



Corporate Social Responsibility In International Business: Studi Kasus di Perusahaan Danone Indonesia

Yandi Suprpto¹, Felycia², Ricky Novendo³, Gilbert Chryshologus⁴, Ella Triana Wirawan⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

Email : yandi.suprpto@uib.edu¹, 2141250.felycia@uib.edu², 2141030.ricky@uib.edu³, 2141089.gilbert@uib.edu⁴, 2141132.ella@uib.edu⁵

Abstrak—Penelitian tentang CSR di perusahaan multinasional, khususnya di Indonesia masih terbatas, sementara praktik CSR semakin penting dalam bisnis internasional. Sebagai salah satu perusahaan multinasional yang besar, Danone Indonesia memiliki potensi untuk mempengaruhi praktik CSR di industri makanan dan minuman yang ada di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh praktik CSR yang baik serta dampak yang dihasilkan pada masyarakat dan lingkungan sekitar. Penelitian ini masuk kedalam penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dimana metode ini digunakan untuk menggali pemahaman mendalam tentang fenomena sosial dengan memperhatikan aspek kualitatif seperti makna, persepsi, dan pengalaman subjektif individu maupun kelompok. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan untuk perusahaan lain dalam industri yang sama untuk menerapkan praktik CSR yang baik dan memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat. Seluruh program CSR PT. Danone Indonesia didasarkan pada komitmen perusahaan untuk memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitar. Melalui program-program tersebut, perusahaan dapat mempromosikan keberlanjutan dan berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih baik.

Kata Kunci: CSR, Danone Indonesia, Lingkungan, Masyarakat, Multinasional

Abstract—Research on CSR in multinational companies, especially in Indonesia is still limited, while CSR practices are increasingly important in international business. As a large multinational company, Danone Indonesia has the potential to influence CSR practices in the food and beverage industry in Indonesia. The purpose of this research is to identify the influence of good CSR practices and the resulting impact on the community and the surrounding environment. This research is included in qualitative research using a descriptive approach where this method is used to explore in-depth understanding of social phenomena by paying attention to qualitative aspects such as meaning, perception, and subjective experiences of individuals and groups. The results of this study can provide input for other companies in the same industry to implement good CSR practices and provide long-term benefits for the company and society. All CSR programs of PT. Danone Indonesia is based on the company's commitment to have a positive impact on the community and the surrounding environment. Through these programs, companies can promote sustainability and contribute to the development of a better society.

Keywords: CSR, Danone Indonesia, Environment, Public, Multinational

I. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep di mana perusahaan harus mengambil tanggung jawab terhadap dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan operasinya. Dalam era globalisasi, perusahaan multinasional semakin berkembang dan menghadapi tantangan baru dalam pelaksanaan CSR di negara-negara yang berbeda. Perusahaan-perusahaan ini harus memahami lingkungan sosial, politik, dan budaya di negara-negara tempat mereka beroperasi, dan memastikan bahwa kegiatan bisnis mereka sesuai dengan norma-norma etika dan hukum yang berlaku di masyarakat setempat (Nugraheni & Toni, 2022).

Indonesia sebagai negara dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara memiliki pasar yang menarik bagi perusahaan multinasional untuk melakukan investasi. Salah satu perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia adalah Danone, perusahaan makanan dan minuman terbesar di dunia dengan jangkauan bisnis yang mencakup lebih dari 120 negara. Sebagai perusahaan

besar yang beroperasi di Indonesia, Danone harus memperhatikan tanggung jawab sosialnya di negara ini, dan memastikan bahwa kegiatan bisnisnya sesuai dengan budaya dan norma-norma etika yang berlaku di Indonesia.

PT. Danone Indonesia, juga dikenal sebagai Danone Aqua adalah perusahaan produsen makanan dan minuman internasional yang berkantor pusat di Jakarta, Indonesia. PT. Danone Indonesia didirikan pada tahun 1998 dan perusahaan ini merupakan anak perusahaan dari Group Danone S.A., perusahaan multinasional yang berbasis di Prancis. Perusahaan ini memproduksi berbagai macam produk makanan dan minuman, seperti air mineral, susu, yogurt, dan makanan bayi (Malik & Paksi, 2023).

