

**IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) YAYASAN KOMATSU INDONESIA PEDULI DALAM
MEWUJUDKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN
PT KOMATSU INDONESIA**

Nur Maliha¹ Nining Latianingsih² Azwar³

Politeknik Negeri Jakarta, Depok, Indonesia, nurmaliha2009@gmail.com¹
Politeknik Negeri Jakarta, Depok, Indonesia, nining.latianingsih@bisnis.pnj.ac.id²
Politeknik Negeri Jakarta, Depok, Indonesia, Azwar@bisnis.pnj.ac.id³

ABSTRACT

Company's should have a social responsibility to the community and the surrounding environment by implementing Corporate Social Responsibility (CSR). This research use descriptive qualitative method. Data were collected used 3 methods, namely observation, documentation, and interviews. The results of this research is that the implementation of the CSR of the Yayasan Komatsu Indonesia Peduli using the Tripple Bottom Line implementation approach. Based on the results of the interviews, the CSR Programs that impelemented by YKIP is based on vision, mission, values and company policies are summarized in 3 pillars, namely community development, education concern, and humanity aid. In generally, the conclusions of this research are that the CSR programs conducted by Yayasan Komatsu Indonesia Peduli (YKIP) have a role in forming the positive image of PT Komatsu Indonesia, and also the community of RW 03 in Sukapura Village as the object of the CSR programs felt helped and cared for by these programs.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Image, Triple Bottom Line, Company Existence.

ABSTRAK

Perusahaan sudah seharusnya memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan sekitar dengan menerapkan kegiatan *Corporate Social Responcibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dengan melakukan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa implementasi CSR Yayasan Komatsu Indonesia Peduli menggunakan pendekatan implementasi *Tripple Bottom Line*. Berdasarkan hasil wawancara program-program CSR yang diterapkan oleh YKIP berpedoman pada visi-misi, nilai serta kebijakan perusahaan yang dirangkum dalam 3 pilar yaitu pembangunan masyarakat, pendidikan, dan bantuan kemanusiaan. Secara keseluruhan kesimpulan dari penelitian ini yaitu program-program CSR

yang dilakukan Yayasan Komatsu Indonesia Peduli (YKIP) berperan dalam pembentukan citra positif perusahaan PT Komatsu Indonesia dan masyarakat RW 03 Kelurahan Sukapura sebagai penerima program CSR merasa terbantu dan diperdulikan dengan adanya program-program CSR yang diadakan oleh YKIP.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility, Citra Perusahaan, Triple Bottom Line, Eksistensi Perusahaan*

To Cite This Artikel

Pertama, N.P. Kedua, P. & Ketiga, P. (2019). Judul Hendaknya Ringkas dan Informatif Tidak Lebih dari 15 Kata dalam Bahasa Indonesia. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol No Tahun Alamat DOI

PENDAHULUAN

Perusahaan di era globalisasi seperti sekarang ini tidak lagi hanya mementingkan sebuah *profit* tetapi juga harus memperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kehadiran masyarakat bisa membantu perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan eksistensi perusahaan. Keselarasan keduanya akan membuat kemajuan perusahaan serta menguntungkan segala pihak termasuk para *stakeholder* perusahaan. Media yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk membangun kualitas kinerja perusahaan adalah dengan membentuk divisi *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pemerintah telah mengeluarkan peraturan yang khusus mengatur tentang isu ini di dalam Undang-Undang Dasar No. 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan semua perseroan terbatas menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Menurut Elkington dalam Wibisono (2007: 32-33) menyatakan bahwa konsep CSR melalui prinsip *Triple Bottom Line*, dimana setiap perusahaan yang melaksanakan CSR harus berpedoman pada

3 prinsip dasar yaitu *People, Planet* dan *Profit* atau lebih dikenal dengan istilah 3P yaitu selain mengejar *profit*, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Salah satu manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan CSR adalah untuk meningkatkan citra perusahaan. Menurut Jefkins dalam Suryanto (2016: 7) citra perusahaan adalah citra yang berkaitan dengan sosok perusahaan untuk menciptakan citra positif, lebih dikenal serta diterima publik. Konsep CSR sangat berkaitan erat dengan keberlangsungan atau *sustainability* perusahaan. Menurut Hidayah (2019: 7) keberlangsungan perusahaan akan tetap terjaga dan menuai kesuksesan dengan memperhatikan citra perusahaan.

