nantinya menjadi tenaga kerja yang siap pakai.

c. Belum terpenuhinya standar kompetensi guru.

Dalam hal ini Hino Indonesia memberikan pelatihan kepada Kepala Sekolah Menengah Kejuruan dan BLK se-Jabodetabek mengenai mesin diesel pada truk berikut dengan ilmu pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan dunia industri. Dengan diadakannya pelatihan maka diharapkan peserta pelatihan memperoleh pengetahuan yang komprehensif sehingga kompetensi sebagai seorang guru dapat meningkat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan program CSR PT. HMSI atau Hino Indonesia di bidang pendidikan dapat dikategorikan ke dalam *corporate social marketing* dan *corporate philanthropy*.
2. Program CSR PT. HMSI atau Hino Indonesia yang telah dilaksanakan antara lain :
 - a. Pelatihan untuk kepala sekolah dan kepala jurusan se-Jabodetabek.
 - b. Bantuan perpustakaan keliling untuk Yayasan Emmanuel.
 - c. Mobil pendidikan konservasi keliling untuk Pemerintah Lampung Barat.
 - d. Bantuan pengadaan buku perpustakaan untuk panti asuhan Rumah Gemilang Indonesia.
 - e. Bantuan perpustakaan keliling Hino (*mobile library*) untuk yayasan orangutan Indonesia (Yayorin).
 - f. Bantuan kendaraan multimedia Hino untuk pendidikan perlindungan lingkungan melalui WWF-Indonesia.
 - g. Mendukung pendidikan pada sekolah teknik pemerintah dengan memberi bantuan berupa komponen kendaraan sebagai bahan praktikum.
 - h. Bantuan Pendidikan Berupa *Engine Stand* Mesin Hino Tipe J08-C Kepada Politeknik Hasnur Banjarmasin.

3. Faktor yang mempengaruhi atau mendasari Pelaksanaan CSR PT. HMSI atau Hino Indonesia adalah karena adanya kesadaran perusahaan akan tanggung jawab terhadap kesinambungan lingkungan dan pengembangan masyarakat dan adanya ketaatan terhadap regulasi dari pemerintah.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain adalah :

1. Hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas sebagai gambaran pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia atau Hino Indonesia secara keseluruhan. Penelitian ini hanya berfokus pada pelaksanaan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia di bidang pendidikan.
2. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen yaitu berupa pedoman wawancara sehingga pengambilan dan pengumpulan data tidak dapat dilakukan secara mendetail sampai dengan informasi yang sekecil-kecilnya yang terkait dengan pelaksanaan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia di bidang pendidikan.
3. Penyusunan instrumen masih ada kekurangannya baik dari segi bahasa, isi cakupan materinya dan penulisannya sehingga ketika digunakan, informan masih bertanya tentang maksud pertanyaannya.

C. Implikasi

Implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Dengan diketahuinya pelaksanaan CSR pada PT. HMSI di bidang pendidikan maka akan dapat digunakan sebagai referensi yang efektif untuk menuju perbaikan yang pada akhirnya meningkatkan mutu pelaksanaan CSR pada PT. HMSI.
2. Adanya penerapan CSR pada PT. HMSI di bidang pendidikan ini, merupakan informasi yang berarti bagi masyarakat ataupun dalam upaya meningkatkan match dengan dunia industri dan dengan adanya penerapan CSR pada PT. HMSI yang semakin baik maka akan semakin mengokohkan kepercayaan masyarakat bahwa perusahaan yang menerapkan CSR memiliki orientasi yang kuat untuk meningkatkan perbaikan yang berkesinambungan.

D. Saran

Sesuai dengan kesimpulan dan keterbatasan penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran guna meningkatkan keberhasilan dalam meningkatkan pelaksanaan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia di bidang pendidikan, yaitu :

1. Melakukan kajian dan survey mendalam terhadap sasaran program CSR, sasaran program seharusnya adalah pihak yang benar-benar membutuhkan bantuan dan tepat untuk dilakukan program berkelanjutan. Misalnya adalah pendidikan dan pelatihan penduduk usia produktif yang sedang tidak bekerja.
2. Pelaksanaan CSR perlu dimonitoring untuk memastikan bahwa pelaksanaan program CSR tidak menyimpang dari rencana yang telah ditetapkan.

Monitoring dan evaluasi juga diperlukan untuk mengetahui sudah sejauh mana pencapaian tujuan program serta apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan perbaikan.

3. Meminta umpan balik (*feed back*) dari pihak penerima program sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki pelaksanaan CSR selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto. (2009). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Alisuf Sabri. (1999). *Ilmu Pendidikan*. Jakarta : CV. Pedoman Ilmu Jaya.
- Andreas Lako. (2011). *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Bappenas. “Bab 27 Peningkatan Akses Masyarakat Terhadap Pendidikan yang Berkualitas”. Diambil dari www.bappenas.go.id/get-file-server/node/172/, pada tanggal 21 Februari 2013.
- Dea Cendani & Tjiptohadi. (2012). “Corporate Social Responsibility: Upaya Memahami Alasan Dibalik Pengungkapan Csr Bidang Pendidikan”. *Jurnal Akuntansi & Auditing* (Volume 8 No.2). Hlm. 95-189.
- Eko Murdiyanto & Muhamad Kundarto. (2012). *Membangun Kemitraan Agribisnis : Inovasi Program Corporate Social Responsibility (CSR)*. Semarang : Yayasan Bina Karta Lestari.
- Ismail Solihin. (2011). *Corporate Social Responsibility : From Charity to Sustainability*. Jakarta : Salemba Empat.
- Jati Suliman. (2010). “Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif Kualitatif tentang Pelaksanaan CSR PT. Tiga Serangkai dalam Program Spiritual Building Training (SBT) dalam Rangka Pembentukan Citra Positif di Kalangan Khalayak)”. *Skripsi* : UNS Surakarta.
- Lexy J. Moleong. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Marlia, M.A. (2008). “Pentingnya Implementasi *Corporate Social Responsibility* Pada Masyarakat Indonesia”. Diambil dari <http://mamrh.wordpress.com/2008/07/21/53/>, pada tanggal 31 Januari 2013.
- M. Reza Maulana. (2009). “Peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Rekayasa Industri (PT. REKIND) dalam Upaya Pengembangan Masyarakat”. *Skripsi*. IPB Bogor.
- Mukti Fajar. (2010). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Mustofa Kamil. (2010). *Model Pendidikan dan Pelatihan (Konsep dan Aplikasi)*. Bandung : CV. Alfabeta.