Penelitian tentang CSR di perusahaan multinasional, khususnya di Indonesia masih terbatas, sementara praktik CSR semakin penting dalam bisnis internasional. Sebagai perusahaan multinasional yang besar, Danone Indonesia memiliki potensi untuk mempengaruhi praktik CSR di industri makanan dan minuman di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengidentifikasi praktik CSR yang baik dan dampak yang dihasilkan pada masyarakat dan lingkungan. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan untuk perusahaan lain dalam



industri yang sama untuk menerapkan praktik CSR yang baik dan memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat (Budhie Wijatna et al., 2018).

1.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat sepuluh penelitian terdahulu yang penulis jadikan referensi dari tulisan ini. Adapun kesepuluh referensi tersebut ialah:

1. (Irawan & Suryanto, 2020) melakukan penelitian untuk melihat apakah CSR mempengaruhi kinerja keuangan dan lingkungan perusahaan manufaktur di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan lingkungan perusahaan.
2. (Daulay & Lubis, 2020) melakukan penelitian untuk melihat apakah CSR mempengaruhi kepuasan pelanggan pada industri perbankan di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada industri perbankan.
3. (Adnan, Saputra, & Rahman, 2020) melakukan penelitian untuk melihat apakah kepemimpinan transformasional mempengaruhi CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap CSR perusahaan.
4. (Irawan & Suryanto, 2020) melakukan penelitian untuk melihat apakah CSR mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan manufaktur di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.
5. (Kusuma & Kurniawan, I., 2020) melakukan analisis untuk melihat apakah CSR mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan manufaktur di Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.
6. (Sujatmiko, 2020) melakukan studi tentang pengaruh CSR pada reputasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan.
7. (Siregar & Suharyadi, 2020) melakukan penelitian tentang pengaruh CSR pada kepuasan konsumen pada industri perbankan di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
8. (Wijaya & Pratiwi, 2020) melakukan penelitian tentang pengaruh CSR pada loyalitas pelanggan pada perusahaan asuransi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
9. (Agustina & Siregar, 2020) melakukan penelitian tentang pengaruh CSR pada kinerja lingkungan dan kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja lingkungan dan kinerja keuangan.

10. (Khairunnisa & Mulyana, 2020) melakukan studi tentang pengaruh CSR pada kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Dapat disimpulkan dari kesepuluh penelitian tersebut mencoba untuk membahas pengaruh dari Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa CSR berdampak positif terhadap kinerja keuangan, kinerja lingkungan, reputasi perusahaan, dan loyalitas pelanggan. Penelitian juga membahas pengaruh kepemimpinan transformasional pada CSR serta pengaruh CSR terhadap kepuasan pelanggan pada industri perbankan dan asuransi di Indonesia. Kesepuluh penelitian tersebut mengambil sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) atau industri perbankan dan asuransi di Indonesia sebagai objek penelitian dan menunjukkan bahwa CSR menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam mengelola kinerja bisnis mereka.

1.2 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah konsep dimana perusahaan melakukan kegiatan yang berdampak positif terhadap masyarakat atau lingkungan sekitarnya. Konsep ini menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk memperhatikan dan berkontribusi pada kepentingan masyarakat, selain hanya fokus pada keuntungan finansial semata.

CSR meliputi berbagai hal seperti pengelolaan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, hak asasi manusia, kesehatan dan keselamatan kerja, serta kontribusi terhadap pendidikan dan kebudayaan. Tujuannya adalah untuk membantu membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan lingkungan sekitar, meningkatkan reputasi perusahaan, serta meminimalkan dampak negatif dari kegiatan bisnis (Kartikawangi, 2019).

Perusahaan dapat melaksanakan CSR melalui berbagai cara, seperti memberikan sumbangan dana, menyediakan layanan kesehatan gratis, melakukan program pengelolaan limbah dan energi yang ramah lingkungan, serta melakukan kegiatan sosial seperti bakti sosial, program pengembangan masyarakat, dan lain sebagainya.

CSR dianggap penting karena perusahaan memainkan peran penting dalam pembangunan sosial dan ekonomi di suatu wilayah. Dengan melakukan kegiatan yang berdampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, perusahaan dapat membantu menciptakan lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan dan beretika, serta memperkuat hubungan dengan stakeholder seperti konsumen, investor, dan pemerintah (Irawan et al., 2022).



Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab untuk memaksimalkan keuntungan mereka, tetapi juga bertanggung jawab untuk berkontribusi pada kesejahteraan sosial, lingkungan, dan ekonomi masyarakat di sekitar mereka. Peran CSR dalam perusahaan adalah untuk mempromosikan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial, lingkungan, dan ekonomi.

