

## ABSTRAK

Tesis ini bertujuan untuk mengevaluasi program *Economic Empowerment for Entrepreneurs with Dissability* (EMPOWERED) sebagai program CSR Allianz Indonesia dalam mendukung keunggulan kompetitif perusahaan. Metoda yang digunakan dalam tesis ini adalah metoda kualitatif dengan melakukan studi kasus. Penelitian ini menggunakan teori *Resource Based View* dan *framework* dari Falkenberg dan Brunssael (2011) untuk menilai hasil pelaksanaan CSR dalam mendukung keunggulan kompetitif perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa Allianz Indonesia mampu menggunakan semua sumber daya dan kapabilitasnya baik berupa sumber daya yang berwujud maupun yang tidak berwujud seperti kompetensi, pengetahuan, komitmen, keahlian dan pengalamannya untuk melaksanakan dan mendukung keberhasilan EMPOWERED sebagai program CSR yang unik serta berbeda dari pesaingnya. Implementasi strategi dan sumber daya Allianz yang digunakan dalam EMPOWERED telah menciptakan hasil dan manfaat yang nyata sesuai dengan *core value* yang dimiliki oleh Allianz. Sedangkan berdasarkan *framework* penilaian hasil EMPOWERED bisa disimpulkan bahwa EMPOWERED telah mencapai tahap pada bagian dari *strategic necessity* perusahaan yakni memenuhi peraturan yang ada serta menyesuaikan dengan kebutuhan industri. Evaluasi program EMPOWERED tidak memiliki manfaat keunggulan kompetitif perusahaan secara internal. EMPOWERED berfokus pada kegiatan eksternal dan tidak terkait dengan upaya menaikkan pendapatan atau upaya untuk menurunkan biaya perusahaan. Manfaat yang didapatkan dari EMPOWERED mengarahkan Allianz Indonesia untuk mendapatkan keunggulan kompetitif secara tidak langsung berupa reputasi bagi pemangku kepentingan yang terlibat dalam program EMPOWERED. Dengan melaksanakan program pemberdayaan ekonomi dan literasi keuangan bagi wirausaha penyandang disabilitas membantu Allianz Indonesia memperoleh citra yang cukup baik sebagai perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap wirausaha disabilitas secara khusus dan masyarakat pada umumnya. Reputasi tersebut akan bermanfaat bagi perusahaan dalam menjalin hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti meningkatkan hubungan baik dengan konsumen dan pemerintah, menarik dan meningkatkan loyalitas karyawan.

Kata kunci: *Resources Based View*, CSR, keunggulan kompetitif

## **ABSTRACT**

This thesis intends to evaluate the Economic Empowerment for Entrepreneurs with Dissability (EMPOWERED), a part of Allianz Indonesia's Corporate Social Responsibility (CSR program). I use case study design to achoeve the research objective. The study of utilizes Resource Based View and framework of Falkenberg and Brunssael (2011) to evaluate the CSR's program effectiveness to support organization' competitive advantage. The result of study shows Allianz Indonesia ability to utilize all resources and capability (e.g. knowledge, commitment, expertise, competency, and experience) to support the succes of EMPOWERED program as a unique CSR program comparet to its competitor. The implementation strategy and resources utilized by Allianz Indonesian for EMPOWERED has established a result that is in allignment with Allianz's core values. Upon analyzing the framework results, it shows that EMPOWERED has reached the company's strategic necessity stage: ability to obey the rules and ability to adapt to support industry' requirement. The program evaluation shows that EMPOWERED does not have competitive advantage internally within organization. EMPOWERED focuses on external activities and does not relate with profitability nor efficiency of the organization. The benefit of EMPOWERED for Allianz Indonesia is to be able, indirectly, to get competitive advantage by gaining reputation from the stakeholder of EMPOWERED. By empowering disabled individuals with financial knowledge, literacy and supporting economic program, Allianz Indonesia has achieved a reputation as an organization that understand the importance of social responsibility and support disabled entrepreneurs and society. This reputation will benefit the organization to establish relationship with the government, consumers and improve employee loyalty within the organization.

Keyword: Resources Based View, CSR, competitive advantage