- Nurhikmah Muhktar. (2012). "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Pertamina EP Region KTI Field Bunyu". *Skripsi* : UNHAS Makasar.
- Pikiran Rakyat Online. (2010). "Pendidikan Tanggung Jawab Semua Pihak". Diambil dari <http://www.pikiran-rakyat.com/node/123221>, pada tanggal 15 Februari 2013.
- Retno S.H. Mulyandari, dkk. (2010). "Implementasi CSR dalam mendukung pengembangan Masyarakat Melalui Peningkatan Peran Pendidikan". *Makalah*. Institut Pertanian Bogor.
- Satunews.com. (2013). "Maret 2013, HDI Indonesia Naik Tiga Peringkat". Diambil dari <http://www.satunews.com/read/20034/2013/03/20/maret-2013-hdi-indonesia-naik-tiga-peringkat-html>, pada tanggal 13 Juli 2013.
- Soegimin Gitoasmoro. (2005). "Peran Pendidikan Nonformal Dalam Realisasi Wajib Belajar Pendidikan Dasar". *Jurnal Pendidikan Dasar* (Volume 6 No. 1). Hlm 35-46.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. rev.ed Bandung : CV. Alfabeta.
- Zahara Idris. (1981). *Dasar-Dasar Kependidikan*. Bandung : Penerbit Angkasa.

LAMPIRAN



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
KARTU BIMBINGAN PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR SKRIPSI

FRM/OTO/04-00
27 MARET 2008

Nama Mahasiswa : Dwi Triyanto
No. Mahasiswa : 09504241025
Judul TA/TAS : Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Bidang Pendidikan PT. Hino
Motors Sales Indonesia (PT. HMSI)
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Herminarto Sofyan, M.Pd.

Bimb. Ke	Hari/Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan	Catatan Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Dosen Pembimbing
1.	16 Desember 2012	Konsultasi penggantian/ pemilihan judul.	Silahkan segera buat proposal penelitiannya.	
2.	18 Januari 2013	Rancangan Bab I	Setelah membaca bab I ini ada beberapa masukan : 1. Latar belakang masalah itu berisi sesuatu yang melatar belakangi penelitian ini, ada apa dengan CSR di Hino selama ini, apa yang telah dilakukan, dan seharusnya bagaimana CSR ini. permasalahan itu merupakan kesenjangan antara apa yang diharapkan dari CSR dan apa yang telah dilakukan oleh CSR. 2. Pada latar belakang masalah ini bukan untuk berteori. teori dibahas pada Bab II	



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
KARTU BIMBINGAN PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR SKRIPSI

FRM/OTO/04-00
27 MARET 2008

			Kajian Teoritis. 3. Identifikasi masalah itu mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang tersirat pada Latar Belakang masalahnya. Identifikasi masalah dinyatakan bukan dalam kalimat Tanya, tetapi berupa kalimat berita.	
3.	26 Januari 2013	Revisi Bab I	Silahkan lanjutkan ke Bab II	R
4.	1 Maret 2013	Rancangan Bab II	Sekalian Bab II	R
5.	6 April 2013	Rancangan Bab II dan Bab III	1. Tambahkan penelitian yang relevan sebelum kerangka berpikir. 2. Tambahkan observasi pada metode pengumpulan data.	R
6.	13 April 2013	Revisi Bab II dan Bab III	silahkan dilanjutkan sambil mengambil datanya.	R
7.	15 Mei 2013	Rancangan Bab IV dan Bab V	Silahkan sekalian Bab I sampai Bab V	R



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
KARTU BIMBINGAN PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR SKRIPSI

FRM/OTO/04-00
27 MARET 2008

8.	21 Mei 2013	Rancangan Bab I, II, III, IV dan V	1. Perbaiki penulisan identifikasi masalah. 2. Hasil penelitian disajikan hasil pengamatan, dilengkapi hasil wawancara dan dokumentasi. Data dari ketiganya disajikan di sini. 3. Kesimpulan menjawab pertanyaan penelitian.	
9.	11 Juni 2013	Rancangan Bab I, II, III, IV dan V	1. Perbaiki penulisan 2. Kesimpulan menjawab pertanyaan penelitian.	
10.	19 Juni 2013	Revisi Bab I, II, III, IV dan V	Silahkan urus langkah selanjutnya dengan Pak Amir	

Keterangan :

1. Mahasiswa wajib bimbingan minimal 6 kali
Bila lebih dari 6 kali, kartu ini boleh di copy
2. Kartu ini wajib dilampirkan pada laporan TA/TAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK

Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 586168 psw. 276,289,292 (0274) 586734 Fax. (0274) 586734
website : <http://ft.uny.ac.id> e-mail: ft@uny.ac.id ; teknik@uny.ac.id



Certificate No. QSC 00532

Nomor : 554/UN34.15/PL/2013

27 Februari 2013

Hal : Permohonan Ijin Observasi/Survey

Yth. Pimpinan /Direktur /Kepala /Ketua *) : PT. HINO MOTORS SALES INDONESIA
Jl. Gatot Soebroto Km 8.5 Tangerang Banten Indoneisa 15111
BANTEN

Dalam rangka pelaksanaan Mata Kuliah Tugas Akhir Skripsi, kami mohon dengan hormat bantuan Saudara memberikan ijin untuk melaksanakan observasi/Survey dengan fokus permasalahan **"PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI BIDANG PENDIDIKAN PT. HINO MOTORS SAALES INDOENSIA (PT. HMSI)"**, bagi mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta sebagai berikut:

No.	Nama	NIM	Jurusan/Program Studi
1	Dwi Triyanto	09504241025	Pend. Teknik Otomotif - S1

Dosen Pembimbing/Dosen Pengampu:

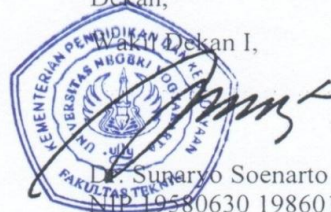
Nama : Prof. Dr. H. Herminanto Sofyan

NIP :

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasama yang baik selama ini, kami mengucapkan terima kasih.

Dekan,

Wakil Dekan I,



Dr. Sunaryo Soenarto

NIP. 19580630 198601 1 001

Tembusan:

Ketua Jurusan

*) Coret yang tidak perlu

09504241025 No. 404

**SURAT PERMOHONAN IZIN
PENGAMBILAN DATA**

Yth. Bapak Darajat
General Manager Service Division
PT. Hino Motors Sales Indonesia
Di tempat

Assalamualaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan akan dilaksanakan kegiatan penelitian untuk kepentingan menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul “**Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Bidang Pendidikan PT. Hino Motors Sales Indonesia (PT. HMSI)**”, maka dengan ini.

Nama : Dwi Triyanto
NIM : 09504241025
Prodi : Pendidikan Teknik Otomotif / S1
Universitas : Universitas Negeri Yogyakarta

Memohon izin pada bapak untuk melakukan pengambilan data yang berhubungan dengan judul yang kami angkat sebagai bahan penelitian. Adapun rincian data yang kami perlukan yaitu sebagai berikut.

1. Company Profile PT. HMSI
2. Visi dan Misi PT. HMSI dalam pelaksanaan program CSR
3. Program-program CSR di bidang pendidikan
4. Pelaksanaan CSR pendidikan untuk karyawan, konsumen dan masyarakat
5. Evaluasi Pelaksanaan CSR di bidang pendidikan PT. HMSI

Atas izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb.

Tangerang, 29 April 2013

Pemohon,

Ttd.

Dwi triyanto
(NIM. 09504241024)

HINO INDONESIA CSR ACTIVITIES IN 2011

Mobil Pendidikan Konservasi Lingkungan Hino Untuk Pemerintah Daerah Lampung Barat, Melalui Kementerian Lingkungan Hidup



Dalam rangka pengembangan kabupaten Lampung Barat sebagai kabupaten konservasi melalui pembangunan dan pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) berbasis konservasi, alat yang unik seperti Kendaraan Pendidikan Konservasi diperlukan.

Kendaraan ini diperlukan untuk mendukung kegiatan Kementerian Lingkungan Hidup di tingkat daerah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat serta para pejabat pemerintah yang bertugas dalam bidang konservasi lingkungan dalam hal pengelolaan Sumber Daya Alam di daerah Lampung. Sebagai respon terhadap kebutuhan ini, Hino Indonesia telah merancang sebuah kendaraan untuk Konservasi Pendidikan. Kendaraan ini dapat membawa buku-buku mengenai pertanian yang berbasis konservasi, bagaimana membangun pembangkit listrik sederhana bertenaga air dan hal-hal lain yang berhubungan dengan perkebunan dan konservasi. Kendaraan ini juga akan mengangkut pelatih ke daerah tujuan dan akan berfungsi sebagai tempat untuk pelatihan.

HINO INDONESIA CSR ACTIVITIES IN 2009

Kendaraan Multimedia Hino Untuk Pendidikan Mengenai Perlindungan Lingkungan Dan Penyelamatan Harimau Sumatera Melalui WWF



Pada tanggal 17 Desember 2009, Hino Indonesia menyumbangkan Dutro Panda Mobile kepada WWF, yang merupakan salah satu organisasi konservasi independen terbesar dan paling dihormati. WWF Panda Mobile dirancang untuk mempromosikan konservasi hutan dan satwa liar melalui berbagai acara yaitu:

A. Tahun Kampanye Harimau

Bertujuan Untuk Mengubah Kecenderungan Manusia Yang Bersifat Merusak Yang Membunuh Harimau Sumatera Yang Sudah Berada di Ambang Kepunahan. Acara ini diadakan pada tanggal 12 – 13 Febuari 2010 di Taman Menteng, Jakarta dan dikunjungi oleh kurang lebih 400 orang.

B. Eco Product International Fair 2010

Diadakan pada tanggal 4–7 Maret 2010 di Jakarta Convention Center, Jakarta. Dalam pameran yang bertema "Produktivitas Hijau Untuk Meningkatkan Daya Saing", WWF Indonesia mengkorversi WWF Panda Mobile sehingga menjadi sebuah kafe dan memperkenalkan kopi ramah lingkungan "Kuyungarang" yang merupakan.

"Produk Hijau" yang dikembangkan berdasarkan kerjasama antara WWF Indonesia dan masyarakat yang berada di kawasan konservasi Bukit Barisan Selatan. Pada acara ini, Panda Mobile juga bertindak sebagai pusat informasi dan diskusi tentang produk hijau yang didukung oleh WWF, perpustakaan untuk

mendidik masyarakat mengenai hutan dan konservasi satwa liar dan pusat untuk mempromosikan program-program WWF. Kegiatan ini juga menarik anak-anak dengan permainan edukatifnya tentang konservasi, satwa liar dan hutan.

C. Menginspirasi Masyarakat Untuk Memilah Sampah

Pada tanggal 12 – 14 Maret 2010, Panda Mobile menampilkan tempat sampah terbesar di Ancol, Jakarta, untuk menginspirasi generasi muda tentang pentingnya menjaga lingkungan melalui langkah-langkah sederhana dan konkrit, misalnya dengan pemilahan sampah.

D. Panda Mobile Kampanye “Earth Hour”

Kampanye konservasi energi dan mendukung lingkungan melalui "Earth Hour" diselenggarakan oleh WWF dengan siswa Tunas Muda International School dan di Monas, Jakarta pada bulan Maret 2010. WWF mendorong individu, kalangan bisnis, Pemerintah dan sektor publik di seluruh dunia untuk berpartisipasi dalam Earth Hour dengan mematikan lampu mereka selama 1 jam mulai dari jam 20.30 sampai jam 21.30 pada tanggal 27 Maret 2010.

E. Panda Mobile Fun Bike WWF

Pada tanggal 28 Maret 2010, Panda Mobile, menjadi panggung untuk lomba menggambar anak-anak pada acara Fun Bike yang diselenggarakan oleh WWF untuk kelompok usia 5-10 tahun dengan tema hutan dan satwa liar.

F. Panda Mobile Mengunjungi Sekolah dan Universitas

Panda Mobile melakukan kunjungan ke beberapa sekolah dasar seperti SD Negeri 1 Beji Gading pada Depok pada tanggal 20 April 2010, High Scope Kelapa tanggal 22 April 2010, High Scope Cilandak pada tanggal 24 April 2010, Sekolah Nasional Plus Tunas Global pada tanggal 15 Mei 2010, Jakarta International Multicultural School pada tanggal 24 Mei 2010, Institut Pertanian Bogor pada tanggal 6 Juni 2010, SMAN 1 Bekasi pada tanggal 19 Juni 2010, SD Pangudi Luhur Jakarta pada tanggal 20 Juni 2010 dan SDS Ade Irma Suryani pada tanggal 26 Juni 2010, untuk meningkatkan kesadaran anak-anak tentang lingkungan hidup dengan menggunakan perpustakaan keliling dan juga acara-acara dengan tema seperti "Hari Bumi", "Suara Alam", "Selamatkan Bumi Mulai

Dari Tangan Anda", "Selamatkan Hewan Liar", " Kampanye Hijau Anak yang Dapat Mengubah Dunia".