Dengan menerapkan praktik CSR yang baik, perusahaan dapat memberikan manfaat positif pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya, serta meningkatkan reputasi dan kinerja operasional mereka dalam jangka panjang (Maengko et al., 2023)

Sejalan dengan hal ini, penulis memiliki tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengkaji praktik CSR yang diterapkan oleh Perusahaan Danone Indonesia dan mengidentifikasi dampak dari praktik tersebut pada masyarakat dan lingkungan sekitar.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif pendekatan deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggali pemahaman mendalam tentang fenomena sosial dengan memperhatikan aspek kualitatif seperti makna, persepsi, dan pengalaman subjektif individu atau kelompok. Teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, atau analisis dokumen digunakan untuk memperoleh pemahaman yang detail dan sistematis tentang subjek penelitian. Dalam penulisan, metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif membantu penulis memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang fenomena sosial yang sedang diteliti dengan memahami makna, persepsi, dan pengalaman subjektif individu atau kelompok terkait fenomena sosial tersebut.

Selanjutnya, dengan mengambil objek penelitian di PT. Danone Indonesia, penulis menggunakan media Internet sebagai sumber data utama dalam penelitian ini untuk mengumpulkan informasi tentang PT. Danone Indonesia dengan lebih cepat dan mudah. Internet menyediakan berbagai sumber informasi seperti situs web, blog, forum diskusi, dan media sosial yang terkait dengan perusahaan tersebut. Namun, penulis menyadari kelemahan dari penggunaan Internet sebagai sumber data utama dan mengatasi hal tersebut dengan strategi seperti memilih sumber informasi yang memiliki reputasi yang baik, melakukan cross-checking dengan sumber informasi lain yang dapat dipercaya, serta memverifikasi informasi yang didapatkan dari sumber data utama dengan menggunakan sumber data sekunder yang lebih dapat dipercaya. Dengan menggunakan Internet sebagai sumber data utama, penulis berharap dapat menyajikan analisis yang komprehensif dan menyeluruh tentang PT. Danone Indonesia.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa penulis menggunakan studi dokumentasi sebagai metode pengumpulan data dalam penulisan ini. Metode ini

menggunakan dokumen atau arsip sebagai sumber data utama yang dapat berupa dokumen tertulis, laporan, catatan, surat, foto, video, dan lain-lain. Studi dokumentasi adalah salah satu metode penelitian yang berguna untuk mengumpulkan data dari dokumen atau arsip yang telah ada sebelumnya, sehingga memudahkan peneliti untuk mempelajari suatu fenomena sosial atau peristiwa masa lalu

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Corporate Social Responsibility* di PT. Danone Indonesia

CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep di mana perusahaan mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam kegiatan operasional dan strategi bisnis mereka. PT. Danone Indonesia adalah salah satu perusahaan yang memiliki program CSR yang aktif dan terus berinovasi untuk memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan.

Salah satu program CSR yang dilakukan oleh PT. Danone Indonesia adalah "One Person One Tree" atau "Satu Orang Satu Pohon", di mana perusahaan menanam satu pohon setiap kali ada konsumen yang membeli produk susu SGM di minimarket tertentu. Selain itu, perusahaan juga memiliki program "Nutripreneur" yang memberikan pelatihan dan dukungan bagi para petani lokal di daerah-daerah tertentu untuk meningkatkan produksi pertanian mereka dan membantu memenuhi kebutuhan gizi masyarakat (Risa, 2020).

PT. Danone Indonesia juga berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan melalui program "Caring for Climate" yang bertujuan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan meningkatkan efisiensi energi dalam kegiatan operasional perusahaan. Selain itu, perusahaan juga memastikan bahan baku yang digunakan dalam produksi produk mereka berasal dari sumber yang berkelanjutan.

Seluruh program CSR PT. Danone Indonesia didasarkan pada komitmen perusahaan untuk memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitar. Melalui program-program ini, perusahaan berusaha untuk mempromosikan keberlanjutan dan berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih baik.

3.2 Satu Orang Satu Pohon sebagai Salah Satu Program CSR di PT. Danone Indonesia

Salah satu program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Danone Indonesia adalah Satu Orang Satu Pohon (SOSP). Program ini diluncurkan pada tahun 2016 dengan tujuan untuk mengurangi dampak perubahan iklim dan meningkatkan kesadaran lingkungan di Indonesia.