PT Komatsu Indonesia menjalankan program CSR melalui Yayasan Komatsu Indonesia Peduli yang dibentuk pada tahun 2006. Implementasi CSR yang diterapkan oleh PT Komatsu Indonesia melalui YKIP telah berfokus di bidang ekonomi, sosial, dan pendidikan. Adapun program-program CSR yang dikonsepsikan oleh Yayasan Komatsu

Indonesia Peduli dibagi menjadi 3 jenis yaitu *Surrounding Community, Education Concern, dan Humanity Aid*. Program-program CSR PT Komatsu Indonesia banyak dilaksanakan pada RW 03 Kelurahan Sukapura yang merupakan *ring 1* sasaran penerima bantuan CSR. Wilayah RW 03 Kelurahan Sukapura dikategorikan *ring 1* karena letak lokasinya yang paling dekat dengan perusahaan sehingga dianggap sebagai wilayah yang paling terkena dampak dari kegiatan operasional perusahaan.

Berdasarkan latarbelakang di atas, dapat disimpulkan bahwa CSR sangat penting untuk menentukan keberlangsungan perusahaan dan membangun citra positif di masyarakat khususnya masyarakat RW 03 Kelurahan Sukapura yang merupakan *ring 1* sasaran penerima bantuan CSR perusahaan. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) YKIP Terhadap Citra Perusahaan PT Komatsu Indonesia”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Untung (2014:2) CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Pelaksanaan ini harus memperhatikan dan menghormati tradisi budaya masyarakat disekitar lokasi kegiatan usaha tersebut.

Regulasi Corporate Social Responsibility

Pemerintah telah mengeluarkan peraturan yang khusus mengatur tentang isu

ini di dalam Undang-Undang Dasar No. 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan semua perseroan terbatas menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Konsep CSR

Elkington dalam Wibisono (2007: 32-33) menyebutkan bahwa konsep CSR melalui prinsip *Triple Bottom Line*, dimana setiap perusahaan yang melaksanakan CSR harus berpedoman pada 3 prinsip dasar yaitu *People, Planet, dan Profit* atau lebih dikenal dengan istilah 3P yaitu selain mengejar *profit*, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Manfaat CSR

Menurut Kotler dan Lee dalam Nova (2012: 321) Manfaat pelaksanaan CSR yaitu:

- a. Memperkuat *brand positioning*
- b. Meningkatkan reputasi dan citra perusahaan
- c. Meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan atau organisasi.
- d. Menciptakan preferensi merek dan mendorong peningkatan penjualan
- e. Memberikan dampak terhadap perubahan sosial, dan penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.
- f. Membangun hubungan yang tulus antara perusahaan dengan komunitas.
- g. Meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan.

Citra Perusahaan

Kotler dan Suryanto (2016:156) menyatakan bahwa citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.

Menurut Harrison dalam Ulum dkk. (2014:3-4) citra perusahaan memiliki empat aspek, yaitu:

- a. *Personality*, keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran perusahaan.
- b. *Reputation*, hal yang telah dilakukan perusahaan yang diyakini publik berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain.
- c. *Value*, nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan
- d. *Corporate Identity*, komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