HINO INDONESIA CSR ACTIVITIES IN 2009
Perpustakaan Keliling Hino Untuk Yayasan Orang Utan Indonesia
(YAYORIN), Kalimantan



Pada tanggal 24 Maret 2009, Hino Indonesia menyumbangkan Perpustakaan Keliling kepada YAYORIN untuk merangkul masyarakat Kalimantan Selatan demi meningkatkan kesadaran mereka untuk menyelamatkan hutan hujan, orangutan dan habitat alaminya. YAYORIN adalah sebuah LSM yang kegiatan-kegiatannya berfokus pada penelitian hutan hujan, orangutan dan habitat alaminya, dan mendidik anak-anak dan masyarakat mengenai peran serta mereka dalam konservasi hutan.

Dengan Perpustakaan Keliling Hino, Yayorin tidak hanya menjangkau masyarakat dengan buku-buku edukatif dan pertunjukan video mengenai konservasi hutan tetapi juga mentransportasi anak-anak dari kota-kota terdekat ke Desa Konservasi YAYORIN untuk belajar tentang kegiatan hortikultura. Dari tanggal 1 Agustus 2009 sampai 28 Agustus 2010, perpustakaan keliling melakukan kunjungan ke sekitar 25 sekolah di Kalimantan, berpartisipasi dalam acara-acara publik seperti Pameran Pembangunan Kabupaten Lamandau yang diselenggarakan di Kabupaten Lamandau, Kalimantan Tengah yang dihadiri oleh Bupati Kabupaten Lamandau.

Perpustakaan Keliling ini telah terbukti sukses dalam menarik minat pelajar mengenai isu-isu lingkungan dan berfungsi sebagai fasilitas yang baik untuk mendidik anak-anak tentang pentingnya konservasi lingkungan. Tanggapan positif tidak hanya diterima dari Bupati Lamandau yang mengunjungi perpustakaan

tersebut, para siswa juga sangat tertarik membaca buku yang disediakan dan mendengarkan cerita tentang orangutan dari fasilitator dengan seksama. Keberhasilan program perpustakaan keliling dapat diukur dengan tingginya tingkat antusiasme pelajar dan jumlah orang yang mengunjungi perpustakaan keliling. Sebanyak 4.755 orang mengunjungi perpustakaan di mana mayoritas dari mereka adalah pelajar. Selain itu, penerima program ini tepat sasaran yaitu siswa SD karena pendidikan konservasi alam harus diberikan sejak usia dini. Perpustakaan Keliling ini adalah proyek yang berkesinambungan dan akan terus digunakan oleh Yayorin untuk pelestarian lingkungan.



HINO INDONESIA CSR ACTIVITIES IN 2009

Perpustakaan untuk yatim Piatu di Sekolah Al-Azhar, Jakarta



Melalui Al-Azhar, sebuah yayasan pendidikan Islam terkemuka di Indonesia, Hino Indonesia menyumbangkan Rp. 60.000.000 (enam puluh juta rupiah) pada tanggal 11 Maret 2009 untuk mendirikan sebuah perpustakaan untuk Panti Asuhan Rumah Gemilang Indonesia.

Tujuan proyek ini adalah untuk memberikan kesempatan bagi anak yatim piatu untuk memperluas pengetahuan mereka, meningkatkan keterampilan kerja mereka dan meningkatkan minat baca mereka melalui buku-buku yang disumbangkan oleh Hino Indonesia. Hasilnya, anak-anak sekarang memiliki akses ke berbagai macam buku. Buku yang disumbangkan difokuskan pada ilmu praktek tentang keterampilan mekanik mobil, teknologi informasi, teknik penyusunan mesin, dll. Oleh karena itu, pembaca dapat memperoleh pengetahuan praktek dan menerapkan pengetahuan mereka dalam pekerjaan yang mereka pilih.



HINO INDONESIA CSR ACTIVITIES IN 2008

Perpustakaan Keliling Hino diluncurkan Bersama-sama dengan Yayasan Emmanuel, Bogor



Pada tanggal 16 February 2008, Hino Indonesia menyumbangkan Perpustakaan Keliling kepada Yayasan Emanuel untuk meningkatkan minat baca anak-anak kurang mampu di kampung-kampung di pinggiran kota Jakarta. Yayasan Emanuel adalah LSM nirlaba, yang menyediakan layanan dengan cara menolong balita, anak-anak cacat, anak-anak kurang gizi dan masyarakat miskin.

Perpustakaan ini dilengkapi dengan berbagai buku yang meliputi pengetahuan umum, cerita, ensiklopedi dan buku-buku pendidikan lainnya. Ribuan anak-anak kampung sekarang dapat menikmati manfaat dari perpustakaan yang menawarkan jasa peminjaman buku gratis ini. Operasi ini dikelola dengan baik oleh Yayasan Emmanuel.



HINO INDONESIA CSR ACTIVITIES IN Yearly Activities

Hino mendukung pendidikan Sekolah Teknik Negeri

Dalam rangka mengimplementasi Kebijakan CSR Hino Indonesia, Hino Indonesia mendukung pendidikan masyarakat dalam bidang otomotif. Oleh karena itu, Hino Indonesia telah menyumbangkan beberapa bagian komponen dari Kendaraan Hino kepada beberapa Balai Latihan Kerja (BLK) di daerah Kabupaten Purwakarta dan Sekolah Pelatihan yang terdapat pada Sekolah Teknik/Universitas Kementerian Perhubungan.

Tujuan dari proyek ini adalah untuk melengkapi fasilitas dari Balai Latihan Kerja tersebut serta Sekolah Teknik Pemerintah dengan tujuan untuk mendapatkan pengetahuan praktek tentang perakitan mobil dan untuk menjadikan para siswa sebagai mekanik atau teknisi yang baik. Hasilnya, proyek ini dinyatakan sangat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan para mekanik dan teknisi, sehingga dapat menghasilkan tenaga siap pakai.

