

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Prakata	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Intisari	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Manfaat Penelitian	5



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Evaluasi pelaksanaan corporate social responsibility :: Studi kasus pada PT Toyota Astra Motor
WULANDARI, Endah Sri, Fahmi Radhi, Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tanggungjawab Sosial Perusahaan.....	9
2.2 Perkembangan <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	13
2.3.Dampak Operasi Perusahaan.....	17
2.3.1 Dampak Ekonomi.....	18
2.3.2.Dampak Lingkungan.....	22
2.3.3 Dampak Lingkungan.....	25
2.4. Ruang Lingkup dan Manfaat CSR.....	28
2.5. Pelaporan Program CSR.....	30
2.6. Key Performance Indicator (KPI).....	38
 BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	 40
3.1 Sejarah PT. Toyota Astra Motor.....	40
3.2 Filosofi, Visi dan Misi Perusahaan.....	41
3.2.1. Filosofi PT. TAM.....	41
3.2.2. Visi PT. TAM.....	42
3.2.3. Misi PT. TAM.....	42
3.3. Bisnis Proses.....	42
3.4. Produk-produk Toyota Indonesia.....	46
3.5. Struktur Organisasi dan SDM	47
3.6. Diagram Alir Aktivitas Bisnis Perusahaan	48
3.7. Lokasi Operasional Organisasi.....	50
3.8. Stakeholder Perusahaan	52



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Evaluasi Pelaksanaan CSR PT. TAM.....	55
4.1.1. Analisa Komitmen Perusahaan Terhadap CSR	55
4.1.1.1. Komitmen Shareholder.....	55
4.1.1.2. Analisa Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan terhadap CSR.....	59
4.1.2. Pelaksanaan CSR TAM Berdasarkan Kepentingan <i>Stakeholder</i>	64
4.1.2.1 <i>Shareholder</i>	64
4.1.2.2. Karyawan	65
4.1.2.3. Supplier	70
4.1.2.4. Konsumen	72
4.1.2.5. Masyarakat	74
4.1.2.6. Pemerintah	88
4.2.6.7 Lingkungan	89
4.1.3. Pengukuran KPI CSR Berdasarkan GRI 2000	93
4.1.3.1. KPI Terhadap Shareholder	93
4.1.3.2. KPI Terhadap Karyawan	96
4.1.3.3. KPI Terhadap Lingkungan Hidup	103
4.1.3.4. KPI Terhadap Supplier	115
4.1.3.5. KPI Terhadap Konsumen	117
4.1.3.6. KPI Terhadap Masyarakat.....	120
4.1.3.7. KPI Terhadap Pemerintah	122
4.2. Faktor Penghambat dan Pendukung Keberhasilan Pelaksanaan CSR	127
4.2.1. Faktor Penghambat	127
4.2.2. Faktor Pendukung	128



4.3. Upaya-upaya untuk Mencapai Keberhasilan Pelaksanaan CSR	131
--	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	134
----------------------------------	-----