METODE RISET

Penelitian ini dilaksanakan di Yayasan Komatsu Indonesia Peduli yang merupakan Divisi CSR PT Komatsu Indonesia yang berlokasi di Jl. Raya Cakung Cilincing KM. 4, Jakarta Utara. Penulis memilih tempat tersebut untuk penelitian dengan pertimbangan karena perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan multinasional terbesar di Jakarta Utara yang gencar melaksanakan kegiatan CSR di lingkungan sekitar perusahaan. Penelitian ini dilaksanakan pada semester VIII tepatnya pada bulan Maret 2020 hingga Juli 2020. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan

metode kualitatif. Informan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 6 orang yang diambil dengan menggunakan Teknik *Purposive Sampling* karena sampel yang digunakan merupakan sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu yang dianggap sangat mengetahui kondisi dan situasi dari latar belakang penelitian yang dilakukan oleh penulis. Penulis memilih informan yang terdiri dari 2 orang pihak perusahaan dan 4 orang pihak warga RW 03 Kelurahan Sukapura Jakarta Utara.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan hasil data primer dan sekunder. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi atau pengumpulan data yang bermacam-macam yang dilakukan secara terus-menerus sampai menghasilkan analisis data yang dianggap tepat dan sesuai.

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan beberapa fakta yang ditemukan di lapangan dan menyajikannya dalam bentuk uraian.

Pengimplementasian CSR mulai dilakukan oleh PT Komatsu Indonesia sejak perusahaan ini berdiri dan mulai disusun program-program secara terstruktur pada tahun 2006 sejak Yayasan Komatsu Indonesia Peduli dikukuhkan. Program pertama yang dijalankan secara terstruktur yaitu bantuan pendidikan dan pembangunan fasilitas umum di wilayah RW 03 Kelurahan Sukapura.

Program-program CSR yang diimplementasikan oleh YKIP memiliki

tujuan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Tanggung jawab sosial tersebut berwujud kepedulian terhadap perekonomian dan pengembangan masyarakat sekitar. Yayasan Komatsu Indonesia dalam menjalankan program CSR berpedoman pada tiga poin penting yang dijadikan tujuan diantaranya meningkatkan kualitas hidup, membangun masyarakat, dan tumbuh bersama masyarakat.

Program CSR yang dijalankan juga berpedoman pada Visi dan Misi Yayasan Komatsu Indonesia Peduli. Visi dan Misi tersebut mengandung poin penting berupa 3 (pilar) yaitu *Community Development*, *Education Concern*, dan *Hummanity Aid* yang dijadikan pedoman dalam membentuk dan melaksanakan program-program CSR.

Pedoman lain yang dijadikan landasan yaitu kebijakan perusahaan, permintaan dari masyarakat, dan pembagian wilayah pembagian wilayah program. Pembagian wilayah program CSR khusus untuk masyarakat dan lingkungan sekitar terbagi menjadi tiga ring yaitu RW 03 sebagai ring 1 RW 02 sebagai ring 2 dan Kelurahan Sukapura sebagai ring 3. YKIP menyadari bahwa keberadaan masyarakat sangatlah penting bagi perusahaan untuk menjaga eksistensi perusahaan agar masyarakat dan perusahaan bisa hidup berdampingan tanpa adanya konflik yang besar.

Adapun tujuan khusus dari YKIP tertuang dalam visi-misi YKIP yaitu meningkatkan kualitas hidup, membangun yang mandiri, dan tumbuh serta hidup berdampingan dengan masyarakat. Program-program yang selama sedang/sudah dijalankan cukup dikatakan sudah efektif

karena tujuan dari pengimplementasian tersebut sudah bisa dikatakan tercapai seperti terjalannya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat. Perusahaan berhasil hidup berdampingan dengan masyarakat dengan dibuktikan tidak adanya konflik besar yang menimbulkan gesekan dari masyarakat.

YKIP dalam menjalankan CSR memiliki pedoman kerja yang terdapat dalam sebuah *Handbook* operasional dan dijadikan sebagai SOP dalam mengimplementasikan program CSR. Pedoman kerja di dalam *handbook* tersebut berisi 4 aspek yang harus diperhatikan dalam menentukan atau menjalankan sebuah program CSR yaitu Perencanaan, Implementasi, Evaluasi, dan Pelaporan.

