

**KOLABORASI TOYOTA INDONESIA DENGAN AKTOR DOMESTIK
DALAM PEMBANGUNAN SOSIAL DI INDONESIA**

Ummi Nurhidayah

20120510340

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ummi.nurhidayah.2012@fisipol.umy.ac.id/umminurhidayah27@gmail.com

ABSTRACT

This research talk about the implementation of *Corporate Social Responsibility* by Toyota Motor Corporation as one of a Multinational Corporations that had expanded their activities in Indonesia, the corporate contribution activities Toyota reference of the principle of Social Contribution Toyota Global and apply some field top priority program namely, Environment, Education, Community Development and Traffict Safety. The implementation of Toyota's CSR is in coherence with the commitment Toyota to apply *triple bottom line*, that sustainability company was not just about maximize of products (profit) but also to be unconcerned with the community (people) and also the environment (planet). The Toyota's CSR activity program exercised sustainable, but there is also the other support programs. to maximize the implementation of social development in Indonesia, then Toyota synergy with domestic actors in Indonesia in implementing Corporate Social Responsibility.

Keyword: Multinational Corporation, Social Development, Concept Corporate Social Responsibility, Toyota Motor Corporation, Sustainable Development.

PENDAHULUAN

MNCs merupakan salah satu pelaku pembangunan yang sangat kuat. Dengan ukuran kapitalnya yang luar biasa besar dan kepentingannya untuk selalu

menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang menyebabkan MNCs haruslah terlibat dalam pembangunan yang berkelanjutan. Salah satu MNCs yang beroperasi di Indonesia adalah Toyota Motor Corporation sebuah MNCs asal Jepang. Toyota Motor Corporation (TMC) adalah sebuah perusahaan yang memproduksi mobil yang berpusat di Jepang. Toyota masuk ke Indonesia pada tahun 1971, dengan membawa mobil versi jeep yaitu Land Cruiser. Toyota menggandeng PT. Astra Internasional Tbk. yang resmi pada 12 April 1971 yang semula berfungsi sebagai importir kendaraan Toyota. Kemudian pada tahun 2003, TAM melakukan restrukturisasi menjadi dua perusahaan: PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) dan PT Toyota-Astra Motor (TAM). Toyota selalu mencatat market share diatas 20% di pasar otomotif Indonesia sejak tahun 1976¹.

Masalah pembangunan menjadi tugas utama negara untuk mengatasi hal tersebut, akan tetapi kemunculan MNCs juga dapat menjadi aktor pembantu negara dalam menangani masalah tersebut. Hingga pada akhirnya perlu adanya kerja sama yang signifikan dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah, masyarakat, Lembaga Swadaya Masyarakat dan lembaga-lembaga akademik yang ada agar menjadi sebuah pendekatan bagi perusahaan untuk mengintegrasikan kepedulian sosial mereka sekaligus menjadi hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan negara penerima modal. Dengan adanya kerja sama tersebut, masing masing pihak dapat menyalurkan kepentingannya dengan baik dan terjadi *symbiosis mutualisme*. Implementasi CSR dari MNCs dapat menjadi salah satu strategi perusahaan bagi keberlangsungan usahanya dan juga menjadi suatu perkembangan pembangunan bagi masyarakat sekitar dimana perusahaan itu berada. CSR dari Toyota Indonesia sudah dilaksanakan sejak 1974, berarti dalam hal tersebut Toyota memandang bahwa CSR merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari aktifitas bisnis. Pelaksanaan CSR Toyota di Indonesia yang terdiri dari empat bidang yakni, lingkungan, pendidikan, *traffic safety* dan *community development*.

¹ Dikutip dari Langgeng, Agus. 2014. Kiprah Toyota Melayani Indonesia 2002-2014. Jakarta:PT Infometro Mediatama. Hal 7.

KOLABORASI TOYOTA DAN AKTOR DOMESTIK DALAM MELAKSANAKAN CSR DI INDONESIA

Menyadari keberadaan Toyota di Indonesia selama lebih dari 40 Tahun dengan prestasinya yang begitu banyak, tidak lepas dari kerja sama strategis yang signifikan antara Toyota dengan Indonesia. Pun dalam pelaksanaan program CSR, tentunya Toyota tidak mampu sendiri dan membutuhkan bantuan dari berbagai pihak di Indonesia. Terdapat berbagai program kolaborasi Toyota dengan berbagai aktor domestik di Indonesia yang meliputi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah, Lembaga Swadaya Masyarakat dan juga lembaga-lembaga pendidikan di Indonesia. Program yang dijalankan pun bersifat *sustainable* (berkelanjutan), akan tetapi terdapat juga program yang tidak bersifat berkelanjutan sebagai pendukungnya.

1. Kerja Sama CSR Toyota dengan Pemerintah Pusat Indonesia

Pelaksanaan Toyota Technical Education Program bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI

Perkembangan dunia pendidikan saat ini sedang memasuki era yang ditandai dengan gencarnya inovasi teknologi, sehingga menuntut adanya penyesuaian sistem pendidikan yang selaras dengan tuntutan dunia kerja. Pendidikan harus mencerminkan proses yang memanusiakan manusia dalam arti mengaktualisasikan semua potensi yang dimilikinya menjadi kemampuan yang dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat luas. Tingkat keberhasilan pembangunan nasional Indonesia di segala bidang akan sangat bergantung pada sumber daya manusia sebagai aset bangsa dalam mengoptimalkan dan memaksimalkan perkembangan seluruh sumber daya manusia yang dimiliki. Upaya tersebut dapat dilakukan dan ditempuh melalui pendidikan, baik melalui jalur pendidikan formal maupun jalur pendidikan non formal. Program *Link and Match* merupakan program yang dicanangkan oleh Menteri Pendidikan Prof. Dr. Ing. Wardiman (Periode 1989-1998) bertujuan untuk

menyelaraskan orientasi pendidikan dengan kebutuhan pasar kerja dengan sasaran baik di tingkat sekolah menengah maupun perguruan tinggi.

