

41

PELAKSANAAN CSR PT. YAKULT INDONESIA PERSADA DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN YAKULT LADY DI KECAMATAN CIBEUNYING KALER KOTA BANDUNG

Oleh:

Siti Zahara Nur Mega, Risna Resnawaty, & Lenny Meilany

Email:

sitizaharanm@gmail.com

ABSTRAK

ABSTRAK, Pelaku bisnis (perusahaan) tidak hanya dituntut untuk memperoleh profit semata dari lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi, baik secara materil maupun moril kepada masyarakat setempat melalui tanggung jawab sosial perusahaan. Perempuan merupakan sosok yang dapat berperan dalam sebuah pembangunan bangsa sehingga sudah selayaknya keberadaan perempuan di masyarakat harus diperhitungkan. Pada dasarnya perempuan memiliki hak yang sama seperti kaum laki-laki dimana para kaum perempuan memiliki hak untuk diberdayakan sehingga dapat berkembang dan mandiri. Salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada ialah dengan melakukan pemberdayaan pada ibu-ibu rumah tangga yang kemudian dijadikan sebagai agen pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena dalam penelitian ini peneliti ingin mendapatkan gambaran empirik tentang sejauh mana keberhasilan tanggung jawab sosial perusahaan PT. Yakult Indonesia Persada dalam upaya pemberdayaan yang dilakukan pada ibu-ibu rumah tangga, sehingga hasil penelitian ini dapat mencapai tujuan untuk mendapatkan gambaran yang faktual mengenai pelaksanaan CSR di PT. Yakult Indonesia Persada.

Kata Kunci: CSR, Pemberdayaan, Perempuan

Abstract, business person (company) is not only required to obtain a profit solely from his field, but they are also asked to contribute, whether material or moral to the local community through corporate social responsibility. Women are a figure that can be a role in a development of the nation so should the existence of women in society should be taken into account . Essentially women having equal rights as the men where the women have the right to be empowered so they can develop and independent. One form of social responsibility a company that conducted by PT. Yakult Indonesia Persada was to do the empowerment of women in households which then be used as marketing agent .This research using a descriptive research with the qualitative approach , because in this study researchers want to get a empirical about the extent to which the success of social responsibility company PT. Yakult Indonesia Persada in empowerment efforts carried on the housewives, so the results of this research can achieve a goal to get a factual picture of the implementation of corporate social responsibility in PT. Yakult Indonesia Persada.

Key words: CSR, Epowerment, Women

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor dunia usaha yang pesat sebagai akibat liberalisasi ekonomi sehingga memunculkan tuntutan global, agar dunia perindustrian dapat menjalankan bisnis secara sehat dan etis. Pelaku bisnis (perusahaan) tidak hanya dituntut untuk memperoleh profit semata dari lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi, baik secara materil maupun moril kepada masyarakat setempat. Salah satunya dengan melaksanakan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR). Dengan adanya Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, yang pada Pasal 2 dijelaskan bahwa: “Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.”

Pelaksanaan CSR ini perlu dilaksanakan karena selain mengikuti peraturan pemerintah, pelaksanaan CSR pula dapat meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh Wibisono (2007:37), motif pelaksanaan CSR pada perusahaan berbeda-beda sehingga dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yakni: pertama, sekedar keterpaksaan (*external driven*), yakni pelaksanaan CSR dilakukan karena adanya tuntutan dari masyarakat. Kedua, sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*), CSR dilakukan karena ada aturan hukum yang mengaturnya, dan ketiga adalah bukan lagi sekedar mematuhi aturan, melainkan CSR dilakukan karena adanya dorongan yang tulus dari perusahaan untuk memberikan kontribusi yang nyata terhadap masyarakat.

