

ABSTRAK

Isna Siti Nuraeni : *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) (Studi Deskriptif RW 02 Desa Cihanjuang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang)*

Permasalahan sosial dapat dipecahkan diantaranya dengan kebijakan sosial. Pemberdayaan masyarakat dan CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR dilakukan dengan *stakeholders* perusahaan. Perusahaan PT. Coca-Cola Amatil Indonesia adalah pabrik minuman botol dan memiliki beberapa cabang perusahaan. Untuk mewujudkan rasa kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar PT.Coca-Cola Amatil Indonesia membuat beberapa program yang diimplementasikan CSR guna untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan.

Tujuan peneliti ini untuk mengetahui keuntungan yang didapatkan oleh PT Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat berbasis CSR. Kemudian untuk mengetahui tingkat kepedulian PT Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) terhadap masyarakat sekitar perusahaan. Dan untuk mengetahui manfaat program CSR PT Amatil Coca-Cola Indonesia (CCAI) terhadap lingkungan hidup di sekitar perusahaan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Analisa dalam penelitian ini menggunakan penafsiran logika yang dihubungkan dengankontek pengembangan masyarakat Islam.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *triple bottom lines*, yaitu 3P : *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. *People* Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Dan *Plannet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati (Edi Suharto, 2009: 107)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keuntungan yang didapat perusahaan yaitu keuntungan jangka pendek, dapat kenal dengan warga sekitar, jangka menengah semakin berkeluarga dengan masyarakat sekitar perusahaan, dan jangka panjang bisa menjalin silaturahmi yang berkepanjangan. Kemudian dilihat dari kepedulian perusahaan yaitu dalam perusahaan Coca-Cola jarang menunggu bola tapi menjemput bola. Di Coca-Cola ada yang disebut dengan sistem Zona, ketika perusahaan ini ada disebuah titik maka bagaimana perusahaan bisa memberikan manfaat pada masyarakat sekitar, maka itulah kita yang menjemput. Dan manfaatnya yaitu manfaat bagi perusahaan, meningkatkan penjualan produk serta mendapatkan citra positif dari masyarakat. Adapun manfaat yang dirasakan oleh masyarakat, dapat merasakan hasil dari program-program CSR serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa program CSR Coca-Cola dapat meraih keuntungan, kepedulian, dan manfaat, serta memberikan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar perusahaan.