Bagian Kendaraan Hino telah disumbangkan pada beberapa waktu berikut ini:

A. 21 Januari 2010

Hino Indonesia menyumbangkan beberapa bagian komponen dari Kendaraan Hino seperti perakitan kabin, poros belakang/gardan, pompa injeksi, mesin lengkap dan chassis kepada Pemerintah Kabupaten Purwakarta pada tanggal 21 Januari 2010. Pada saat penyerahan bantuan komponen tersebut hadir juga Menteri Tenaga Kerja dan Transigrasi RI. Bapak Drs. H. A. Muhaimin Iskandar, Msi.



B. 29 Januari 2010

Bertepatan dengan acara Peresmian Perluasan Workshop dan Pusat Pelatihan di Jatake Tangerang, Hino Indonesia menyumbangkan transmisi, differensial dan mesin las kepada Pemerintah Kabupaten Tangerang.



C. 11 Febuari 2010

Setelah sumbangannya kepada Pemerintah Kabupaten Purwakarta pada tanggal 21 Januari 2010, pada tanggal 11 Februari 2010, Hino Indonesia menyumbangkan blok engine, shaft driver PTO, perakitan camshaft, perakitan sub perseneling, perakitan tangki udara, gasket silinder, pin piston dan kabin pengemudi kepada Pemerintah Kabupaten Bandung. Penyerahan dilakukan secara simbolis oleh Direksi HINO Indonesia kepada Gubernur Jawa Barat, Bapak Ahmad Heryawan. Hino memberikan kontribusi yang sama kepada Pemerintah Sekolah Teknik di Tangerang ditambah mesin las.

D. 1 Juli 2010

Pada tanggal 1 Juli 2010, Hino Indonesia menyumbangkan 5 unit kanvas rem dan 5 unit Radiator untuk dipergunakan oleh Balai Latihan Kerja yang berada di sekitar Propinsi Jawa Barat. Bantuan tersebut diberikan secara simbolis oleh Hino Indonesia kepada Gubernur Jawa Barat.

Donasi tersebut diberikan bertepatan dengan acara Expo 2010 yang diadakan oleh Dinas Tenaga Kerja Propinsi Jawa Barat bertempat di Lapangan Gasibu Bandung pada tanggal 1–3 Juli 2010. Acara tersebut dihadiri oleh Menteri

Pembangunan Daerah Tertinggal, Gubernur Jawa Barat beserta Wakil Gubernur Jawa barat dan jajarannya.



HINO INDONESIA CSR ACTIVITIES IN 2007

Kontribusi Hino Terhadap Pendidikan di Indonesia

Selama 25 tahun Hino sebagai (Perusahaan Modal Asing/ Perusahaan Asing) PMA asal Jepang telah mendukung bisnis transportasi Indonesia dengan memproduksi truk dan bus dengan kualitas terbaik. Hino selalu berusaha berkontribusi positif terhadap kemajuan bangsa Indonesia, terutama untuk pendidikan di bidang teknologi.

Kontribusi ini diwujudkan dengan diserahkannya mesin W04D berkapasitas 4.000 cc kepada Perhubungan Darat Departemen Perhubungan. Mesin Hino ini selanjutnya akan digunakan sebagai alat praktik pendukung penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan di kampus Sekolah Tinggi Transportasi Darat (STTD). Dengan adanya mesin ini diharapkan taruna/i STTD makin memahami mekanisme cara kerja mesin, yang dapat mengembangkan pola pikir mereka.

Penyerahan dilakukan pada bulan Februari 2007 oleh Jajaran Direksi PT Hino Motors Sales Indonesia Toshiro Mizutani (PresDir) dan J. Ralhan (Dir.) yang selanjutnya diterima oleh Dirjen Perhubungan Darat Departemen Perhubungan Iskandar Abu dan Elly Siregar (DepHub) beserta Ketua STTD Anton S. Tampubolon.



**PERTANYAAN WAWANCARA PELAKSANAAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY UNTUK PT. HMSI**

Hari/Tanggal Wawancara :

Lokasi Wawancara :

Nama Informan :

Jabatan :

Pertanyaan Wawancara :

1. Apakah Visi dan Misi PT. HMSI dalam pelaksanaan program CSR?
2. Bagaimana pandangan perusahaan terhadap perannya dalam bidang pendidikan kaitannya dengan CSR Hino Indonesia?
3. Bagaimana sejarah perusahaan mulai melaksanakan CSR?
4. Apakah ada divisi atau departemen khusus yang bertugas untuk melaksanakan program-program yang sesuai dengan konsep CSR, atau bagaimana posisi struktural CSR dalam perusahaan?
5. Bagaimana mekanisme persetujuan dilaksanakannya CSR oleh perusahaan?
6. Bagaimana mekanisme penentuan sasaran pelaksanaan CSR khususnya bidang pendidikan? Apakah perlu dilaksanakan survey terlebih dahulu?
7. Bagaimana mekanisme monitoring dan evaluasi program CSR yang pernah dilaksanakan? Apakah hasil evaluasi dijadikan masukan untuk program selanjutnya?
8. Program CSR apa saja yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kompetensi/pengetahuan karyawan?
9. Program CSR apa saja yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kompetensi/ pengetahuan konsumen?
10. Apakah terdapat tujuan khusus terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial (CSR) di luar visi dan misi CSR Hino, misalnya agar peningkatan penjualan produk Hino?
11. Menurut Bapak, apa motivasi perusahaan dalam pelaksanaan CSR khususnya di bidang pendidikan?

12. Apa saja faktor yang mempengaruhi pelaksanaan CSR oleh PT.HMSI, misalnya pengaruh peraturan pemerintah, atau faktor yang lainnya?
13. Apakah ada pihak yang membantu/bermitra dalam pelaksanaan CSR?
14. Program apa saja yang pernah dilakukan oleh perusahaan dalam bidang pendidikan? Kapan? Apa namanya? Apa saja bentuk programnya? Di mana dan siapa sasarannya?
15. Kendala apa saja yang dialami saat hendak maupun ketika melaksanakan CSR Hino Indonesia khususnya di bidang pendidikan?

**PERTANYAAN WAWANCARA PELAKSANAAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. HMSI UNTUK LEMBAGA
PENDIDIKAN**

Hari/ Tanggal :

Nama informan :

Jabatan :

Pertanyaan Wawancara :

1. Apakah benar informasi bahwa Bapak sebagai Partisipan dalam pelaksanaan CSR Hino Motor Indonesia?
2. Apakah PT. Hino Motors Sales Indonesia memberitahu akan melaksanakan CSR kepada Bapak?
3. Apakah Bapak dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia?
4. Apakah program CSR yang dijalankan PT. Hino Motors Sales Indonesia bermanfaat?
5. Apakah program tersebut masih berjalan atau ada kelanjutannya?
6. Adakah kendala yang dirasakan saat pelaksanaan CSR oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia?
7. Apa harapan Bapak terhadap pelaksanaan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia terhadap tempat/sekolah Bapak?

HASIL WAWANCARA PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN PT. HMSI

Hari/Tanggal Wawancara : Rabu/ 8 Mei 2013 Jam 15.16

Lokasi Wawancara : Oase Cafe PT. HMSI

Nama Informan : Roffi Tresmawan

Jabatan : Manager Training and Publication Devision
PT. HMSI

Hasil Wawancara :

1. Apakah Visi dan Misi PT. HMSI dalam pelaksanaan program CSR?

“Visi CSR Hino Indonesia adalah menciptakan masa depan yang lebih baik bagi seluruh stakeholder, masyarakat dan bumi secara berkesinambungan dengan cara memberikan kontribusi kepada masyarakat untuk perlindungan lingkungan, meningkatkan pendidikan dan kesehatan.”

“Misi CSR Hino Indonesia adalah untuk mengambil peran aktif dalam memberikan kontribusi terhadap kesinambungan lingkungan dan pengembangan masyarakat.”

2. Bagaimana pandangan perusahaan terhadap perannya dalam bidang pendidikan kaitannya dengan CSR Hino Indonesia?

“Terus karena kitakan sebetulnya satu kesatuan, jadi memang kita pendidikan ya istilahnya kita lebih fokus khusus memang pendidikan karena kebetulan kita memang di training. Kita juga melihat disini kan sepertinya belum pernah ada ya untuk di service dan sparepart hal-hal seperti ini, ya kan kita memang perlu untuk CSR untuk dilakukan juga, supaya ya bagaimanapun kita sebelumnya belum ada yang seperti ini.”

3. Bagaimana sejarah perusahaan mulai melaksanakan CSR?

“Karena awalnya dulu disaat-saat kita interview sama para siswa yang ada di sekitar tangerang, itu jadi kalau kita nanya ke mereka “Apakah anda tau apa itu Hino?” mereka masih belum terlalu kenal. Ada yang hino itu permen gitu, itukan aneh sekali, itukan kino, padahal ini ada di tangerang ini. Orang lulusan dari tangerang, buat apa tidak tau, padahal kita juga ada di tangerang. Sebetulnya dari situ awalnya, wah kita tidak boleh berdiam diri ni, kita meski mereka harus kita sosialisasi mereka. Jadi orang disekitar sini harus tahu dan juga kita membantu mereka kalau kita punya sesuatu yang bermanfaat seperti kaizen. Itukan saya pikir ndak cuma di perusahaan, di

sekolah juga bisa diimplementasikan, toh itu sesuatu yang baik, mengajarkan yang baik untuk kehidupan di masyarakat.”

“Oleh karena itu, kalau kita mengundang siswa rasanya bisa berulang kali dan di Tangerang sini kan banyak ya, apalagi se-Jabotabek. Makanya supaya efektif dan efisien makanya yang kita undang kepala sekolahnya, yang ada kaitannya dengan otomotif tentunya atau mempunyai jurusan teknik mesin. Supaya bahwa kita itu ada, hino itu ada di Indonesia, kemudian kita juga sambil menyumbangkan pengetahuan yang itu sebetulnya sangat bermanfaat, yang kita sebut kayak impor dari Jepang. Selama ini kalau kita jalanin, yang bisa melakukan hanya kita saja orang-orang perusahaan Jepang, seperti juga Isuzu Mitsubishi. Bagi karyawan mungkin tahu apa itu kaizen, apa itu 5S, dan mungkin diterapkan kadang-kadang kitapun cuma terfokus dengan lingkungan kerja saja, setelah di rumah selalu ah itu tidak ada hubungannya. Padahal itu sesuatu yang bermanfaat, kenapa nggak kita sebar ke ini supaya semua bisa mengambil manfaatnya, oh ada to namanya 5S, orang itu harus menata begini begini, nah itu antara lain seperti ide awalnya.”

4. Apakah ada divisi atau departemen khusus yang bertugas untuk melaksanakan program-program yang sesuai dengan konsep CSR, atau bagaimana posisi struktural CSR dalam perusahaan?

“Di Hino Indonesia sudah mulai cuma waktu itu sifatnya belum terorganisir dengan baik, sifatnya cuma ada orang minta sumbangan, memenuhi syarat nggak ya, awalnya seperti itu, tapi akhirnya ya sudah kenapa tidak kita jadikan satu. Karena kami disini adalah bagian dari Hino secara keseluruhan dan ternyata di Hino secara keseluruhan memang ada. Idenya memang dari kami dan sekarang menjadi satu dengan Hino pusat, pemegang kewajiban utama CSR ada di tangan pusat, kalau kita ya ada sementara dipegang para manager dan direktur.”

5. Bagaimana mekanisme persetujuan dilaksanakannya CSR oleh perusahaan?

“Pemegang kewajiban utama CSR ada di tangan pusat, kalau kita ya ada sementara dipegang para manager dan direktur. Semua orang pasti sudah mengerti CSR itu sosial pasti ada panitianya karena perusahaan harus mengeluarkan uang.”

6. Bagaimana mekanisme penentuan sasaran pelaksanaan CSR khususnya bidang pendidikan? Apakah perlu dilaksanakan survey terlebih dahulu?

“Ya justru ini kita belum ada seperti ini, sifatnya kita mempelajari dari proposal atau dari referensi orang yg kita percaya. Selama ini orang yg kita percaya adalah orang yg ada diantara diorganisasi CSR, misalnya direktur apa, kemudian dia melihat ke suatu daerah, ada kunjungan melihat ada suatu sekolah. Nah itu sifatnya, belum ada tim survey. Kalau mau yg lebih tepat meskipun begitu direktur itu melihat ada yg perlu dibantu, meskipun usulan dulu kemudian ada tim survey dulu, perencanaan dulu kira-kira mengena

nggak, kemudian didaerah situ jangan-jangan ada yang istilahnya yg lebih pantas disumbang buakan dia malah sekolah lain.”