Pada umumnya, pelaksanaan CSR dapat bergerak dalam berbagai bidang sesuai dengan tujuan yang akan dicapai dari perusahaan itu sendiri. Pelaksanaan CSR juga dapat

dilaksanakan sebagai terobosan dalam upaya menghadapi isu-isu global. Seperti pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada. PT. Yakult Indonesia Persada yang melakukan kegiatan CSR dengan memberdayakan ibu-ibu rumah tangga. Pemberdayaan memiliki konteks yang luas begitu banyaknya program pemberdayaan yang guna meningkatkan taraf hidup masyarakat seperti pemberdayaan sosial, kesehatan dan ekonomi melalui intervensi mikro dan makro. Pemberdayaan berguna untuk mengembangkan klien dari keadaan tidak atau kurang berdaya mempunyai daya guna mencapai kehidupan untuk lebih baik.¹ Pemberdayaan berguna untuk mengembangkan klien dari keadaan tidak atau kurang berdaya mempunyai daya guna mencapai kehidupan untuk lebih baik.²

PT Yakult Indonesia Persada merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang Minuman sehat keluarga yaitu “Yakult: minuman susu fermentasi yang mengandung bakteri bermanfaat yaitu *Lactobacillus Casei* Shirota Strain yang bisa berperan secara optimal dalam usus manusia”. PT. Yakult Indonesia Persada merasa bahwa kaum perempuan memiliki peran dan fungsi yang sangat strategis yang berlaku di kehidupan berkeluarga maupun di masyarakat. Apalagi mayoritas penduduk Indonesia merupakan perempuan. Dengan adanya upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada maka diharapkan ibu-ibu rumah tangga ini dapat sejahtera. PT. Yakult Indonesia Persada menjadikan ibu-ibu rumah tangga sebagai sasaran pelaksanaan CSR nya dikarenakan berangkat dari kekhawatiran terhadap kemiskinan pada kaum perempuan. Hal tersebut menjadi kendala hingga perempuan di berbagai negara, termasuk Indonesia menjadi kurang berdaya. pada kenyataannya, angka kemiskinan pada perempuan juga sudah

¹ Isbandi Rukminto Adi, *Pemberdayaan, Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2003) h.53

² Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008) h.1

menginjak pada angka yang cukup mengkhawatirkan.

Hal tersebut ditunjukkan bahwa di Indonesia terdapat 6 juta perempuan yang merupakan kepala rumah tangga miskin dengan penghasilan kurang dari Rp. 10.000,00. Badan Pusat Statistik mencatat jumlah penduduk miskin pada September 2014 mencapai 27,73 juta orang atau sekitar 10,96 persen. Sejak awal reformasi arah pembangunan manusia sudah mulai diarahkan menuju pembangunan manusia dengan pendekatan pembangunan partisipatif dan pemberdayaan. Hal tersebutlah yang mendorong keprihatinan dari pihak perusahaan untuk melakukan pemberdayaan pada ibu-ibu rumah tangga untuk dipekerjakan sebagai tenaga pemasaran (marketing) atau yang biasa masyarakat kenal dengan sebutan Yakult Lady.

Perumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) PT. Yakult Indonesia Persada terhadap lingkungan sekitar?
2. Mengapa PT. Yakult Indonesia Persada memilih untuk memberdayakan perempuan (ibu-ibu rumah tangga) sebagai sasaran dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)?
3. Bagaimana dampak yang dirasakan oleh ibu-ibu rumah tangga tersebut setelah bergabung menjadi yakult lady?

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran secara empirik, mengkaji serta melakukan analisis yang jelas yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR PT. Yakult Indonesia Persada dalam upaya pemberdayaan yakult lady, terutama tentang:

1. Sejauh mana pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan PT Yakult Indonesia Persada terhadap lingkungan sosial masyarakat.
2. Seberapa besar urgensi pemberdayaan perempuan (ibu-ibu rumah tangga)

3. Dampak yang dirasakan masyarakat khususnya ibu-ibu rumah tangga yang bekerja sebagai yakult lady.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberadaan kaum perempuan dalam dunia usaha sekarang ini tentunya mulai diperhitungkan karena kaum perempuan dianggap sebagai kaum yang memiliki fungsi strategis baik di keluarga maupun di masyarakat. Salah satu langkah nyata yang dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada ialah dengan cara memberdayakan kaum perempuan khususnya ibu-ibu rumah tangga yang cenderung pada awalnya tidak bekerja dan tidak memiliki penghasilan untuk dengan cara menjadikan mereka sebagai barisan terdepan dalam memasarkan produk yakult. Tidak lain, ibu-ibu rumah tangga tersebut direkrut untuk bagian pemasaran langsung ke rumah-rumah di sekitar tempat tinggal mereka. Tidak hanya menjual produk, ibu-ibu penjual yakult ini atau yang biasa dikenal dengan sebutan yakult lady melakukan propaganda juga kepada masyarakat mengenai manfaat dari produk tersebut. Sejauh ini, di Indonesia jumlah yakult lady ini kian meningkat hingga mencapai angka 6.000 orang yang tercatat sebagai anggota yakult lady.