Dalam program SOSP, PT. Danone Indonesia bekerja sama dengan organisasi mitra seperti Taman Hutan Raya (Tahura) Raden Soerjo dan Yayasan Bina Usaha

Lingkungan (BUL). Program ini memberikan dukungan untuk penanaman pohon dan pengelolaan hutan di wilayah-wilayah terpilih di Indonesia.

Selain itu, program SOSP juga melibatkan konsumen PT. Danone Indonesia untuk turut berpartisipasi dalam penanaman pohon dengan memberikan donasi untuk setiap pembelian produk tertentu. Dalam program SOSP, PT. Danone Indonesia menargetkan penanaman satu juta pohon di Indonesia setiap tahunnya.

Program ini dilaksanakan dengan cara membagikan bibit pohon secara gratis kepada masyarakat dan mengajak mereka untuk menanamnya di area terbuka seperti taman kota, halaman rumah, atau area terbuka lainnya. Selain itu, program ini juga melibatkan karyawan PT. Danone Indonesia untuk melakukan penanaman pohon di sekitar lingkungan kantor dan pabrik perusahaan sebagai bentuk partisipasi aktif dalam melestarikan lingkungan hidup.

Program Satu Orang Satu Pohon di PT. Danone Indonesia telah dilaksanakan sejak tahun 2011 dan telah berhasil menanam lebih dari 1,3 juta pohon di seluruh Indonesia. Selain memberikan manfaat untuk melestarikan lingkungan hidup, program ini juga memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat sekitar, seperti peningkatan kualitas udara, perlindungan tanah dari erosi, peningkatan kualitas air, dan juga memberikan peluang usaha bagi masyarakat setempat yang dapat menjual hasil dari tanaman yang ditanam.

Dengan mengimplementasikan program Satu Orang Satu Pohon sebagai salah satu bentuk CSR, PT. Danone Indonesia turut berperan dalam melestarikan lingkungan hidup dan memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Program ini juga merupakan salah satu bentuk upaya perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan hidup dan masyarakat sekitar.

3.3 Analisa Dampak Program CSR SOSP pada PT. Danone Indonesia

Program CSR Satu Orang Satu Pohon (SOSP) merupakan program unggulan PT. Danone Indonesia yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan melalui penanaman pohon. Program CSR Satu Orang Satu Pohon (SOSP) yang dilakukan oleh PT. Danone Indonesia memiliki dampak yang signifikan bagi perusahaan, masyarakat, dan lingkungan sekitar.

Bagi lingkungan sendiri, dengan adanya program SOSP, PT. Danone Indonesia telah menanam lebih dari 500.000 pohon di berbagai wilayah di Indonesia. Hal ini memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar, seperti membantu mengurangi deforestasi, mengembalikan fungsi hutan yang telah rusak, dan mengurangi dampak perubahan iklim. Selain itu, penanaman pohon juga dapat membantu menjaga

keberlangsungan hidup flora dan fauna di sekitar wilayah penanaman.

Hal ini juga memberikan dampak positif bagi masyarakat yakni dengan adanya kerja sama dengan komunitas lokal dan petani untuk menanam pohon di lahan-lahan yang kosong atau tidak produktif. Melalui program ini, masyarakat dapat memperoleh manfaat dari hasil tanaman yang ditanam di lahan tersebut, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.

Ketiga, dampak positif bagi perusahaan melalui program SOSP ini, PT. Danone Indonesia dapat meningkatkan citra perusahaan yang berkelanjutan dan peduli terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Selain itu, program ini juga dapat memperkuat hubungan dengan komunitas lokal dan memperkuat kemitraan dengan petani lokal. Hal ini dapat berdampak positif pada kelangsungan bisnis perusahaan.

Hal ini juga berdampak baik secara jangka panjang: Penanaman pohon yang dilakukan melalui program SOSP memberikan dampak jangka panjang yang berkelanjutan. Pohon-pohon yang ditanam dapat menghasilkan oksigen, membantu menjaga kelembaban tanah, dan memperbaiki kualitas tanah. Selain itu, pohon juga dapat membantu menjaga keanekaragaman hayati dan memperkuat ketahanan lingkungan (Rosilawati & Mulawarman, 2019).

