



I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedang berkembang untuk dilaksanakan oleh beberapa perusahaan di Indonesia. Program CSR ini menitikberatkan pada tanggung jawab sosial perusahaan yang orientasinya terhadap masyarakat dan bisnis. Dalam menjalin hubungan dengan masyarakat perusahaan melakukan upaya dalam hal membangun citra positif terhadap masyarakat dengan tujuan membangun rasa kepercayaan kepada perusahaan. Dalam hal bisnis perusahaan memiliki kebijakan mengenai strategi perusahaan dalam memperoleh profit dan upaya memenangi persaingan.

Pada awalnya tanggung jawab sosial dilakukan dengan sukarela untuk membangun citra positif di mata masyarakat. Namun berdasarkan peraturan perundang-undangan yang memuat kaidah implementasi tanggung jawab sosial terdapat pada Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007, yang merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap aspek sosial, aspek ekonomi, dan lingkungan terhadap dampak dari kegiatan operasional atau aktivitas yang dilakukan perusahaan, serta bagaimana perusahaan menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungannya.

PT Panasonic Manufacturing Indonesia merupakan *brand* elektronik yang paling terkemuka dengan sederet produknya yang inovatif, melalui *brand*-nya yang dikenal secara umum dengan nama Panasonic, Panasonic Corporation merupakan manufaktur kelas dunia di bidang produk elektronik, khususnya dalam memproduksi peralatan yang digunakan untuk kebutuhan konsumen awam, bisnis dan industri. Kegiatan operasionalnya tentu memberikan dampak bagi lingkungan sekitar. Program CSR merupakan strategi yang diambil oleh PT Panasonic Manufacturing Indonesia untuk memperoleh citra positif antara perusahaan dengan segala aktivitasnya dengan masyarakat setempat.

1.2 Tujuan

1. Menguraikan implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh PT Panasonic Manufacturing Indonesia.
2. Menguraikan manfaat dari pelaksanaan program kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh PT Panasonic Manufacturing Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

1.3 Manfaat Bagi PT Panasonic Manufacturing Indonesia

Manfaat dari tugas akhir yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Panasonic Manufacturing Indonesia” sebagai berikutmenciptakan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat antara institusi tempat PKL dengan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Manfaat lainnya perusahaan dapat mengkaji, meninjau masukan atau rekomendasi yang diberikan relevan dan bermanfaat terutama untuk kemajuan perusahaan.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari Tugas Akhir yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Panasonic Manufacturing Indonesia” ini meliputi :

1. Program yang dijalankan oleh PT Panasonic Manufacturing Indonesia.
2. Pelaksanaan program CSR oleh PT Panasonic Manufacturing Indonesia sudah sesuai dengan peraturan yang berlaku.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies