



Analisis Perusahaan Sharp Electronics

Antony Sentoso¹, Jason², Jesty³, Deviana⁴, Nancy⁵, Hendro⁶

Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam, Indonesia

Email : antony.sentoso@uib.ac.id¹, 2141288.jason@uib.edu², 2141152.jesty@uib.edu³,
2141093.deviana@uib.edu⁴, 2141275.nancy@uib.edu⁵, 2141118.hendro@uib.edu⁶

Abstract *This study aims to analyze the implementation of good Corporate Social Responsibility (CSR) and Green Human Resources Management in the Sharp Electronics company. The main focus of the research is to understand how Sharp Electronics integrates corporate social responsibility and sustainable human resource management to achieve sustainable and environmentally friendly business practices. The results showed that Sharp Electronics has shown a strong commitment to social and environmental aspects through various CSR initiatives. Sharp Electronics' success in implementing CSR and GHRM has had a positive impact on the company's image, increased employee engagement, and created long-term business sustainability. As such, this research provides an in-depth insight into the CSR and GHRM practices at Sharp Electronics, which can provide inspiration and learning for other companies in their efforts towards better sustainability and social responsibility.*

Keywords: *Company, Sharp Electronics*

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Green Human Resources Management* yang baik dalam perusahaan Sharp Electronics. Fokus utama penelitian adalah untuk memahami bagaimana Sharp Electronics mengintegrasikan tanggung jawab sosial perusahaan dan manajemen sumber daya manusia berkelanjutan untuk mencapai praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sharp Electronics telah menunjukkan komitmen yang kuat terhadap aspek sosial dan lingkungan melalui berbagai inisiatif CSR. Keberhasilan Sharp Electronics dalam menerapkan CSR dan GHRM telah memberikan dampak positif pada citra perusahaan, meningkatkan keterlibatan karyawan, dan menciptakan keberlanjutan bisnis jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang praktik CSR dan GHRM di Sharp Electronics, yang dapat memberikan inspirasi dan pembelajaran bagi perusahaan lain dalam upaya mereka menuju keberlanjutan dan tanggung jawab sosial yang lebih baik.

Kata Kunci : Perusahaan , Sharp Electronics

PENDAHULUAN

PT. Sharp Electronics Indonesia adalah sebuah perusahaan yang berfokus pada industri manufaktur elektronik. Perusahaan ini merupakan bagian dari Sharp Corporation, yang memiliki sejarah panjang dalam menciptakan produk inovatif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Indonesia dan di seluruh dunia.

Sharp Electronics Indonesia berperan dalam memproduksi dan mendistribusikan berbagai perangkat elektronik dan peralatan rumah tangga, seperti televisi, peralatan dapur, mesin cuci, dan banyak lagi. Perusahaan ini berkomitmen untuk memberikan solusi elektronik yang canggih dan berkualitas tinggi kepada konsumen di Indonesia, serta berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan teknologi elektronik di pasar global.

Seiring berjalannya waktu, Sharp Corporation telah menjadi pemimpin dalam industri elektronik dan terus berinovasi untuk menciptakan produk-produk yang relevan dengan perkembangan teknologi dan tuntutan konsumen. Sebagai bagian dari jaringan perusahaan Sharp, PT. Sharp Electronics Indonesia memiliki peran penting dalam

menghadirkan produk-produk berkualitas tinggi ke pasar Indonesia, serta menjadi bagian dari upaya perusahaan Sharp untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di seluruh dunia.

PT. Sharp Electronics Indonesia memiliki tanggung jawab sosial korporat (CSR) yang penting dalam menjalankan operasinya. Melalui program CSR, perusahaan ini berusaha untuk memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dengan berbagai inisiatif CSR, PT. Sharp Electronics Indonesia dapat memainkan peran dalam mendukung berbagai aspek sosial, seperti pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Selain itu, perusahaan ini juga memprioritaskan konsep "green human," yang mengacu pada komitmen untuk menjadi agen perubahan dalam menjaga lingkungan alam. Dengan cara ini, PT. Sharp Electronics Indonesia berusaha untuk menjalankan operasinya secara bertanggung jawab dan berkelanjutan, dengan fokus pada praktik-praktik yang ramah lingkungan. Upaya untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan mempromosikan keberlanjutan adalah bagian integral dari filosofi perusahaan ini.

