

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY:
IMPLEMENTASI DAN HAMBATAN MANAJERIAL
BAGI PEMASAR



NO. INDUK	0922/13
TGL. TERIMA	27-2-2013
	FB FB-m Soe C

Oleh :

INDRAWATI SOETANTO

3103003237

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2008

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY:

IMPLEMENTASI DAN HAMBATAN MANAJERIAL BAGI PEMASAR

TUGAS AKHIR
Diajukan Kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

INDRAWATI SOETANTO

3103003237

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2008

LEMBAR PERSETUJUAN

MAKALAH TUGAS AKHIR

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY:

IMPLEMENTASI DAN HAMBATAN MANAJERIAL BAGI PEMASAR

OLEH:

INDRAWATI SOETANTO

3103003237

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH



PEMBIMBING, LICEN INDAHWATI, SE., M.SI

Tanggal...11...2 - 08

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh: **INDRAWATI SOETANTO**

NRP: 3103003237

Telah disajikan pada tanggal 2 Februari 2008 dihadapan Tim Penilai

Ketua Tim Penilai

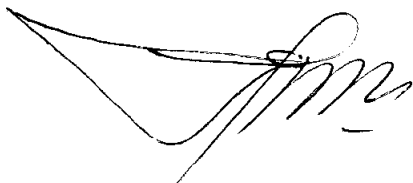


Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. C. Martono, M.Si



Margaretha Ardhanari, SE, M.Si

KATA PENGANTAR

Syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kasih, berkat cintaNya maka penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan makalah tugas akhir dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan kesempatan maupun bantuan dalam pelaksanaan dan penyusunan makalah tugas akhir ini, antara lain kepada:

1. Bapak Drs. Ec. C. Martono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Margaretha Ardhanari, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu, Licen Indahwati, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan masukan dan saran bagi penulis
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang pernah mengajar penulis saat kuliah di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
5. Orang tuaku (Papa dan Mama) dan saudara-saudaraku yang tidak pernah berhenti memberikan dorongan dan doa.
6. Teman-teman semasa kuliah atas setiap kebersamaan dalam proses belajar di bangku kuliah.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan yang tidak dapat dipersebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa makalah tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan, untuk itu penulis dengan segala kerendahan

hati dan penuh rasa terima kasih akan menerima segala kritik dan saran demi kesempurnaan makalah tugas akhir ini. Akhirnya penulis berharap semoga makalah tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, Desember 2007

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penentuan Pokok Bahasan.....	1
1.2. Pokok Bahasan.....	4
1.3. Tujuan Pembahasan.....	5
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	6
2.1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	6
2.1.1. Definisi <i>corporate social responsibility</i>	6
2.1.2. Pihak-pihak yang menjadi tujuan <i>corporate social responsibility</i>	8
2.1.3. Fungsi <i>corporate social responsibility</i>	10
2.2. Dorongan terhadap Aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
2.3. Keterkaitan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Reputasi Perusahaan	13
BAB 3: PEMBAHASAN.....	16
3.1. Cara-cara Mengimplementasikan <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
3.2. Hambatan Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
3.3. Mengatasi Hambatan Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
BAB 4: SIMPULAN.....	26
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

ABSTRAKSI

Perusahaan menghadapi kondisi persaingan usaha yang sangat ketat, akibat banyaknya perusahaan yang sejenis hadir di pasar. Kondisi yang ada membuat perusahaan harus mampu menciptakan nilai yang lebih baik dibandingkan perusahaan pesaing agar dapat unggul dalam persaingan guna memiliki kemampuan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha yang dimiliki.

Salah satu cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam rangka menciptakan nilai yang lebih baik adalah mengimplementasikan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang mengimplementasikan *corporate social responsibility* adalah perusahaan yang menyajikan nilai terbaik bagi seluruh pihak yang berkaitan dengan perusahaan terutama konsumen sehingga ada dukungan bagi perusahaan untuk mendapatkan berbagai dukungan dalam rangka menciptakan nilai yang lebih baik.

Implementasi *corporate social responsibility* mendapatkan hambatan dari manajemen perusahaan berupa anggapan bahwa implementasi *corporate social responsibility* membuat perusahaan mengeluarkan biaya yang besar dan kurang sadar untuk menjalankan bisnis yang beretika. Hambatan tersebut dapat diatasi dengan mengubah anggapan bahwa biaya untuk *corporate social responsibility* merupakan investasi yang bermanfaat dan adanya aturan yang jelas tentang upaya mengoperasikan bisnis dengan berorientasi pada *corporate social responsibility*.