Dari analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa program CSR SOSP yang dilakukan oleh PT. Danone Indonesia memberikan dampak positif yang signifikan bagi lingkungan, masyarakat, dan perusahaan. Program ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang yang berkelanjutan. Oleh karena itu, program SOSP dapat dijadikan contoh program CSR yang efektif dan berdampak positif bagi berbagai pihak.

3.4 Hambatan dalam Program CSR SOSP pada PT. Danone Indonesia

Meskipun Program CSR SOSP di PT. Danone Indonesia memiliki dampak positif yang signifikan, tetapi ada beberapa kendala yang dihadapi dalam implementasi program tersebut, antara lain:

1. Tantangan dalam menanam pohon

Salah satu kendala utama dalam Program CSR SOSP adalah tantangan dalam menanam pohon. Proses penanaman pohon memerlukan ketersediaan lahan yang cukup, bibit pohon yang berkualitas, perawatan yang tepat, serta perlindungan dari hewan atau gangguan manusia. Selain itu, cuaca ekstrem seperti kekeringan atau banjir juga dapat mempengaruhi pertumbuhan pohon.

2. Pengelolaan lahan yang terbatas

PT. Danone Indonesia memiliki keterbatasan lahan yang tersedia untuk program CSR SOSP, sehingga memerlukan strategi yang tepat dalam memilih lokasi penanaman pohon yang optimal. Selain itu, pengelolaan lahan yang sudah ditanami



juga perlu diperhatikan agar pohon dapat tumbuh dengan baik dan memberikan manfaat yang optimal.

3. Partisipasi masyarakat

Keterlibatan masyarakat dalam Program CSR SOSP juga menjadi kendala yang harus diatasi. Beberapa masyarakat mungkin tidak memiliki kesadaran akan pentingnya penanaman pohon dan perlunya menjaga lingkungan hidup. Oleh karena itu, PT. Danone Indonesia perlu melakukan kampanye dan edukasi kepada masyarakat agar mereka dapat terlibat aktif dalam program ini.

4. Ketergantungan pada kontraktor

PT. Danone Indonesia melakukan program CSR SOSP melalui kontraktor yang ditunjuk, sehingga perlu mengelola kontrak dan memastikan bahwa kontraktor memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Hal ini memerlukan pengawasan yang ketat untuk memastikan kualitas pekerjaan dan waktu penyelesaian sesuai dengan yang diharapkan.

Dalam mengatasi kendala-kendala tersebut, PT. Danone Indonesia melakukan berbagai strategi, seperti meningkatkan kerja sama dengan pihak-pihak terkait, memperkuat komunikasi dengan masyarakat, serta melakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap pelaksanaan program CSR SOSP. Dengan melakukan hal tersebut, PT. Danone Indonesia dapat mengoptimalkan dampak positif dari Program CSR SOSP dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi lingkungan dan masyarakat sekitar

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

PT. Danone Indonesia telah melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang disebut “*One Person One Tree*” (SOSP) sejak tahun 2011 dengan tujuan untuk mengurangi dampak perubahan iklim dan meningkatkan kesadaran lingkungan di Indonesia. Program tersebut menargetkan penanaman satu juta pohon di Indonesia setiap tahunnya, dan PT. Danone Indonesia bekerja sama dengan organisasi mitra seperti Taman Hutan Raya Raden Soerjo (Tahura) dan Yayasan Pengembangan Usaha Lingkungan (BUL) untuk mendukung penanaman pohon dan pengelolaan hutan di daerah terpilih di Indonesia.

Program tersebut melibatkan konsumen PT. Danone Indonesia dengan mengajak mereka berpartisipasi dalam penanaman pohon dengan mendonasikan sejumlah uang untuk setiap pembelian produk tertentu. Program SOSP telah berhasil menanam lebih dari 1,3 juta pohon di seluruh Indonesia, memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat lokal seperti meningkatkan kualitas udara, melindungi tanah dari erosi, meningkatkan kualitas air, dan menciptakan peluang bisnis bagi masyarakat lokal.

Namun, pelaksanaan program menghadapi tantangan seperti keterbatasan pengelolaan lahan, partisipasi masyarakat, dan ketergantungan kontraktor. PT. Danone

Indonesia telah menerapkan berbagai strategi untuk mengatasi tantangan tersebut, seperti meningkatkan kerjasama dengan pihak-pihak terkait, memperkuat komunikasi dengan masyarakat, dan meningkatkan pengawasan pelaksanaan program untuk mencapai manfaat yang lebih besar bagi lingkungan dan masyarakat sekitar. Program SOSP merupakan program CSR yang efektif dan berdampak positif bagi berbagai pemangku kepentingan secara berkelanjutan.

