

Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Dan Pengaruhnya Terhadap Pembentukan Reputasi Perusahaan Studi Kasus : PT Unilever Indonesia

Anna Purnama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=130615&lokasi=lokal>

Abstrak

CSR di Indonesia baru mulai berkembang beberapa tahun yang lalu jadi kenyataannya masih banyak perusahaan yang hanya melaksanakan CSR secara tidak benar. Dalam hal ini Unilever sebagai salah satu perusahaan besar di Indonesia dan merupakan perusahaan terbuka sudah seharusnya mempunyai program CSR yang

terencana maka dari itu penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui detail pelaksanaan CSR di Unilever apakah program CSR nya hanya semata mata untuk terlihat baik saja atau memang dilaksanakan secara terencana dan bertanggungjawab. Penelitian ini juga akan melihat pengaruh CSR nya terhadap reputasi Unilever Indonesia di mata para stake holder nya.

Adapun tujuan penelitian terhadap CSR Unilever Indonesia ini adalah untuk mengetahui apakah praktek CSR yang dijalankan oleh Unilever Indonesia ini telah dilaksanakan sesuai dengan praktik CSR yg benar dan bagaimana pengaruh program CSR Unilever Indonesia ini terhadap pembentukan reputasi di mata stakeholder Unilever Indonesia.

Dalam rangka untuk mendapatkan data primer maka metode penelitian yang adalah menggunakan metode Qualitative research dengan menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur dengan pihak stakeholder Unilever. Sedangkan untuk mendapatkan data sekunder, metode penelitian yang akan dipakai adalah riset melalui internet (world wide web), referensi, jurnal, artikel.

Walaupun berdasarkan temuan bahwa Unilever telah melaksanakan CSR sesuai prinsip dari beberapa teori, namun berdasarkan temuan bahwa dalam pelaksanaannya masih ada hal hal yang perlu diperbaiki yaitu diantaranya seperti adanya pro dan kontra di mata para Stakeholders Unilever atas strategi CSR Unilever yang selalu menggandeng merek nya di dalam melakukan CSR, program-program CSR Unilever kegiatannya lebih banyak terfokus di pulau Jawa, kurang adanya pemerataan program di luar pulau Jawa dan untuk program woman entrepreneur, bantuan Unilever dalam hal akses ke market masih belum maksimal.

Ada pun saran yang diberikan untuk perkembangan pelaksanaan CSR Unilever di antaranya adalah: (1) Mengadakan dan memperbanyak Program CSR yang membawa nama korporat dan mengkomunikasikannya pada stakeholder Unilever, (2) Mengembangkan program CSR di kabupaten-kabupaten diluar Pulau Jawa, (3) Membantu pengembangan produk daur ulang.

.....The development of Corporate Social Responsibility in Indonesia has urged corporations to practice Corporate Social Responsibility. CSR's implementations in corporations are different one to another. Due to the fact that it is considered a new concept therefore there are so many corporations implementing it the

wrong way.

PT Unilever Indonesia Tbk, a public listed company and also considered as one of the big corporation in Indonesia is expected to implement a very well plan CSR, therefore the research is held in order to know the detail implementation of Unilever's CSR program, whether Unilever doing it the right way. and also in order to know how the CSR program influenced its reputation in the eye of its stakeholders. The objectives of the research are:

The objectives of the research are:

1. To find out whether Unilever already practice a good CSR
2. To find out the influence of Unilever's CSR for the development of its reputation in the eye of its stakeholders.

In order to gain primary data, Qualitative research using interview technique to interview the stakeholders of Unilever is used. And in order to gain secondary data, the techniques used are through internet, literatures, and articles.

The finding and analysis shown that Unilever is already implementing the CSR guidelines according to OECD and Prof Alyson Warhursts, yet the researcher/writer found that there are some issues regarding the CSR implementation which are: 1) there are pros-cons from stakeholders due to Unilever's CSR Strategy that almost always tie the CSR with its brands, 2) most of its CSR's programs focus only in Java island, and 3) the woman entrepreneur program is not maximum in terms of market access. Meanwhile, despite of several issues mentioned above, the Unilever CSR programs already develop good reputation in the eyes of their stakeholders