Prinsip yang dijalankan dalam program ini antara lain adalah model penyelenggaraan Pendidikan Sistem Ganda (PSG) yang mana adanya keterpaduan antara program pendidikan di sekolah dengan program penguasaan keahlian dunia kerja agar tercipta tenaga kerja yang profesional. Program ini direncanakan, dilaksanakan dan dievaluasi oleh sekolah kejuruan dengan institusi pasangannya. Didalam PSG ada penyesuaian kurikulum agar sesuai dengan institusi dan juga praktik kerja industri agar siswa terbiasa dengan dunia kerja yang sesungguhnya.²

Dengan adanya program Link and Match ini, menjadikan langkah nyata PT Toyota-Astra Motor (TAM) untuk mendukung pemerintah Indonesia dalam perbaikan kualitas pendidikan sekolah kejuruan teknik melalui program Toyota Technical Education Program (T-TEP). Dalam penyelenggaraan T-TEP, Toyota melalui Main Dealer nya di seluruh Indonesia memilih sekolah-sekolah yang dianggap siap berdasarkan serangkain kriteria untuk mengimplementasikan T-TEP, yang tentunya dengan berkoordinasi Dinas Pendidikan. Dalam program *Link and Match* ini, Program T-TEP Toyota meliputi :

1. Kurikulum
2. Pelatihan guru
3. Materi ajar
4. Alat peraga

² Dikutip dari Endang S. Soesilowati, "Link And Match Dunia Pendidikan Dan Industri Dalam Meningkatkan Daya Saing Tenaga Kerja Dan Industri" Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia 2009 Diakses Pada 13 Maret 2016.

5. Pelatihan OJT (On Job Training)

Toyota berperan dalam manual training yaitu memberikan training teknologi pada instruktur SMK, pengembangan kurikulum yang terbaru, buku panduan technical Toyota, kesempatan untuk melakukan latihan kerja di Toyota. Bahkan, bagi SMK yang sudah menyampai standar tertentu, Toyota akan memberikan sumbangan alat peraga baik dalam bentuk unit kendaraan, rangka dan mesin, termasuk peralatan body and repair. Wilayah binaan T-TEP menjangkau seluruh Indonesia, dengan ribuan siswa magang dan ratusan guru yang telah mendapatkan pelatihan di Toyota selama ini. Pada 2009, telah didirikan institusi T-TEP dan sub T-TEP di 57 SMK di seluruh Indonesia. Yakni, ada 52 SMK institusi sub T-TEP dan 5 SMK yang sudah mengimplementasikan institusi T-TEP.³ Pada tahun 2014, Toyota melakukan peningkatan kualitas empat institusi T-TEP, yaitu SMKN 1 Cibinong (Jawa Barat), SMKN 2 Surabaya (Jawa Timur), SMK Tunas Pelita Binjai (Sumatera Utara), dan SMK Bunda Satria Wangon (Jawa Tengah).⁴

Sekertaris Direktorat Jenderal Pendidikan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Mustaghfirin Amin, menyambut baik program ini. "Kami harap program untuk SMK semacam ini terus berlanjut dalam jangka panjang," ujarnya.⁵ Bagi pemerintah, peran aktif pelaku industri dalam pengembangan SDM Sekolah Menengah Kejuruan diharapkan dapat semakin mempercepat penyiapan tenaga terampil yang sekaligus meningkatkan daya saing manusia Indonesia di tengah persaingan global saat ini. Sementara itu, bagi pihak sekolah,

³ Dikutip dari, "Toyota-Astra Motor Tingkatkan Bantuan T-TEP" <http://www.toyota.astra.co.id> diakses pada 25 Januari 2016.

⁴ Langgeng, Agus. Op.cit, Hal 187.

⁵ Dikutip dari, "Toyota Siapkan Siswa Siap Kerja" <http://www.autocarindonesia.com> diakses pada 13 Maret 2016.

penyelenggaraan T-TEP oleh Toyota sebagai pelaku industri mampu berpartisipasi untuk mempersiapkan para siswa lulusan SMK Otomotif tidak canggung dan lebih siap menghadapi dunia kerja dan diharapkan menjadi implementasi bagi konsep *Link and Match* pemerintah Indonesia.

Program T-TEP, kata Johnny Darmawan, Presiden Direktur Toyota saat itu, hal ini merupakan salah satu perwujudan upaya Toyota dalam menyebarkan kebaikan, terutama dalam bidang pendidikan. Melalui program T-TEP, tuturnya, merupakan suatu kebanggaan bagi Toyota karena mendapat kesempatan menjembatani institusi pendidikan dan industri otomotif, serta memberikan dan berbagi teknologi terkini kepada institusi pendidikan sehingga mampu terus terdepan dalam penguasaan teknologi. Lebih lanjut, dia berharap dengan perluasan penyelenggaraan institusi T-TEP dan peningkatan kualitasnya, institusi T-TEP dapat mempersiapkan sumber daya yang terampil dan meningkatkan daya saing lulusannya.⁶

Lahirnya Institusi T-TEP dari Toyota, Indonesia sebagai negara berkembang yang harus berkembang dalam melakukan industrialisasi dengan tingkat kemiskinan yang masih cukup tinggi dan menghadapi masalah tentang pengangguran, kekurangan lapangan kerja dan pendidikan, dengan adanya kemitraan program T-TEP ini selain sebagai dukungan Toyota dalam program yang dicanangkan pemerintah, maka dapat menjadi solusi bagi permasalahan yang ada di Indonesia, dengan membidik Sekolah Menengah Kejuruan, yang notabene mereka belajar ilmu terapan dan difokuskan untuk siap menghadapi dunia kerja terlebih dengan kelebihan siswa yang sudah mengikuti pendidikan di T-TEP dipermudah dalam memasuki dunia kerja dan sebagian besar dari mereka

⁶ Dikutip dari, "Wujud Komitmen Toyota Indonesia Terhadap Pendidikan Nasional Toyota – Technical Education Program 2014", <http://Auto2000.co.id> Diakses pada 25 Januari 2016.

diserap sebagai teknisi Toyota. Dengan bertambahnya Intsitusi tersebut setiap tahunnya menjadi bukti bahwa disitu terdapat proses pembangunan yang dilakukan oleh Toyota, lebih khusus lagi dengan data yang menunjukkan seberapa banyak siswa yang diserap menjadi teknisi Toyota juga menjadi bukti bahwa program tersebut memang efektif untuk diterapkan.

Pelatihan Kerja Bidang Otomotif dan Revitalisasi Balai Latihan Kerja (BLK) di Nusa Tenggara Timur (NTT) Bekerja Sama dengan Kementerian Ketenagakerjaan RI

Dalam rangka meningkatkan kompetensi masyarakat Kupang, NTT dan memperluas kesempatan kerja di bidang otomotif, Kemnaker RI menggandeng Toyota Indonesia dalam acara pelatihan kerja di bidang otomotif dan revitalisasi BLK (Balai Latihan Kerja) pada tahun 2016. Kerja sama ini dilakukan dalam rangka menghadapi percepatan peningkatan kualitas SDM pekerja Indonesia yang berkompeten dan memiliki daya saing tinggi di era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dan hal tersebut mustahil jika dikerjakan sendiri oleh pemerintah oleh karena itu perlu adanya sinergi dan kontribusi dari Pemda, industri dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas SDM pekerja.

Disampaikan oleh Menteri Ketenagakerjaan M Hanif Dhakiri bahwa "Kerjasama ini diharapkan dapat menghasilkan pekerja bidang otomotif yang berkompeten dan berdaya saing tinggi terutama di Indonesia bagian timur," kata Menaker Hanif dalam keterangan pers Biro Humas Kemnaker di Jakarta pada Kamis (28/1).

Kerja sama ini ditandai dengan penandatanganan Nota Kesepahaman Bersama (MoU) antara Ditjen Pembinaan Pelatihan dan Produktivitas (Binalattas) Kemnaker yang diwakili Dirjen Binalattas Khairul Anwar dengan PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMI) yang

diwakili Direktur TMMI Bob Azzam. Dalam kesempatan tersebut, Menaker Hanif juga mengatakan adanya kerjasama ini akan membantu pemda NTT dalam menyiapkan generasi muda yang memiliki bekal kompetensi untuk bekerja sehingga dapat berkontribusi dalam pembangunan Indonesia. "Dengan penyiapan SDM berkualitas di bidang otomotif diharapkan pengangguran di Indonesia Timur dapat terserap dalam jumlah yang besar, semuanya ini merupakan runtutan satu kesatuan dalam proses untuk membangun SDM tenaga kerja berkualitas, termasuk meningkatkan kemitraan antara pemerintah dan pelaku usaha dalam peningkatan kompetensi masyarakat" kata Hanif.

Kerjasama Kemnaker dengan Toyota antara lain berupa :

1. Penyiapan pelatihan instruktur otomotif
2. Bantuan peralatan otomotif
3. Program pelatihan kerja bidang otomotif,
4. Manajemen pengelolaan BLK dan alih teknologi otomotif.⁷

2. Kerja Sama CSR Toyota dengan Pemerintah Daerah Indonesia

Program Pengembangan Masyarakat di Karawang bekerjasama dengan Pemda Karawang dan Lembaga Akademik di Karawang

Program pengembangan komunitas Toyota beragam, bersama PT TMMIN untuk mengembangkan komunitas belajar bagi petani di daerah Karawang, Jawa Barat. Program ini dilaksanakan di Karawang karena Karawang merupakan daerah dimana Toyota menancapkan usahanya dan kegiatan ini juga melibatkan pemerintah daerah Karawang terutama desa

⁷ Dikutip dari, "Kemnaker Gandeng Toyota Siapkan Pelatihan Otomotif di NTT", <http://kemnaker.go.id/> diakses pada 21 Maret 2016.

Sirnabaya dan desa Puserjaya, Universitas Singa Perbangsa Karawang (Unsika) dan sejumlah peneliti Institut Pertanian Bogor (IPB). Tak hanya mengembangkan sistem pertanian padi yang baik, komunitas ini juga mengembangkan potensi perikanan air tawar, pertanian jamur hingga tata pemasaran lebih modern dan efisien. Lalu, terjadi intrusi air laut yang menyebabkan air sumur masyarakat asin pada tahun 2007, sehingga TAM juga mendukung masyarakat membangun sistem pemurnian air.⁸

Setahun kemudian, Toyota juga menggelar program kesehatan pada ibu dan pendidikan anak usia dini (PAUD) dibawah asistensi Unsika. "Ini merupakan bantuan untuk masyarakat, dan yang berada di ring satu ini masyarakat dapat merasakan, selain itu masyarakat juga dapat mengenal kita dan ada Toyota disini," ucap perwakilan dari PT. TMMIN Hadi M, usai peresmian PAUD dan Posyandu di Dusun Sarijaya Desa Puseurjaya, diutarakan Hadi, bantuan masyarakat ini diberikan bukan bersifat sesaat namun jangka panjang, membangun visi masa depan. Karena peran pendidikan sangat penting sebagai salah upaya mencerdaskan anak bangsa. "Ini bukan sesaat, tapi ini jangka panjang, pendidikan itu penting agar anak - anak kita tidak buta aksara, semakin maju mereka bisa bekerja di kita, kalau memang skill maju dan sesuai," tuturnya.⁹

Dalam upaya meningkatkan motivasi belajar para siswa SMK Negeri dan Swasta di Kabupaten Karawang, khususnya praktek bidang otomotif, PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMI) juga memberikan bantuan otomotif kepada SMK Negeri dan Swasta di Kabupaten Karawang, yang bertempat di SMK Negeri 1 Karawang, bupati Karawang, H. Ade Swara mengatakan, pelaksanaan CSR di

⁸ Dikutip dari Langgeng, Agus. Op.cit, Hal 190.

⁹ Dikutip dari, "Toyota Bangun PAUD dan Posyandu" <http://www.radar-karawang.com> diakses pada 21 Maret 2016.

Karawang relatif menunjukkan peningkatan baik dari kapasitas maupun kuantitasnya. Ini dibuktikan dengan semakin banyaknya perusahaan yang mencurahkan kepeduliannya serta turut membantu pemerintah daerah dan masyarakat khususnya dalam hal pembangunan berbagai infrastruktur pendidikan maupun kesehatan termasuk kegiatan yang kita hadiri pada saat ini.

Lebih lanjut Bupati mengatakan, pelaksanaan program Toyota Indonesia melalui bantuan ini tentunya telah memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi arah pembangunan bidang pendidikan yang ingin di capai terutama dalam hal peningkatan sarana dan prasarana pendidikan pada jalur kejuruan. Dalam hal ini, bantuan ini sebagai bahan praktikum para siswa SMK tentang teknologi otomotif, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para siswa SMK yang selanjutnya dapat mereka jadikan sebagai bekal ataupun pijakan untuk meraih masa depan.

Pada Kesempatan yang sama, Presiden Direktur PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia, Mr.Nonami dalam sambutannya mengatakan, Industri otomotif dan manufaktur pada umumnya memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, Mr.Nonami juga menambahkan, dengan banyaknya investasi di Indonesia, hal ini sangat berdampak pada kebutuhan tenaga kerja yang handal mulai dari industri hulu seperti pemasok komponen hingga industri hilir di layanan purna jual. “Saya juga mengharapkan, baik pemerintah maupun kalangan industri harus bahu membahu meningkatkan kualitas pembelajaran para siswa SMK agar dapat menghadapi tantangan pekerjaan dan mendukung pengejaran pertumbuhan ekonomi Indonesia,“ harapnya.¹⁰

¹⁰ Dikutip dari, ” PT. Toyota Beri Bantuan Otomotif ke SMA” , <http://www.karawangnews.com> diakses pada 21 Maret 2016.

Pembangunan Ruang Terbuka Hijau bekerjasama dengan Pemda DKI Jakarta

Toyota Indonesia bersama dengan Pemerintah Daerah DKI Jakarta membangun Ruang Terbuka Hijau Taman Semanggi sebagai tindakan nyata kepedulian Toyota terhadap lingkungan. Taman seluas 49.175 meter persegi yang berada persis di bawah jembatan fly over Semanggi itu dibangun tanpa menggunakan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) DKI. Melainkan dari dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Toyota Asta Motor bekerja sama dengan Dinas Pertamanan dan Pemakaman DKI Jakarta. Keberadaan Ruang Terbuka Hijau sebenarnya sudah diatur dalam UU No. 26 Tahun 2007 yang menyebutkan bahwa proporsi ruang terbuka hijau pada wilayah kota paling sedikit 30 (tiga puluh) persen dari luas wilayah kota. Ruang terbuka hijau publik merupakan ruang terbuka hijau yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah kota yang digunakan untuk kepentingan masyarakat secara umum. Jakarta, yang merupakan ibukota negara Indonesia ternyata proporsi keberadaan RTH masih jauh dari angka 30%. Menurut data dari Leafplus, pada tahun 2014 keberadaan RTH di Kota Jakarta baru sekitar 10,2%. Artinya butuh 19,8% lagi penambahan RTH di kota ini. Hal ini pun sudah menjadi perhatian dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Berbagai program sudah direncanakan untuk pembangunan taman yang akan digunakan sebagai taman kota sebagai upaya mewujudkan target 30 persen ruang terbuka hijau (RTH). Dalam strategi pembiayaannya, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta memanfaatkan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Biaya yang dibutuhkan untuk revitalisasi Taman Semanggi itu mencapai Rp 6 miliar. Dana itu dipenuhi dari kegiatan CSR perusahaan otomotif. Revitalisasi Taman Semanggi semuanya dari dana CSR Toyota (Astra Motor).

Dalam peresmiannya, Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama menyampaikan, Bagi Pemerintah, melalui penggunaan CSR, Pemprov DKI dapat menghemat anggaran. Bagi masyarakat, dengan adanya taman-taman yang dibangun ini dapat sebagai sarana rekreasi hiburan yang baru, mampu menambah kelestarian lingkungan, dan meningkatnya pemeliharaan fasilitas umum. Kemudian manfaat bagi perusahaan yang memberikan dana CSR yaitu meningkatkan citra perusahaan, memberikan inovasi bagi perusahaan, dan memperkuat brand perusahaan di mata masyarakat.¹¹

3. Kerja sama CSR Toyota dengan Lembaga Swadaya Masyarakat

Konservasi Alam Rinjani bekerja sama dengan WWF Indonesia

WWF adalah organisasi konservasi global yang mandiri dan didirikan pada tahun 1961 di Swiss, dengan hampir 5 juta suporter dan memiliki jaringan yang aktif di lebih dari 100 negara dan di Indonesia bergiat di lebih dari 25 wilayah kerja lapangan dan 17 provinsi.

WWF mulai berkiprah di Indonesia pada 1962 dan WWF-Indonesia telah bekerja di Provinsi Nusa Tenggara Barat sejak 1999. Periode dari 1999 sampai sekitar tahun 2002 merupakan periode eksplorasi bagi WWF. Lokasi program pertama kali dilakukan di wilayah Rinjani dimana di tahun 1999 keterlibatan WWF dimulai dengan aktivitas penelitian keanekaragaman hayati dan sosial budaya menggunakan participatory methodologies (khususnya dalam penilaian yang mengikutsertakan desa-desa atau Participatory Rural Appraisal/PRA).

WWF-Indonesia berkolaborasi dengan pihak pemerintahan, kelompok masyarakat sipil, serta agen-agen pemerintah internasional

¹¹ Dikutip dari, “Basuki Resmikan Taman Semanggi”, <http://metro.news.viva.co.id> diakses pada 21 Maret 2016.

dalam rangka mengembangkan pendekatan intervensi strategis logis (Landscape) guna meninjau dan mengimplementasikan metode-metode efektif untuk mencapai pemahaman dan penetapan strategi kebijakan pada manajemen hutan berkelanjutan di wilayah tersebut sebagai pendekatan utama dalam mengelola wilayah hutan Rinjani.

Program NEWtrees merupakan program inisiatif WWF yang berkolaborasi Toyota Indonesia dan beberapa perusahaan lain dengan pemerintah Provinsi NTB bertujuan untuk menghijaukan wilayah Rinjani yang rusak akibat deforestasi. Pada tahapan ini, aktivitas reforestasi yang didukung oleh perusahaan tersebut telah mencapai 190 hektar di wilayah Hutan Lindung Rinjani yang meliputi wilayah administratif Desa Sapit dan Perigi di Bukit Dupe, Bukit Sakan, dan Perigi.¹²

Sekitar 700 ribu hektar hutan di wilayah NTB rusak, sedangkan luas hutan di NTB mencapai 1,071 hektar itu berarti kondisi hutan yang masih sekitar 45% saja. Hal tersebut terjadi karena maraknya penebangan hutan secara liar dan sangat memprihatinkan mengingat dampak buruk bagi lingkungan yaitu menurunnya potensi sumber daya hutan dan hilangnya keanekaragaman hayati, karena hal tersebut berpengaruh pada Indeks Kebutuhan Air di Lombok dan sudah memasukik tahapan krisis.¹³ Maraknya penebangan hutan tanpa ijin dan rusaknya wilayah Rinjani tersebut, mendapat perhatian serius dari PT Toyota Astra Motor. Bekerjasama dengan Dinas Kehutanan Nusa Tenggara Barat dan WWF Indonesia, Toyota berkomitmen melakukan reforestasi dan konservasi hutan di kawasan hutan lindung Gunung Rinjani. Pada level kebijakan lokal, program ini bekerja sama dengan program pemerintah Provinsi

¹² Dikutip dari, "Capaian Inisiatif di Rinjani", <http://www.wwf.or.id> diakses pada 23 November 2016.

¹³ Dikutip dari " Di NTB 700 Ribu Hektar Hutan Rusak", <http://lomboknews.com/> diakses pada 12 Maret 2016.

NTB sejak tahun 2009 oleh gubernur Dr. Zainul Majdi, MA yang dinamakan "Green NTB." Oleh karena itu, Gubernur NTB sangat menyambut baik dan mendukung inisiatif WWF-Indonesia tersebut dan mitra korporasi WWF dalam menghijaukan Rinjani.

Toyota Indonesia sebagai mitra dari WWF Indonesia mendukung program pemerintah "Green NTB" yang juga sejalan dengan program "NEWTrees" dari WWF Indonesia. Peran Toyota disini sebagai donatur. Awal kerjasama dilakukan dengan penawaran metodologi dan pendekatan program pada Toyota. WWF memilih Toyota sebagai salah satu mitra kerjanya karena Toyota adalah korporasi di Indonesia yang memiliki track record baik kepada lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut juga sesuai dengan sejalan visi dari TAM serta visi dari prinsipal Astra International Tbk dan Toyota Motor Corporation - Jepang yang sangat *concern* terhadap pengelolaan lingkungan sebagai bagian utama dari kegiatan CSR.

"Lingkungan hidup dan pendidikan adalah dua hal yang tak terpisahkan dengan tumbuh kembangnya suatu bangsa. Sejalan dengan hal tersebut, sudah menjadi keinginan kami di Toyota beserta seluruh lini dealer Toyota dari Aceh hingga Papua, untuk berbagi dan bekerja sama dengan masyarakat demi pengembangan lingkungan hidup dan pendidikan," ucap Jhonny Darmawan, Presiden Direksi TAM saat itu.¹⁴

Oleh karena itu, terjalinan kerja sama antara Toyota dengan WWF Indonesia dengan ditandatanganinya naskah perjanjian kerja sama antara kedua pimpinan Toyota Indonesia dengan pimpinan WWF Indonesia. Kerja sama ini berlaku selama 10 tahun dan resmi dimulai pada tahun 2009. Dalam program NEWTrees terdapat 12 mitra kerja sama dan

¹⁴ Dikutip dari Corporate Information, Corporate Social Responsibility, <http://www.toyota.astra.co.id> diakses pada 25 Januari 2016.

khusus Toyota, memilih restorasi kawasan hutan di Lombok Timur, Terletak di bagian Timur hutan lindung Gunung Rinjani yang juga merupakan daerah hulu DAS (Daerah Aliran Sungai) Menanga.

WWF melakukan kerja sama dengan masyarakat setempat dalam hal penyiapan lahan dan diawasi langsung oleh pemerintah kabupaten, lalu Toyota berperan sebagai pemberi donasi. Dalam konservasi alam rinjani ini Toyota mengambil lahan seluas 25-50 hektar untuk restorasi hutan. Donasi diberikan untuk pelaksanaan program yang meliputi biaya operasional seperti biaya sharing team dan pembelian bibit. Hal ini dilakukan tiga tahun pertama, tahun keempat dan kelima dilakukan untuk monitoring. Segala hal yang berkaitan dengan program ini dilaporkan WWF kepada mitra yang bekerja sama sebagai bentuk tanggung jawab yang sudah tertera di naskah perjanjian kerja sama. Setelah lima tahun konservasi, maka dilakukan pemberdayaan masyarakat dan pengamanan hutan dilakukan oleh masyarakat sendiri.¹⁵

Melihat kondisi kerusakan hutan tersebut, program ini lebih pada inisiatif Toyota dalam melakukan penyelamatan hutan dengan kenyataan kondisi hutan Rinjani yang rusak tersebut. Dan sebagai aktor yang mempunyai keahlian khusus dalam penyelamatan lingkungan, maka Toyota akhirnya memilih bekerja sama dengan WWF Indonesia dimana mereka yang melakukan aksi nyata di lapangan dan Toyota berperan sebagai pemberi donasi, karena otoritas kewenangannya memang cukup sebagai pemberi dana. Secara tidak langsung WWF Indonesia pun menjadi kepanjangan tangan Toyota dengan bekerja sama dalam melakukan pembangunan di Indonesia.

¹⁵ Wawancara dengan Syafrudin Syafii, NTB Forest Program Coordinator WWF Indonesia pada 23 Januari 2016.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Toyota yang berkerja sama dengan aktor aktor domestik ini pada akhirnya menjadi kerja sama yang strategis. Pertama, bagi Toyota sebagai Perusahaan Multinasional yang notabene adalah *profit oriented* dapat meningkatkan *brand building* bagi Toyota sendiri dengan adanya kepercayaan masyarakat terhadap Toyota dan manfaat secara nyata dapat dilihat dengan capaian PT Toyota Astra Motor (TAM) yang berhasil mempertahankan gelar perusahaan otomotif bereputasi terbaik di Indonesia untuk kategori kendaraan roda empat, selama 6 tahun berturut-turut. Penghargaan ini bertajuk The Best in Building and Managing Corporate Image untuk kategori Automotive 4 Wheels dalam ajang Corporate Image Award 2015 yang diselenggarakan oleh lembaga survey Frontier Consulting Group yang bekerja sama dengan Majalah Tempo. Penilaian dilakukan berdasarkan metode survei di tiga kota besar, yaitu Jakarta, Surabaya, dan Medan, yang melibatkan 3.525 responden yang terdiri dari kalangan investor, eksekutif, jurnalis, hingga masyarakat umum.¹⁶ Yang kedua, ia berhasil meningkatkan penjualan produknya di Indonesia dan menempati posisi pertama selama beberapa tahun terus menerus.

¹⁶ Dikutip dari Toyota Astra Motor Mempertahankan Gelar 6 Kali Berturut-turut Sebagai Perusahaan Otomotif dengan Reputasi Terbaik di Indonesia, <http://www.toyota.astra.co.id/> diakses pada 20 Maret 2016.

Sejak tahun 2010 hingga 2014 meskipun Toyota mengalami naik turun, tetapi Toyota masih tetap menguasai penjualan mobil tertinggi di Indonesia dan juga mencatat market share diatas 30% dibanding ketiga merk mobil Jepang lainnya. Prestasi tersebut tak terlepas dari kredibilitas yang dibangun melalui sebuah konsistensi dan tanggung jawab, sehingga Toyota mampu membangun dan mengelola reputasi dengan sangat baik dan menciptakan loyalitas konsumen.

Bagi sisi pemerintah Indonesia, kontribusi kegiatan sosial Toyota dapat membantu tugas negara untuk meningkatkan pembangunan di Indonesia. Pertama, dengan adanya kerja sama Indonesia dengan Toyota, terlebih dengan pencapaian prestasi Toyota di Indonesia secara tidak langsung juga menjadikan Indonesia memiliki citra yang baik di kancah internasional. Lalu, dengan berinvestasinya Toyota di Indonesia juga meningkatkan pendapatan negara. Dalam bidang sosial, dengan dijalankannya program yang bersifat berkelanjutan dan sejalur dengan program pemerintah yang melibatkan masyarakat secara langsung sebagai obyeknya, secara tidak langsung dalam prosesnya pun masyarakat mendapatkan kesempatan transfer ilmu secara langsung yang dapat bermanfaat bagi peningkatan taraf hidup masyarakat itu sendiri. Dan beberapa program yang sifatnya inisiatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia.

Pada akhirnya, kerja sama Toyota di Indonesia memberikan dampak dua arah, yaitu Toyota dapat mendapatkan keuntungan (*profit*) yang relevan dengan tujuan utama Perusahaan Multinasional, dan juga mampu berkontribusi secara sosial bagi Indonesia. Negara pun dapat terbantu dengan adanya kontribusi sosial Toyota sebagai peningkatan taraf hidup masyarakat Indonesia secara paripurna.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil pembahasan diatas maka kesimpulan dari penelitian ini adalah kemunculan MNCs di negara berkembang yang masih menghadapi berbagai permasalahan kesenjangan seperti kemiskinan dan keterbelakangan dapat menjadi sebuah agen pembangunan ekonomi maupun sosial dengan kekuatannya yang menggurita tersebut. Hubungan antara kedua pihak pun menjadi hubungan yang saling menguntungkan. Melalui program *Corporate Social Responsibility* dari MNCs di negara berkembang juga menjadi sebuah pembangunan sosial bagi peningkatan taraf hidup masyarakat negara berkembang, di lain sisi MNCs dapat membantu negara dalam menangani berbagai masalah sosial yang ada.

Salah satu korporasi yang melakukan ekspansi kegiatannya di Indonesia adalah Toyota Motor Corporation yang menggandeng PT. Astra Internasional Tbk, dan sudah beroperasi selama 40 tahun lebih di Indonesia. Di Indonesia operasi Toyota terbagi menjadi menjadi kegiatan dua perusahaan yaitu, PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) dan PT Toyota-Astra Motor (TAM). Layaknya korporasi korporasi yang melakukan perpanjangan tangannya di berbagai negara penerima modal, Toyota pun melakukan hal yang sama di Indonesia. Toyota mengimplementasikan triple bottom line , adalah 3P, singkatan dari (*profit*) keuntungan, (*people*) masyarakat dan (*planet*) lingkungan. Implmentasi triple bottom line ini diaplikasikan Toyota dalam program CSR yang meliputi 4 bidang yakni, lingkungan, pendidikan, traffic safety dan community development. Penerapan empat bidang CSR Toyota Indonesia sesuai dengan Prinsip Toyota Way yang menjadi kunci sukses Toyota dan berasal dari negara dimana Toyota berasal yaitu, Jepang. Jadi, kegiatan sosial Toyota di berbagai negara dilakukan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan secara global dan pelaksanaannya pun bervariasi di setiap negara sesuai dengan kebutuhan.

Dalam pelaksanaannya pun Toyota tidak mampu sendiri, maka Toyota bekerja sama dengan berbagai pihak yang ada di Indonesia untuk pelaksanaan CSR dalam rangka mencapai pembangunan sosial. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan adalah kegiatan sosial untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan berjangka

waktu yang panjang seperti program-program pendidikan, pembangunan masyarakat, perbaikan lingkungan serta edukasi keselamatan pengendara mobil. Selain program berjangka waktu panjang, terdapat pula berjangka waktu pendek sebagai pendukungnya.

Output dari aplikasi *triple bottom line* ini adalah adanya pembangunan di negara penerima modal dari korporasi yang beroperasi. Pembangunan disini tidak hanya dalam pembangunan ekonomi saja tetapi juga pembangunan sosial yang didalamnya meliputi peningkatan taraf hidup masyarakat dalam bidang pendidikan, lingkungan, kemajuan teknologi dan transfer ilmu dari sumbangsih korporasi untuk meminimalisir masalah-masalah kesenjangan yang terjadi di negara penerima modal, terutama negara yang sedang berkembang. Dan bagi korporasi, kontribusi kegiatan sosialnya tersebut mampu menjadikan Toyota sebagai perusahaan dengan citra yang baik dan meningkatkan pendapatan Toyota di Indonesia, yang secara tidak langsung juga dapat memperkuat kerja sama yang saling menguntungkan antara Indonesia dan Jepang. Pada akhirnya, kerja sama Toyota di Indonesia memberikan dampak dua arah, yaitu Toyota dapat mendapatkan keuntungan (*profit*) yang relevan dengan tujuan utama Perusahaan Multinasional, dan juga mampu berkontribusi secara sosial bagi Indonesia. Negara pun dapat terbantu dengan adanya kontribusi sosial Toyota sebagai peningkatan taraf hidup masyarakat Indonesia secara paripurna.

REFERENSI

Buku

Agus, L. (2014). *Kiprah Toyota Melayani Indonesia 2002-2014*. Jakarta: PT Infomertro Mediatama.

AZ, L. S. (2010). *Dibalik Kejayaan Toyota, Yamaha, Honda*. Yogyakarta: Garailmu.

Mukti, F. N. (2013). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sumantoro. (1983). *Peranan Perusahaan Multinasional dalam Pembangunan Negara Sedang Berkembang dan Implikasinya di Indonesia*. Bandung: Penerbit Alumni.

Sutedi, A. (2015). *Buku Pintar Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: Raih Asa Sukses.

Todaro, M. P. (1998). *Pembangunan Ekonomi Negara Dunia Ketiga*. Jakarta: Erlangga.