7. Bagaimana mekanisme monitoring dan evaluasi program CSR yang pernah dilaksanakan? Apakah hasil evaluasi dijadikan masukan untuk program selanjutnya?

“Mekanisme evaluasi belum ada, efektifitas apakah setelah itu benar-benar digunakan, apakah dirawat, apakah ada kerusakan, belum ada feed back dari penerima. Meskinnya etikanya begitu ya orang dikasih kemudian memberikan laporan setelah sekian lama sudah kita gunakan untuk sekian banyak orang, efeknya seperti apa, bermanfaat apa. Sepertinya ini akan lebih baik, ditambah apa malah? Sambil mengusulkan lagi, belum ada feed back dari si penerima itu belum ada.”

8. Program CSR apa saja yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kompetensi/pengetahuan karyawan?

“Kalau training atau pelatihan karyawan sudah kewajiban untuk meningkatkan kompetensinya. Jadi kalau CSR di kita lebih ke pekerjaan sosial, sumbangan, perusahaan memberikan ke karyawan sifatnya timbal balik. Program pendidikan untuk karyawan tidak dimasukkan ke dalam program CSR didasari oleh komitmen Hino Indonesia untuk menciptakan tempat kerja yang mendorong pertumbuhan pribadi yang sesuai code of conduct atau kode etik perusahaan. Ibaratnya seperti orang tua memberi pada anaknya, itu sudah menjadi kewajiban. Jadi perusahaan berusaha secara aktif mengusahakan pendidikan pelatihan berkelanjutan, untuk fokus pada peningkatan kinerja dan efisiensi dalam rangka mewujudkan potensi maksimal yang dimiliki karyawan. Kalau pelatihan karyawan sudah kewajiban untuk meningkatkan kompetensinya. Jadi kalau CSR di kita lebih ke pekerjaan sosial, sumbangan.”

9. Program CSR apa saja yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kompetensi/ pengetahuan konsumen?

“Kalau ke customer merupakan kewajiban kita untuk memberikan layanan, supaya untuk kelanjutan bisnis yang berkelanjutan jadi itu adalah kewajiban. CSR untuk Karyawan yang lain ada, tapi tidak terlaporkan.”

10. Apakah terdapat tujuan khusus terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial (CSR) di luar visi dan misi CSR Hino, misalnya agar peningkatan penjualan produk Hino?

“CSR ini lebih ke eksternal ya bukan ke internal. Karena ujung-ujungnya kepedulian kita terhadap eksternal baik itu lingkungan penduduk, masyarakat atau alam. Tidak ada tujuan khusus dari CSR hino untuk membuat produk hino laku. Kalau untuk itu sudah ada sendiri yaitu promosi. Karena CSR

pada intinya memberikan sesuatu tanpa ada keinginan untuk dibalas, kayak kita beramal aja yang tidak ada untuk tidak berharap ada balasan, jadi benar-benar murni.”

11. Menurut Bapak, apa motivasi perusahaan dalam pelaksanaan CSR khususnya di bidang pendidikan?

“Motivasi CSR hino tidak untuk produk. Non profitable, jadi kita nggak berharap ada, kalau kita men-CSR sekian, harapan kita akan sekian. Itu murni kepedulian terhadap lingkungan ya itu tadi untuk membuat dunia lebih baik. Jadi tanggung jawab untuk membuat dunia lebih seimbang.”

12. Apa saja faktor yang mempengaruhi pelaksanaan CSR oleh PT.HMSI, misalnya pengaruh peraturan pemerintah, atau faktor yang lainnya?

“Dengan ada atau tidaknya undang-undang yang mengatur mengenai tanggung jawab sosial oleh perusahaan, Hino Indonesia sudah dan akan tetap melaksanakan tanggung jawab sosial tersebut. Dengan adanya undang-undang yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, Hino Indonesia berkomitmen untuk melaksanakan dan mematuhi peraturan perundang-undangan di Indonesia.”

13. Apakah ada pihak yang membantu/bermitra dalam pelaksanaan CSR?

“Itu memang ada (sambil menunjukkan di laporan CSR Hino Indonesia).”

14. Program apa saja yang pernah dilakukan oleh perusahaan dalam bidang pendidikan? Kapan? Apa namanya? Apa saja bentuk programnya? Di mana dan siapa sasarannya?

“Ya itu yang ada di laporan CSR Hino Indonesia (sambil menunjukkan ke laporan CSR Hino Indonesia).”

15. Kendala apa saja yang dialami saat hendak maupun ketika melaksanakan CSR Hino Indonesia khususnya di bidang pendidikan?

“Sebetulnya tidak ada kendala, yg mungkin bukan kendala tapi ketepatan pemberian CSR. Ketepatan itu maksudnya gini, misalnya orang untuk CSR misalnya seperti engine, nah itukan selama ini kita belum ada tim survey. Meskinnya ada orang minta mesti kita survey dulu, tentang kebenaran penggunaannya, urgenitasnya, kira-kira manfaatnya, apakah di sana sudah ada engine yg lain apa belum, dari segi efektifitasnya. Itu kita belum ada tim survey, akhirnya itu bukan kendala tapi ketepatan program.”

**HASIL WAWANCARA PELAKSANAAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. HMSI DENGAN LEMBAGA
PENDIDIKAN**

Hari/ Tanggal : Kamis/ 6 Juni 2013 (melalui telepon)
Nama informan : Pak Rahmat Hidayat, S.T
Jabatan : Kajar Otomotif SMK Bangun Nusantara

Hasil Wawancara :

1. Apakah benar informasi bahwa Bapak sebagai Partisipan dalam pelaksanaan CSR Hino Motor Indonesia?

“Iya benar.”

2. Apakah PT. Hino Motors Sales Indonesia memberitahu akan melaksanakan CSR kepada Bapak?

“Waktu itu kita dapat undangan untuk pelaksanaan csr itu, saya tugas dari kepala sekolah bahwa ikut perwakilan dari sekolah.”

3. Apakah Bapak dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia?

“evaluasi tidak ada pak, jadi hanya ikut saja.”

4. Apakah program CSR yang dijalankan PT. Hino Motors Sales Indonesia bermanfaat?

“Dari segi manfaat, yg waktu itu yang saya rasakan sangat bermanfaat sekali pak ya untuk otomotif bagi sekolah, emang waktu itu kita rencana pengen anak didik kita kunjungan industri ke PT. Hino karena yg saya perhatikan itu cara kerja perakitan kendaraan dari nol sampai jadi. Cuma kapasitas yang di sana maksimal hanya 100 itu 2 gelombang 50-50, cuman anak didik kita kan diatas 300 jadi tidak bisa dilaksanakan, mungkin nanti akan saya omongkan dengan bagian DU/DI sekolah kami untuk pelaksanaan disana, karena saya perhatikan sangat bagus untuk anak-anak, kemarin dibagian perakitan dan servicenya juga iya kita juga dikenalkan juga materinya, jadi sangat bermanfaat pak.”