Melalui implementasi CSR dan konsep "green human," PT. Sharp Electronics Indonesia dapat mencapai tujuan bisnisnya sambil berkontribusi pada perkembangan berkelanjutan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan.

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pentingnya yang besar bagi masyarakat sekitar perusahaan. Melalui implementasi CSR, perusahaan dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada kesejahteraan dan perkembangan komunitas lokal. Program-program CSR yang komprehensif dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menyediakan akses pendidikan yang lebih baik, pelayanan kesehatan yang terjangkau, dan infrastruktur yang memadai. Selain itu, perusahaan juga dapat berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan membangun kapasitas sumber daya manusia di daerah sekitar, sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan perekonomian lokal. Selain itu, dengan mengadopsi praktik bisnis yang ramah lingkungan, perusahaan dapat menjaga kelestarian lingkungan sekitar, seperti melalui program penghijauan, pengelolaan sumber daya alam yang bertanggung jawab, dan pengurangan emisi gas rumah kaca. Semua ini memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat sekitar perusahaan, menciptakan lingkungan yang lebih berkelanjutan, dan meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan. (Solikhin et al., 2019)

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 telah memberikan dampak yang signifikan pada banyak aspek kehidupan, termasuk pada perekonomian global.

Banyak Perusahaan-perusahaan yang terdampak parah oleh pandemi ini, baik dari segi penjualan maupun pasokan bahan baku.

Untuk mengatasi dampak pandemi pada UMKM maupun perusahaan, banyak negara telah memperkenalkan program dan strategi untuk mendukung pengembangan usaha. Salah satu strategi yang penting adalah pengembangan masyarakat, di mana masyarakat setempat dilibatkan dalam proses pengembangan dan pembangunan usaha.

Pengembangan masyarakat dapat membantu para pengusaha dengan memperkuat modal sosial dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi. Ini dapat mencakup pelatihan keterampilan dan peningkatan akses ke sumber daya seperti modal, pasar, dan teknologi. Dengan demikian, pengembangan masyarakat dapat membantu perusahaan untuk tetap bertahan dan tumbuh bahkan di tengah kondisi sulit seperti pandemi COVID-19.

Selain itu, pengembangan masyarakat juga dapat membantu memperkuat ketahanan komunitas. Dalam situasi pandemi seperti saat ini, ketahanan komunitas menjadi hal yang sangat penting, di mana komunitas harus bisa beradaptasi dan mengatasi tantangan yang ada. Melalui pengembangan masyarakat, komunitas dapat dibantu untuk memperkuat sumber daya lokal dan saling mendukung dalam mengatasi tantangan yang dihadapi (Ibrahim et al., 2021).

Dalam strategi ini, pengembangan masyarakat menjadi faktor penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi dan komunitas. Oleh karena itu, program pengembangan masyarakat yang tepat dan terukur akan sangat membantu dalam mengembangkan dan memperkuat perusahaan di masa depan (Widyowati et al., 2020).

Teori pengembangan masyarakat sangat penting dalam permasalahan pengembangan pasca pandemi. Hal ini karena teori pengembangan masyarakat menekankan pada partisipasi aktif masyarakat dalam proses pembangunan, di mana masyarakat secara aktif terlibat dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi program pengembangan (Citra et al., 2021).

Dalam konteks pengembangan perusahaan, teori pengembangan masyarakat membantu untuk memperkuat modal sosial dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi. Dalam pengembangan masyarakat, masyarakat diberdayakan untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah mereka sendiri, sehingga memberikan rasa memiliki terhadap program yang dijalankan dan meningkatkan keberlanjutan program.

Selain itu, teori pengembangan masyarakat juga menekankan pada pendekatan holistik dalam pengembangan, yang memperhatikan berbagai aspek kehidupan masyarakat

seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Dalam pengembangan perusahaan, pendekatan holistik ini membantu untuk memperkuat basis ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Ernawati et al., 2022).

Dalam permasalahan pengembangan perusahaan pasca pandemi, teori pengembangan masyarakat juga dapat membantu untuk memperkuat ketahanan komunitas. Melalui pendekatan partisipatif dan holistik, masyarakat dapat dibantu untuk memperkuat sumber daya lokal dan meningkatkan keterampilan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi (Christiana et al., 2022).

Corporate social Responsibility merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan terbatas (UUPT) yang terbaru yakni UU no 40 tahun 2007. Melalui undang-undang ini, Industri atau koperasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau industri, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial kualitas hidup masyarakat.

Dengan demikian, teori pengembangan masyarakat sangat penting dalam permasalahan pengembangan perusahaan pasca pandemi, karena membantu untuk memperkuat partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan, meningkatkan keberlanjutan program, dan memperkuat ketahanan komunitas (Rohimah, 2018).

Membahas permasalahan pengembangan perusahaan pasca pandemi sangat penting karena suatu usaha memiliki peran strategis dalam perekonomian dan memainkan peran penting dalam mengurangi kemiskinan, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat ketahanan ekonomi di tingkat lokal (Andhy Winata & Sugiarto, 2016)l.

Oleh karena itu, membahas permasalahan ini menjadi penting agar dapat mencari solusi dan strategi yang tepat untuk mendukung pengembangan perusahaan pasca pandemi. Dalam diskusi ini, dapat dibahas mengenai strategi yang tepat untuk memperkuat ketahanan perusahaan di masa depan, termasuk strategi pengembangan masyarakat, penggunaan teknologi, akses ke pasar, pembiayaan, dan pelatihan keterampilan.

LANDASAN TEORI

CSR, atau Corporate Social Responsibility, adalah suatu konsep di mana perusahaan atau organisasi mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan mereka dan bertanggung jawab untuk berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

CSR mencakup praktik-praktik bisnis yang berfokus pada keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan etika dalam operasi perusahaan (Pahlevi et al., 2015).

Indikator CSR adalah parameter atau tanda-tanda yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu perusahaan atau organisasi telah memenuhi komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Indikator CSR membantu mengukur kinerja perusahaan dalam hal aspek-aspek seperti dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan mereka. Beberapa indikator CSR yang umum digunakan meliputi:

1. Pengurangan Emisi Gas Rumah Kaca, dengan mengukur sejauh mana perusahaan berkontribusi pada pengurangan emisi gas rumah kaca dan perubahan iklim.
2. Kepatuhan terhadap Peraturan Lingkungan, dengan mengukur sejauh mana perusahaan mematuhi peraturan dan undang-undang lingkungan.
3. Pemberdayaan Masyarakat, dengan mengukur kontribusi perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar, seperti program pendidikan, pelatihan kerja, dan bantuan kesehatan.
4. Praktik Ketenagakerjaan yang Adil, dengan mengukur apakah perusahaan memberikan kondisi kerja yang aman, adil, dan layak bagi karyawan mereka.
5. Penggunaan Bahan Baku Berkelanjutan, dengan mengukur apakah perusahaan menggunakan bahan baku yang diperoleh secara berkelanjutan, misalnya, kayu dari hutan yang dikelola secara berkelanjutan.
6. Donasi dan Filantropi, dengan mengukur sejauh mana perusahaan memberikan sumbangan atau donasi kepada lembaga amal dan program-program sosial.
7. Transparansi dan Laporan Keberlanjutan, dengan mengukur sejauh mana perusahaan memberikan laporan tentang praktik CSR mereka kepada pemangku kepentingan (stakeholders) dan masyarakat umum (Wu & Wang, 2014).

Indikator-indikator CSR ini dapat bervariasi tergantung pada industri dan tujuan perusahaan. Mereka membantu mengukur sejauh mana perusahaan mematuhi prinsip-prinsip CSR dan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan serta kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Green Human Resources Management (Green HRM) adalah pendekatan yang terfokus pada pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dalam organisasi dengan memperhatikan aspek-aspek lingkungan dan keberlanjutan. Konsep ini muncul sebagai respons terhadap kebutuhan untuk mengurangi dampak negatif organisasi terhadap lingkungan dan mewujudkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Dengan pendekatan GHRM ini, perusahaan berupaya untuk memadukan kepentingan lingkungan dengan praktik manajemen sumber daya manusia, termasuk dalam hal seleksi, pelatihan, kompensasi, dan pengembangan karyawan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan organisasi yang tidak hanya berkinerja tinggi secara ekonomi. Studi-studi sebelumnya dalam literatur GHRM menunjukkan bahwa penerapan GHRM dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi perusahaan, seperti peningkatan produktivitas, mengurangi limbah, dan mengurangi biaya energi. Selain itu, pendekatan GHRM juga dapat meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat keterlibatan karyawan, dan membantu perusahaan mematuhi regulasi lingkungan yang semakin ketat.