Pengimplementasian CSR yang dijalankan oleh YKIP terhadap masyarakat RW 03 Sukapura dikategorikan ke dalam bidang *Surrounding Community Development*. Jika merujuk pada teori yang diungkapkan oleh Elkington terkait konsep *Tripple Bottom Line (Profit, People, Planet)*, program CSR yang diterapkan oleh perusahaan untuk masyarakat RW 03 sudah berfokus pada aspek *Profit*, *People*, dan *Planet*. YKIP menganggap bahwa ketiga aspek itu merupakan aspek yang penting untuk dijadikan fokus program CSR. Adapun program-program yang berfokus pada *Profit* dengan tujuan pengembangan masyarakat atau ekonomi yaitu:

1. Program Pelatihan *Sewing* (menjahit) pada tahun 2008
2. Pelatihan BLK Skill Monit Mobil dan Motor tahun 2008
3. Program BMT (Peminjaman Modal Usaha) tahun 2008, dan

4. Program Bank Sampah sejak tahun 2014 hingga sekarang.

Selanjutnya untuk Implementasi program CSR yang berfokus pada aspek *People* yaitu:

1. Program Bantuan Pendidikan,
2. Bantuan Sarana dan Prasarana Sekolah
3. Program Kesehatan Posyandu Balita dan Lansia
4. Bantuan pembangunan sarana dan prasarana umum
5. Program perayaan kesenian dan budaya
6. Program bantuan kemanusiaan

Konsep implementasi program-program CSR untuk aspek *Planet* yang dijalankan oleh YKIP dengan tujuan untuk melestarikan lingkungan yaitu:

1. Program Bank Sampah
2. Program Penanaman Pohon Dalam Pot
3. Program Pembuatan Tempat Sampah.

Masyarakat RW 03 menjadikan Yayasan Komatsu Indonesia Peduli sebagai *role model* bagi perusahaan lain agar bisa meniru program-program yang dijalankan oleh YKIP sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan turut serta untuk berkontribusi dalam bentuk kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Hal itu membuktikan bahwa reputasi dan citra perusahaan di mata masyarakat adalah positif. PT Komatsu dipandang oleh masyarakat sebagai perusahaan yang "*low profile*" meskipun salah satu perusahaan multinasional terbesar di Indonesia tetapi tetap rendah hati ketika menjalankan program-program CSR yang besar. Konsep kerja "*Low Profile*" ini ternyata memang sudah menjadi tujuan dari Yayasan Komatsu Indonesia dalam menjalankan seluruh program-program CSR.

Perusahaan tetap membuka akses untuk media jika ingin meliput namun tidak mengundangnya secara sengaja untuk mempublikasikan program CSR yang dijalankan.

Jargon yang selalu digaungkan YKIP dan menjadi salah satu tujuan dari pengimplementasian CSR adalah "*Growth With Society*" yang artinya perusahaan ingin masyarakat dapat tumbuh dan berjalan berdampingan dengan perusahaan melalui program-program CSR yang dijalankan dengan harapan terciptanya pembangunan yang berkelanjutan untuk masyarakat sekitar. Tujuan pembangunan berkelanjutan tersebut sejalan dengan teori konsep CSR dari Setyaningrum (2011:3) yang menyatakan bahwa konsep CSR bertujuan untuk menjalankan tanggung jawab sosial dalam mencapai pembangunan berkelanjutan yang dianggap penting sebagai perpanjangan tangan perusahaan untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan bagi suatu negara. Terdapat SOP dalam pengimplementasian program CSR yang terdapat dalam *handbook* operasional YKIP mulai dari alur hingga anggaran dana yang diperhitungkan dalam menjalankan sebuah program. Program-program yang dijalankan oleh YKIP terbagi menjadi 2 jenis yaitu program berkelanjutan dan program yang bersifat sesuai kasus pada tahun tersebut. Program CSR yang dilakukan oleh YKIP memberikan manfaat dan dampak positif bagi masyarakat sekitar perusahaan. Program-program CSR yang dijalankan oleh YKIP sudah berfokus pada 3 pilar sesuai dengan teori *Tripple Bottom Line* yaitu berfokus pada ekonomi, sosial, lingkungan.