5. Apakah program tersebut masih berjalan atau ada kelanjutannya?

“Dari hino saya nggak ada, hanya sekali doang waktu itu.”

6. Adakah kendala yang dirasakan saat pelaksanaan CSR oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia?

“Kalau kendala sih nggak ada pak ya kalau jauh ma wajar ya karena wilayah saya dengan saya lumayan jauh, ndak ada kendala pak.”

7. Apa harapan Bapak terhadap pelaksanaan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia terhadap tempat/sekolah Bapak?

“Harapan saya sih kedepannya di setiap sekolah-sekolah itu kalau bisa PT. Hino mengadakan training-training seperti itu, jadi ya penyegaran bagi kami sebagai guru-guru produktif, paling tidak kita taulah bisa memberi gambaran kepada anak-anak industri di luar seperti itu, kalau bisa ke anak-anaknya langsung kita hanya sebagai pendamping. Untuk materi kita diberikan fotokopi atau modul-modul itu yang sebagian kita berikan kepada anak supaya untuk pembelajaran sedikit yang bermanfaat.”

“Saya terima kasih sekali kepada PT. Hino mengadakan training-training seperti itu, sehingga kita bisa memberikan materi gambaran kepada siswa kami untuk mengenal dunia otomotif di luar dan otomotif dunia di perusahaan-perusahaan. Bahwa kalau bisa diadakan paling tidak setahun sekali untuk mengundang kami untuk melaksanakan training-training seperti itu, kalau bisa materi materinya lebih banyak ke otomotifnya.”

**HASIL WAWANCARA PELAKSANAAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. HMSI UNTUK LEMBAGA
PENDIDIKAN**

Hari/ Tanggal : Kamis/ 6 Juni 2013 (melalui telepon)
Nama informan : Purwanto
Jabatan : Kabid Humas dan Hubin SMK Negeri 4
Tangerang

Hasil Wawancara :

1. Apakah benar informasi bahwa Bapak sebagai Partisipan dalam pelaksanaan CSR Hino Motor Indonesia?

"Iya betul."

2. Apakah PT. Hino Motors Sales Indonesia memberitahu akan melaksanakan CSR kepada Bapak?

"Kita dapat undangan"

3. Apakah Bapak dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia?

"evaluasi tidak ada."

4. Apakah program CSR yang dijalankan PT. Hino Motors Sales Indonesia bermanfaat?

Itu memang betul sekali terutama untuk semua sekolah-sekolah. Yang saya rasa sekolah memang penting sekali, sekolah swasta tdk bisa apa2 kalau hanya sekitar sekolah saja, itu sebaiknya diberikan training untuk guru2 otomotif, semua guru negeri maupun swasta, soalnya yang saya tau semua guru2 itu hanya kulitnya saja taunya secara teori tau tapi kalau diunjukin nggak ngerti, mohon maaf ya. Apakah program tersebut masih berjalan atau ada kelanjutannya?

5. Apakah program tersebut masih berjalan atau ada kelanjutannya?

"Jadi perlulah ada penataran lanjutan itu ya dipilih lah sekolah-sekolah mana yang perlu. Hanya ada yang mengambil hanya memenuhi kebutuhan hidup aja sekedar tau aja. Jadi mungkin kalau dari sekolah diambil yang benar-benar, kemudian di tangerang, misalnya salah satu di SMK 2 diambil otomotifnya, di SMK 4 kebetulan tdk ada jurusan otomotifnya, tapi perlu juga untuk pengetahuan dasarnya."

6. Adakah kendala yang dirasakan saat pelaksanaan CSR oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia?

“Bagus mas, bagus sekali mas.”

7. Apa harapan Bapak terhadap pelaksanaan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia terhadap tempat/sekolah Bapak?

“Kalau dari Hino mau mengadakan lagi mas, ambil sekolah-sekolah yang beber-bener jurusannya yang nanti akan mengejar di jurusan itu jangan sampai meleset, asal-asal memenuhi target aja gitu, kalau memang jurusan otomotif bener jurusan otomotif yang diambil jangan hanya memenuhi target, soalnya kebanyakan kemarin hanya memenuhi target doang, dari materi secara dasarnya otomotif, dari permesinnya seperti ini, dari elektriknya seperti ini, untuk autobodinya seperti ini, untuk chasisnya dan sebagainya, itu lebih bagus menurut saya. Soalnya selama ini saya mengikuti penataran di hino sampai ke cikarang waktu itu ya saya itu seperti itu, tapi saya tau persis, hanya tau kulitnya saja.”

**HASIL WAWANCARA PELAKSANAAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. HMSI UNTUK LEMBAGA
PENDIDIKAN**

Hari/ Tanggal : Kamis/ 6 Juni 2013 (melalui telepon)
Nama informan : Suherman
Jabatan : Instruktur Otomotif BLK Kab. Tangerang

Hasil Wawancara :

1. Apakah benar informasi bahwa Bapak sebagai Partisipan dalam pelaksanaan CSR Hino Motor Indonesia?

“Iya”

2. Apakah PT. Hino Motors Sales Indonesia memberitahu akan melaksanakan CSR kepada Bapak?

(tidak ada jawaban)

3. Apakah Bapak dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia?

(tidak ada jawaban)

4. Apakah program CSR yang dijalankan PT. Hino Motors Sales Indonesia bermanfaat?

“Ya manfaatnya ya adalah lah”

5. Apakah program tersebut masih berjalan atau ada kelanjutannya?

“Untuk kelanjutan training belum tu belum ada”

6. Adakah kendala yang dirasakan saat pelaksanaan CSR oleh PT. Hino Motors Sales Indonesia?

“Tidak ada kendala, bagus-bagus”

7. Apa harapan Bapak terhadap pelaksanaan CSR PT. Hino Motors Sales Indonesia terhadap tempat/sekolah Bapak?

“Ya kalau bisa ya lebih baik dari tahun sebelumnya, kemarin sudah baik, kalau mau lebih baik lagi ya harus lebih banyak praktiknya lah.”