

Evaluasi program tanggung jawab sosial sektor swasta (corporate social responsibility) sebagai alat komunikasi perusahaan

Hendri Budi Satrio, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72446&lokasi=lokal>

Abstrak

Program tanggung jawab sosial perusahaan swasta atau lebih dikenal dengan corporate social responsibility (CSR) merupakan suatu program yang masih penuh kontroversi. Ada pihak yang mendukung CSR dan menyadari pentingnya CSR dilakukan oleh perusahaan, namun ada yang tidak mendukung dengan beranggapan bahwa tidak mungkin program CSR dapat menguntungkan perusahaan di masa mendatang karena hanya membuang uang perusahaan.

Penelitian ini mengambil kasus PT. Unilever Indonesia karena PT. Unilever Indonesia merupakan salah satu perusahaan besar di Indonesia. Perusahaan ini sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1934. PT. Unilever Indonesia mengklaim dirinya sebagai satu-satunya perusahaan di Indonesia yang tidak terkena dampak krisis moneter. Selain itu PT. Unilever Indonesia sedang melakukan tiga program CSR yaitu SME Development, Forum Brantas Bersih dan Program ICD.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui sebab-sebab PT. Unilever Indonesia melakukan program CSR dan bagaimana CSR dijadikan alat komunikasi perusahaan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan model komunikasi yang digunakan adalah P-Proses.

Dari penelitian ini diketahui bahwa PT Unilever Indonesia melaksanakan CSR karena program CSR sejalan dengan falsafah, tujuan dan keyakinan perusahaan. PT. Unilever Indonesia telah membuktikan keuntungan menjalankan program CSR. Perusahaan atau sektor swasta lainnya diharapkan dapat mengadopsi atau bahkan menciptakan program CSR karena selain sangat mudah dilakukan, CSR juga sangat menguntungkan perusahaan dan stake holdernya.