Jurnal

Soesilowati, E. S. (n.d.). Link and Match Dunia Pendidikan dan Industri Dalam Meningkatkan Daya Saing Tenaga Kerja dan Industri. *Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia 2009*.

Suharto, E. (2002). *Pekerjaan Sosial dan Pembangunan Sosial*.

Suharto, E. (2008). Menggagas Standar Audit Program CSR.

Tjia, O. (2014). *Global Career at Multinational Company: Toyota*. Jakarta: Binus University.

Website

- Ansori, T. (n.d.). *Kegagalan Pembangunan Negara Dunia Ketiga*. Retrieved from <http://www.kabarindonesia.com>
- Auto Car Indonesia. (n.d.). *Toyota Siapkan Siswa Siap Kerja*. Retrieved from <http://www.autocarindonesia.com>
- Auto2000. (n.d.). *Wujud Komitmen Toyota Indonesia Terhadap Pendidikan Nasional T-TEP 2014*. Retrieved from <http://auto2000.co.id>
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). *Jumlah Angkatan Kerja, Penduduk Bekerja, TPAK dan TPT 1986-2013*. Retrieved from <http://www.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). *Jumlah Penduduk Miskin, Persentase Penduduk Miskin dan Garis Kemiskinan 1970-2013*. Retrieved from <http://www.bps.go.id>
- Bangun Wisata di Ancol Toyota Edukasi Konsumen*. (n.d.). Retrieved from <http://ekbis.rmol.co>
- Corporations, M. (n.d.). Retrieved from <http://www2.econ.iastate.edu>
- Detikcom. (n.d.). *Indonesia, "Lambung Padi" keempat Terbesar Toyota di Dunia*. Retrieved from <http://m.detik.com>
- Herlim, G. (n.d.). *Perusahaan Multinasional*. Retrieved from <http://www.academia.edu>
- Karawang News. (n.d.). *PT Toyota Beri Bantuan Otomotif ke SMA*. Retrieved from <http://www.karawangnews.com>
- Kasali, R. (2014, September 2). *Lompatan Kuantum*. Retrieved from <http://rhenaldkasali.com>
- Kementerian Tenaga Kerja Indonesia. (n.d.). *Kemnaker Gandeng Toyota Siapkan Pelatihan Otomotif di NTT*. Retrieved from <http://kemnaker.go.id>

- Kompas. (n.d.). *ADB: Kesenjangan Ekonomi Makin Melebar*. Retrieved from <http://bisniskeuangan.kompas.com>
- Kompas. (n.d.). *Toyota Indonesia Perusahaan Paling Cinta Lingkungan*. Retrieved from <http://otomotif.kompas.com>
- Lombok News. (n.d.). *Di NTB 700 Ribu Hektar Hutan Rusak*. Retrieved from <http://lomboknews.com>
- Manik, R. R. (n.d.). *Pembangunan Sosial di Indonesia: Sebuah Kajian terhadap UU 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial dan Teoritis Pembangunan Sosial*. Retrieved from <http://www.academia.edu>
- Murti, T. H. (n.d.). *Memperkuat Komitmen Pembangunan Kesejahteraan Sosial*. Retrieved from <http://www.alumni.ugm.ac.id>
- Negara Maju dan Negara Berkembang*. (n.d.). Retrieved from <http://www.softilmu.com>
- Radar Karawang. (n.d.). *Toyota Bangun PAUD dan Posyandu*. Retrieved from <http://www.radar-karawang.com>
- Raja Mobil. (n.d.). *Penjualan Mobil Turun Tipis Toyota Memimpin Salip Honda Daihatsu*. Retrieved from <http://www.rajamobil.com>
- Republika. (n.d.). *UNDP: IPM Indonesia di Peringkat 108 dari 187 Negara*. Retrieved from <http://www.republika.co.id>
- Ritonga, H. (n.d.). *Mengapa Kemiskinan di Indonesia Menjadi Masalah Berkelanjutan*. Retrieved from <http://www.unisosdem.org>
- Toyota Astra Motor. (n.d.). *Corporate Information Corporate Social Responsibility*. Retrieved from <http://www.toyota.astra.co.id>

Toyota Astra Motor. (n.d.). *Toyota-Astra Motor Tingkatkan Bantuan T-TEP*. Retrieved from <http://www.toyota.astra.co.id>

Toyota Bandung. (n.d.). *40 Tahun di Indonesia, Toyota Perkuat Program CSR "An Endless Journey of Seeding the Goodness"*. Retrieved from <http://www.toyota-bandung.com>

Toyota Global. (n.d.). *Social Contribution Activities*. Retrieved from <http://www.toyota-global.com>

Toyota Motor Manufacturing Indonesia. (n.d.). *Best of The Best Toyota Eco Youth Winner Join Environmental Training in Japan*. Retrieved from <http://www.toyotaindonesiamanufacturing.co.id>

Toyota Rehabilitasi Hutan di Indonesia. (n.d.).

VIVA. (n.d.). *Basuki Resmikan Taman Semanggi*. Retrieved from <http://metro.news.viva.co.id>

VIVA. (t.thn.). *Sepuluh Produsen Mobil Terbaik di 2014*. Diambil kembali dari <http://otomotif.news.viva.co.id>

WWF Indonesia. (n.d.). *Capaian Inisiatif di Rinjani*. Retrieved from <http://www.wwf.or.id>

Wawancara

Syafii, S. (2016, January 23). Kerjasama WWF dengan Toyota dalam Konservasi Alam di Rinjani. (U. Nurhidayah, Interviewer)