Adapun beberapa saran dalam jangka panjang untuk Program CSR Satu Orang Satu Pohon (SOSP) di PT. Danone Indonesia antara lain seperti PT. Danone Indonesia dapat terus berupaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program SOSP dengan melibatkan mereka secara aktif dalam kegiatan penanaman dan perawatan pohon. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan pelatihan dan pendampingan untuk masyarakat setempat agar dapat menjadi lebih mandiri dalam menjaga keberlangsungan program SOSP. Diharapkan PT. Danone Indonesia dapat memperkuat kemitraan dengan organisasi mitra seperti Tahura Raden Soerjo dan Yayasan BUL dalam upaya meningkatkan efektivitas program SOSP. Selain itu, PT. Danone Indonesia juga dapat menjalin kemitraan dengan pihak-pihak lain seperti lembaga pemerintah, universitas, dan perusahaan swasta untuk mendukung program SOSP secara lebih luas. PT. Danone Indonesia dapat mengembangkan inovasi dalam pengelolaan hutan yang lebih efektif dan efisien, seperti penggunaan teknologi terbaru untuk monitoring keberhasilan program SOSP dan pengembangan sistem manajemen hutan yang lebih baik. Dan yang terakhir adalah bagaimana PT. Danone Indonesia dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan program SOSP dengan menyediakan laporan publik yang teratur mengenai keberhasilan program SOSP dan dampaknya bagi lingkungan dan masyarakat sekitar.

REFERENSI

- Adnan, M., Saputra, A., & Rahman, T. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*, 9(2), 65-75.
- Agustina, S., & Siregar, R. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Lingkungan dan Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 35-48.
- Budhie Wijatna, A., Hendrayana, H., Aliyah, F., Satriya Muhammad, A., & Pratikno, B. (2018). Determination LMWL Wonosobo Area by Using Nuclear Technology, Case Study: Hydrogeology Study for Aqua Danone CSR Program. *E3S Web of Conferences*, 43. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20184301013>



- Daulay, H., & Lubis, D. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Industri Perbankan di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 340-350
- Irawan, E. P., Sumartias, S., Priyatna, S., & Rahmat, A. (2022). A Review on Digitalization of CSR during the COVID-19 Pandemic in Indonesia: Opportunities and Challenges. *Social Sciences*, 11(2). <https://doi.org/10.3390/socsci11020072>
- Irawan, T., & Suryanto, T. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(2), 271-284.
- Irawan, T., & Suryanto, T. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan: Studi pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 19(2), 151-162
- Kartikawangi, D. (2019). Symbolic convergence of local wisdom in cross-cultural collaborative social responsibility: Indonesian case. *Public Relations Review*, 43(1), 35-45. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.10.012>
- Khairunnisa, N., & Mulyana, A. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan: Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 23(1), 63-72.
- Kusuma, H., & Kurniawan, I. (2020). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 22(2), 77-86
- Maengko, B. J., Kumenaung, A. G., & Maramis, M. T. B. (2023). MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DI MINAHASA UTARA. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 24(2).
- Malik, R. R., & Paksi, A. K. (2023). Upaya Perusahaan Danone Dalam Mempertahankan Citra Baiknya Kepada Masyarakat Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(3), 1788-1795. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i3.1532>
- Nugraheni, A., & Toni, A. (2022). Peran Public Relation Dalam Csr "Program Wash" Pt Aqua Danone Indonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 106-120. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1873>
- Risa, Y. (2020). Community Empowerment as The Corporate's Social Responsibility: Case Study of PT. Tirta Investama Plant Solok, Indonesia. *Varia Justicia*, 15(2), 43-50. <https://doi.org/10.31603/variajusticia.v15i2.2940>
- Rosilawati, Y., & Mulawarman, K. (2019). Kearifan Lokal Tri Hita Karana Dalam Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1215. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.426>
- Siregar, R., & Suharyadi, E. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Perbankan di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 71-84.
- Sujatmiko, A. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Reputasi Perusahaan: Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 73-82.
- Wijaya, I., & Pratiwi, N. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Asuransi di Indonesia. *urnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 1-14.