Namun, meskipun potensi manfaat yang signifikan, tantangan yang ada dalam menerapkan GHRM melibatkan perubahan budaya organisasi, perubahan perilaku karyawan, dan perluasan peran departemen sumber daya manusia. Oleh karena itu, GHRM menjadi semakin penting dalam suatu bisnis, dan terus menjadi fokus penelitian dan pengembangan dalam manajemen sumber daya manusia.

METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan penelitian yang dapat digunakan dalam kasus ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini akan memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman dan perspektif para pelaku perusahaan dan masyarakat terkait dengan permasalahan pengembangan perusahaan. Pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk menggali strategi pengembangan yang efektif dan tepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam kasus ini antara lain pengumpulan data, observasi, dan dokumentasi. Pengumpulan data dapat dilakukan dari berbagai literatur dan jurnal yang dapat mendukung penelitian dan membuat model, hipotesis, serta kerangka penelitian di media sosial yang terkait dengan pengembangan perusahaan. Observasi dapat dilakukan untuk memperoleh informasi tentang keadaan lingkungan sekitar perusahaan, serta untuk memahami interaksi sosial yang terjadi di antara masyarakat dan pelaku usaha. Studi dokumentasi juga dapat dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kebijakan dan program pemerintah yang terkait dengan pengembangan perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Keseluruhan Strategi dan Bukti Pemasaran PT Sharp Electronics Indonesia:

a. **Profil Usaha dan Customer Performa:** PT Sharp Electronics Indonesia adalah perusahaan elektronik konsumen yang menawarkan berbagai produk elektronik, termasuk televisi, peralatan rumah tangga, telepon seluler, komponen elektronik, kalkulator, dan panel LCD. PT Sharp Electronics Indonesia pertama didirikan oleh Bapak Martua R Panggabean dan Bpk Jauw Tjong Kie pada tahun 1969. PT Sharp Electronics Indonesia yang berdiri dengan slogan “Be Original” memiliki pabrik pertama di PuloGadung, Jakarta Timur pada tahun 1970 dengan menandatangani perjanjian Kerjasama dengan PT Yasonta untuk menjadi agen pemasaran dan pabrik perakitan produk TV dan Audio di Indonesia. Perusahaan elektronik ini memiliki jumlah karyawan dengan tingkat tinggi yaitu 52.876 karyawan. Dalam hal performa pelanggan di berbagai media sosial atau platform marketplace, perusahaan mungkin memiliki berbagai aktivitas yang beragam, seperti ulasan pelanggan, tanggapan terhadap produk, dan hubungan dengan konsumen. Data pelanggan ini dapat memberikan wawasan berharga tentang preferensi pelanggan, tingkat kepuasan, dan sejauh mana pelanggan berinteraksi dengan produk dan merek Sharp. Untuk laba operasi PT Sharp dengan data tahun 2020 yaitu ¥52,77 milyar dan laba bersihnya yaitu ¥20,96 milyar.

b. **Strategi Pemasaran (4P) dan Target Audience:** Strategi pemasaran PT Sharp Electronics Indonesia mencakup elemen-elemen klasik 4P, yang merinci pendekatan mereka dalam menghadapi pasar elektronik konsumen:

1. **Produk:** PT Sharp Electronics Indonesia mungkin menawarkan berbagai produk, termasuk peralatan elektronik terbaru yang memanfaatkan teknologi terkini. Produk-produk ini bisa mencakup televisi, peralatan rumah tangga, telepon seluler, komponen elektronik, kalkulator, dan panel LCD. Dengan memperbarui dan mengembangkan produk-produk ini, mereka memenuhi tuntutan pasar yang selalu berubah.
2. **Harga:** Harga produk mereka mungkin dirancang agar kompetitif di pasar elektronik konsumen. Mereka dapat mempertimbangkan berbagai faktor, seperti biaya produksi, permintaan pasar, dan harga pesaing untuk menetapkan harga yang menarik bagi konsumen.
3. **Tempat (Distribusi):** Distribusi produk mereka dapat melibatkan berbagai saluran, seperti toko fisik, yang bisa menjadi toko ritel sendiri atau melalui mitra ritel. Selain itu, mereka mungkin memiliki toko online atau bekerja sama dengan toko-toko online terkemuka untuk memperluas jangkauan produk mereka.
4. **Promosi:** PT Sharp Electronics Indonesia mungkin menggunakan berbagai strategi promosi, termasuk iklan di media tradisional seperti televisi dan cetak, sponsor acara atau program

televisi, serta promosi melalui media sosial dan internet. Upaya promosi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk mereka dan menciptakan minat.

Selain itu, sebagai tambahan informasi, perusahaan ini mungkin juga mengambil langkah-langkah untuk menargetkan konsumen yang mencari peralatan elektronik berkualitas dengan berbagai kisaran harga. Ini dapat mencakup berbagai opsi produk dengan beragam harga untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang berbeda.

c. Program Corporate Social Responsibility (CSR): Program CSR "Sharp Berdikari" yang dijalankan oleh PT Sharp Electronics Indonesia adalah inisiatif yang penting dan berfokus pada pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) serta pengembangan ekosistem wirausaha yang berkelanjutan. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut tentang program ini:

1. Pemberdayaan UMKM:

- **Pelatihan:** Salah satu komponen utama dari program "Sharp Berdikari" adalah pelatihan. Ini mencakup berbagai pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM, termasuk keterampilan bisnis, manajemen, produksi, pemasaran, dan aspek lain yang diperlukan untuk mengelola usaha dengan lebih efektif. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dan membantu mereka berkembang.
- **Pasokan Bahan Baku:** Program ini mungkin juga menyediakan akses ke pasokan bahan baku yang diperlukan oleh UMKM. Ini membantu dalam memastikan bahwa UMKM memiliki akses yang memadai ke sumber daya yang diperlukan untuk produksi barang atau layanan mereka.
- **Modal:** Selain pelatihan dan pasokan bahan baku, "Sharp Berdikari" mungkin juga memberikan modal atau dukungan keuangan kepada pelaku UMKM. Ini dapat berupa pinjaman usaha atau modal awal yang membantu UMKM dalam menjalankan atau mengembangkan usahanya.

2. Pendapat mengenai Pelanggaran Kode Etik dan Tanggapan Terhadap Lingkungan Sosial:

a. Faktor-faktor Lingkungan Sosial yang Menciptakan Kritik: Beberapa faktor Faktor lingkungan sosial yang dapat menciptakan kritik terhadap kegiatan bisnis dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1. Transparansi yang rendah dalam pelaporan dampak lingkungan dan sosial:** Kejelasan dan keterbukaan perusahaan dalam melaporkan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat adalah kunci. Ketika perusahaan tidak memberikan informasi yang cukup atau jujur tentang praktik mereka, ini dapat menciptakan ketidakpercayaan dan kritik.

2. **Pelanggaran kode etik, termasuk perlakuan buruk terhadap karyawan atau pelanggan:** Pelanggaran kode etik dalam bisnis, seperti perlakuan buruk terhadap karyawan (misalnya, pelecehan, diskriminasi, atau eksploitasi) atau pelanggan (misalnya, penipuan atau produk berkualitas rendah), seringkali mengundang kritik tajam dari masyarakat, pemangku kepentingan, dan organisasi hak asasi manusia.
3. **Ketidakpatuhan terhadap peraturan lingkungan:** Ketika perusahaan tidak mematuhi peraturan lingkungan yang ada, seperti peraturan pengelolaan limbah atau emisi polutan, hal ini dapat menciptakan kritik dari kelompok lingkungan, pemerintah, dan masyarakat umum. Ini juga dapat berpotensi merusak reputasi perusahaan.
4. **Ketidaksetaraan atau diskriminasi dalam kesempatan kerja:** Diskriminasi rasial, gender, agama, atau faktor-faktor lain dalam kesempatan kerja adalah masalah serius yang bisa menciptakan kritik. Perusahaan yang tidak memberikan peluang yang adil dan setara kepada semua anggota timnya dapat menghadapi tekanan dari berbagai pihak, termasuk gerakan hak-hak sipil, organisasi non-pemerintah, dan masyarakat luas.