Program tersebut dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada bukan semata-mata hanya untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) nya saja, melainkan atas dasar keprihatinan pihak perusahaan terhadap perempuan-perempuan rumah tangga miskin. Selain itu, pihak perusahaan juga ingin ibu-ibu rumah tangga tersebut memaksimalkan kontribusinya dalam keluarga tanpa meninggalkan perannya sebagai ibu bagi anak-anaknya dan sebagai istri bagi suaminya. Maka dari itu, jam kerja para yakult lady ini sangat fleksibel.

Dengan adanya upaya pemberdayaan ini, setidaknya para ibu-ibu rumah tangga yang pada awalnya bukan siapa-siapa dan tidak memiliki penghasilan sendiri, setidaknya dapat

menjadi perempuan yang mandiri yakni dengan cara memperoleh penghasilan sendiri yang kemudian penghasilan tersebut dapat digunakan untuk keperluan pribadinya maupun keluarga. Para yakult lady ini dapat memperoleh penghasilan minimal Rp. 2.000.000/bulan disesuaikan dengan target yang didapatkannya. Dengan menjadi perempuan yang berpenghasilan, maka ibu-ibu rumah tangga tersebut tidak akan terus bergantung kepada suami. Dengan begitu diharapkan para setelah bergabung ke dalam barisan yakult lady ini, perusahaan mengharapkan ibu-ibu rumah tangga tersebut menjadi keluarga dan masyarakat sejahtera.

Jika berbicara mengenai manfaat yang didapatkan, tentunya pelaksanaan CSR PT. Yakult Indonesia Persada ini membawa manfaat yang sangat baik terhadap pemberdayaan yang dilakukan kepada ibu-ibu rumah tangga yang bekerja sebagai yakult lady. Selain menjadi wanita mandiri, para yakult lady ini pun akan memiliki kemampuan lebih. Karena sebelum terjun ke lapangan, para yakult lady ini diberikan pengarahan dan pembekalan yang dilakukan oleh pihak perusahaan.

Pada dasarnya program yakult lady yang dilaksanakan oleh PT. Yakult Indonesia Persada tidak hanya sebagai bentuk pemberdayaan kepada ibu-ibu rumah tangga. Lebih dari itu, yakult lady digunakan sebagai strategi perusahaan untuk dapat terjun langsung di masyarakat. Strategi pemasaran model Yakult ini cukup ampuh untuk menjaga konsistensi penjualan dari persaingan produk-produk minuman kesehatan. Dikarenakan konsumen tingkat bawah bisa langsung berjumpa dengan penjual resmi yakni sekaligus bisa mendapat informasi mengenai

produk, informasi terbaru mengenai produk, menanyakan berbagai macam hal mengenai Yakult ataupun perusahaannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Yakult Lady merupakan barisan terdepan yang digunakan oleh PT. Yakult Indonesia Persada sebagai salah satu strategi direct marketing kepada masyarakat. Selain itu, program yakult lady juga merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang berupaya untuk memberdayakan kaum perempuan khususnya ibu-ibu rumah tangga. Pihak perusahaan merasa bahwa kaum perempuan memiliki fungsi strategis baik dalam keluarga maupun masyarakat.

Dengan bergabung ke dalam barisan yakult lady, diharapkan ibu-ibu rumah tangga tersebut dapat berkontribusi kepada keluarganya tanpa meninggalkan peran sebagai ibu dan istri. Dengan memiliki penghasilan sendiri, para yakult lady ini diharapkan dapat menjadi keluarga dan masyarakat sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

Hendrik Budi Untung, Corporate Social Responsibility, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008) h.1

Isbandi Rukminto Adi, Pemberdayaan, Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2003) h.53

<http://berita.suaramerdeka.com/smcetak/yakult-lady-pemberdayaan-kaum-perempuan-dan-lini-depan-pemasaran/> (Berita diakses 11 Mei 2015)