Program-program CSR yang diterapkan YKIP membuat para penerimanya memahami salah satu karakteristik perusahaan yaitu peduli dan “*Low Profile*” yang membentuk persepsi masyarakat sekitar. Melalui program CSR perusahaan mampu menyampaikan nilai positif tentang kepedulian terhadap manusia dan lingkungan. YKIP melaksanakan program CSR bukan untuk branding tetapi murni untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Reputasi akan terbentuk dengan sendirinya ketika perusahaan sudah memberika kepedulian secara konsisten. Reputasi PT Komatsu Indonesia sangat positif di mata masyarakat hingga program-program CSR perusahaan dijadikan *role model* bagi perusahaan lain. Reputasi yang baik akan berpengaruh kepada pembentukan citra positif perusahaan sehingga eksistensi PT Komatsu Indonesia tetap terjaga. Hal ini dibuktikan dengan tidak adanya konflik besar yang menimbulkan gesekan antara kedua belah pihak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan berjalan harmonis sampai saat ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Program-program CSR yang dijalankan oleh YKIP ternyata memang memiliki peranan dalam membentuk citra perusahaan. Program-program CSR tersebut membuat PT Komatsu Indonesia dikenal oleh masyarakat sebagai perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Kepedulian yang dilakukan oleh PT Komatsu Indonesia selalu konsisten dalam semua aspek seperti ekonomi, sosial masyarakat, dan kelestarian lingkungan. PT Komatsu Indonesia berhasil diterima oleh masyarakat sekitar dengan

reputasi yang baik dan dikenal dengan perusahaan yang memiliki sifat “*Low Profile*” dan mau berbaur dengan masyarakat.

YKIP sebagai lembaga sosial PT Komatsu Indonesia diharapkan dapat memperbanyak program-program yang sifatnya pemberdayaan berkelanjutan dan tidak hanya charity dan social activity saja.. Pihak YKIP juga diharapkan sering melakukan survei dan mendiskusikan rencana program tahunan kepada perwakilan masyarakat sekitar agar lebih terjadi kerjasama yang terstruktur dan bersinergi satu sama lain.

CATATAN AKHIR

Ucapan terima kasih disampaikan Penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam penelitian baik dalam bentuk support dana, perizinan, pembimbingan dan dalam pengambilan data.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agung, Anak Agung Putu. 2012. “Metodologi Penelitian Bisnis”. Malang: UB Press Achmad, dkk. 2012. Layanan Cinta Perwujudan Layanan Prima Perpustakaan. Jakarta: Sagung Seto
- Sugiyono. 2017. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.” Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, Syarifudin S. Gasing. 2016. “Public Relations”. Yogyakarta: Andi Offset.

Wibosono, Yusuf. 2007. "Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)". Gresik: Fascho Publishing.

Afifah, Marizka Nur. 2019. "Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di PT Angkasa Pura 1 (Persero) Bandar Internasional Juanda".

Hidayah, Tsania Rosania. 2019. "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Semen Gresik di Rembang)".

Setyaningrum, Dyah Ayu. 2011. "Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat (Studi Kasus pada PT APAC INTI CORPORA, BAWEN)".

Jurnal

Satya & Syarif. 2017. "Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada PT Sucofindo Tahun 2017)". Dalam e-Journal E-Proceeding of Management, ISSN: 2355-9357 Vol. 5, No. 5 (Agustus, 2018). Malang.

Ulum, Bahrul dkk. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra (Survei Pada Warga Sekitar PT. Sasa Inti Gending-Probolinggo)". Dalam e-Journal Administrasi Bisnis, Vol. 8, No. 1 (Februari, 2014). Malang.