5.1 Kesimpulan.....	134
---------------------	-----

5.1.1. Evaluasi Pelaksanaan CSR Terhadap Pemenuhan Kepentingan Stakeholder.	134
--	-----

5.1.1.1. KPI Terhadap Kepentingan Shareholder	134
---	-----

5.1.1.2. KPI Terhadap Kepentingan Karyawan	135
--	-----

5.1.1.3. KPI Terhadap Kepentingan Lingkungan	135
--	-----

5.1.1.4. KPI Terhadap Kepentingan Supplier	136
--	-----

5.1.1.5. KPI Terhadap Kepentingan Konsumen	136
--	-----

5.1.1.6. KPI Terhadap Kepentingan Pemerintah.....	137
---	-----

5.1.2. Faktor Penghambat dan Pendukung Keberhasilan Pelaksanaan CSR	137
---	-----

5.1.2.1. Faktor Penghambat Keberhasilan CSR	137
---	-----

5.1.2.2. Faktor Pendukung Keberhasilan CSR	138
--	-----

5.1.3. Upaya untuk Mencapai Keberhasilan Pelaksanaan CSR	139
--	-----

5.2 Rekomendasi	139
-----------------------	-----

5.2.1. Rekomendasi untuk Manajemen PT. TAM	139
--	-----

5.2.2. Rekomendasi untuk Penelitian Berikutnya	139
--	-----

DAFTAR PUSTAKA.....	140
---------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perkembangan Konsep CSR di era 1990 an hingga saat ini.....	16
Tabel 2 Jenis-jenis Mobil Toyota dan Kompetitornya.....	47
Tabel 3 <i>Company Objective</i>	64
Tabel 4 <i>Guidline</i> analisa Opini WPA.....	67
Tabel 5 Perkembangan Kegiatan dari tahun 1976 –2004.....	86
Tabel 6 Program <i>Toyota Eco Youth</i>	92
Tabel 7 Volume Penjualan TAM (2006-2008)	94
Tabel 8 Turn Over Karyawan – PT.TAM (2007-2008).....	96
Tabel 9 Data Konsumsi Bahan Bakar Car Carrier	104
Tabel 10 Data Delivery Unit 2008.....	104
Tabel 11 <i>Total CO2 Emmision</i>	107
Tabel 12 <i>CO2 Emmision per Unit</i>	108
Tabel 13 KPI Monitoring Pelaksanaan CSRTAM – 2008.....	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Konsepsi Friedman Tentang Korporasi.....	11
Gambar 2	Konsepsi <i>The Business Roundtable</i> tentang Korporasi.....	12
Gambar 3	Dampak Beruntun Operasi Perusahaan.....	18
Gambar 4	Konsep <i>Tripple Bottom Line</i>	31
Gambar 5	Prinsip-prinsip <i>Good Corporate Governance</i>	34
Gambar 6	Subjek-subjek Fundamental dari CSR Menurut ISO 26000	37
Gambar 7	ISO 26000 Principles, Subject & Practices.....	38
Gambar 8	<i>General Business Flow Toyota Indonesia</i>	43
Gambar 9	Layanan Pelanggan.....	44
Gambar 10	Penjualan Toyota per Main Dealer.....	45
Gambar 11	Struktur Organisasi PT.TAM	48
Gambar 12	Diagram Alir Proses PT. TAM.....	50
Gambar 13	<i>TMC's CSR Strategic Direction</i>	57
Gambar 14	CSR untuk mewujudkan <i>Sustainability Development</i>	58
Gambar 15	Analisa Survey WPA.....	67
Gambar 16	Komite CSR Toyota – Indonesia	76
Gambar 17	Data UIO dan <i>Number Unit Services</i>	79
Gambar 18	Data Jumlah Teknisi General Repair	79
Gambar 19	Jumlah Workshop Toyota	80
Gambar 20	Volume Penjualan TAM (2006 – 2008).....	95
Gambar 21	Market Share Toyota 2006 – 2008	95
Gambar 22	Persentase <i>Turn Over</i> Karyawan Tahun 2008.....	97
Gambar 23	Persentase Karyawan Berdasarkan Gender.....	98
Gambar 24	Komposisi Karyawan dan Outsource	99
Gambar 25	Persentase Karyawan yang Mewakili Serikat Pekerja	100
Gambar 26	Persentase Karyawan yang Berasal dari Komunitas Lokal.....	101
Gambar 27	CO2 Emmision per Unit	109
Gambar 28	Pemakaian Energi Listrik per Unit -2008.....	110
Gambar 29	Penurunan Pemakaian Energi Listrik per Unit	111
Gambar 30	Pemakaian Air per Unit – 2008	112
Gambar 31	Penurunan Pemakaian Air per Unit	112
Gambar 32	Hasil Limbah Cair Tahun 2008	113
Gambar 33	Hasil Limbah PadatTahun 2008	114
Gambar 34	Komposisi Pemasok	116
Gambar 35	Jumlah Komplain Konsumen – TAM	119