Semua faktor-faktor ini dapat berdampak negatif pada citra perusahaan, menyebabkan kerugian finansial, dan mengancam kelangsungan bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan sering berusaha untuk mengatasi dan memperbaiki masalah-masalah ini agar lebih sesuai dengan standar etika, hukum, dan lingkungan. (Suhada & Hendrayanti, 2019).

b. **Penerapan Green Human Resources Management (HRM):** Green HRM adalah pendekatan dalam manajemen sumber daya manusia yang berfokus pada keberlanjutan dan lingkungan. Berikut adalah beberapa poin yang perlu diperhatikan untuk mengevaluasi penerapan Green HRM:

1. **Rekrutmen berkelanjutan:** Ini mencakup strategi rekrutmen yang mendukung keberlanjutan, seperti mencari calon karyawan yang memiliki pemahaman tentang isu-isu lingkungan atau memiliki pengalaman dalam pekerjaan yang berhubungan dengan lingkungan. Proses rekrutmen juga harus didasarkan pada praktik-praktik yang ramah lingkungan, seperti penggunaan teknologi yang mengurangi dampaknya terhadap lingkungan.
2. **Pelatihan dan pengembangan yang ramah lingkungan:** Perusahaan harus memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai praktik-praktik berkelanjutan, penghematan energi, pengurangan limbah, dan perlindungan lingkungan. Dalam konteks Green HRM, program pelatihan harus dirancang untuk mempromosikan pemahaman dan kesadaran lingkungan di antara karyawan.
3. **Penggunaan teknologi hijau dalam manajemen HR:** Penggunaan teknologi yang ramah lingkungan dalam manajemen sumber daya manusia dapat mencakup penggunaan sistem HR

digital untuk mengurangi konsumsi kertas dan energi, serta memfasilitasi komunikasi dan kerja jarak jauh untuk mengurangi emisi karbon yang dihasilkan oleh perjalanan.

4. **Upaya-upaya lain yang berkontribusi pada keberlanjutan:** Selain praktik-praktik yang disebutkan di atas, perusahaan juga dapat mengambil tindakan lain yang berkontribusi pada keberlanjutan. Contohnya bisa berupa pengurangan limbah, penggunaan bahan ramah lingkungan, partisipasi dalam inisiatif komunitas yang berkelanjutan, atau kebijakan kesejahteraan karyawan yang mendukung mobilitas berkelanjutan, seperti bersepeda atau berbagi kendaraan.

Berdasarkan informasi yang telah Anda berikan sebelumnya tentang PT Sharp Electronics Indonesia (SEID) dan praktik-praktik mereka dalam berbagai aspek HRM dan keberlanjutan, tampaknya perusahaan ini telah mengadopsi sejumlah strategi dan praktik yang mendukung tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan keberlanjutan. Sebagai contoh, SEID telah menerima penghargaan "TOP CSR AWARD 2021" dan telah mengambil berbagai langkah untuk mengurangi dampak lingkungan dan mendukung inisiatif keberlanjutan.

Dengan demikian, berdasarkan informasi yang telah Anda berikan, ada indikasi positif bahwa PT Sharp Electronics Indonesia telah berkomitmen untuk menerapkan HRM yang berkelanjutan dan berorientasi lingkungan. Namun, penilaian lebih rinci dan mendalam atas pelaksanaan HRM mereka mungkin memerlukan akses ke data dan proses internal perusahaan yang hanya dapat diakses oleh pihak-pihak internal perusahaan atau pihak ketiga yang melakukan audit HRM.

c. **Program CSR dan Respons Terhadap Kritik:** PT Sharp Electronics Indonesia telah menjalankan program CSR "Sharp Berdikari," yang merupakan upaya positif untuk membantu masyarakat sekitar. Respons terhadap kritik yang mungkin terkait dengan program CSR atau aspek lain dari bisnis bisa mencakup:

- Meningkatkan transparansi dalam pelaporan dampak lingkungan dan sosial.
- Mengadakan dialog dengan pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan organisasi non-pemerintah.
- Mengambil tindakan perbaikan dan perubahan yang diperlukan dalam praktik bisnis.

d. **5 Key Questions dalam Manajemen Pemangku Kepentingan (Stakeholder Management):**

Berikut adalah 5 pertanyaan kunci dalam manajemen pemangku kepentingan dan bagaimana manajer dapat mengatasi masalah stakeholder dalam kasus ini:

1. **Siapa Pemangku Kepentingan Utama?:** Identifikasi pemangku kepentingan utama dalam program CSR dan bisnis perusahaan, seperti pelanggan, masyarakat sekitar, pemerintah, dan karyawan.

2. **Apa yang Diharapkan oleh Pemangku Kepentingan?:** Manajer perlu memahami harapan dan kekhawatiran pemangku kepentingan, seperti harapan akan kualitas produk, kepatuhan terhadap peraturan, dan kontribusi positif pada komunitas.
3. **Bagaimana Dampak Bisnis pada Pemangku Kepentingan?:** Melalui pengukuran dan analisis dampak sosial dan lingkungan, perusahaan dapat menilai bagaimana operasinya memengaruhi pemangku kepentingan. Hal ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi aspek positif dan negatif.
4. **Bagaimana Meminimalkan Dampak Negatif?:** Manajer harus berfokus pada cara mengurangi dampak negatif pada pemangku kepentingan, seperti melalui tindakan perbaikan dalam operasi atau program CSR yang lebih berkelanjutan.
5. **Bagaimana Meningkatkan Keterlibatan Pemangku Kepentingan?:** Manajer harus merancang strategi untuk meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan dan memperkuat hubungan yang positif dengan mereka. Ini bisa melalui dialog terbuka, pengungkapan informasi, dan kolaborasi (Kurniawan & Martadisastra, 2022).

Dalam kasus perusahaan ini, manajer dapat menggunakan pendekatan ini untuk mengatasi masalah terkait pelanggaran kode etik, kritik dalam kegiatan bisnis, dan dampak lingkungan serta sosial. Dengan memahami dan merespons kekhawatiran pemangku kepentingan, perusahaan dapat meningkatkan reputasi, kinerja berkelanjutan, dan hubungan dengan masyarakat.

KESIMPULAN

Dari analisis terhadap perusahaan Sharp Corporation, terdapat beberapa temuan yang dapat disimpulkan. Profil perusahaan ini menggambarkan kesuksesan mereka dalam industri elektronik konsumen dengan fokus pada berbagai lini produk, meskipun informasi lebih mendalam mengenai strategi pemasaran dan target audiens tidak disediakan. Salah satu poin terang dalam strategi perusahaan adalah program Corporate Social Responsibility (CSR) yang diselenggarakan oleh PT Sharp Electronics Indonesia, yaitu "Sharp Berdikari." Program ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam memberdayakan masyarakat sekitar, terutama melalui pelatihan, pasokan bahan baku, dan modal, serta dengan membangun ekosistem wirausaha yang berkelanjutan. Namun, perusahaan perlu mengatasi beberapa tantangan yang muncul, seperti pengukuran dampak program CSR, pengelolaan sumber daya yang efisien, dan keterlibatan pemangku kepentingan. Upaya mereka dalam merespons kritik dan menerapkan prinsip-prinsip Green Human Resources Management juga sangat relevan dalam membangun citra perusahaan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Pentingnya pengelolaan dampak lingkungan dan respons terhadap kritik melalui program CSR yang kuat juga mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penerapan akuntansi lingkungan dapat membantu perusahaan dalam mengukur, mengelola, dan melaporkan dampak lingkungan dari kegiatan CSR mereka secara lebih efektif. Dengan demikian, perusahaan dapat meminimalkan dampak negatif, meningkatkan transparansi, dan membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan. Dalam proses ini, pengelolaan stakeholder dengan menggunakan kerangka 5 Key Questions memainkan peran penting dalam memahami, merespons, dan berkolaborasi dengan pemangku kepentingan untuk mencapai keberlanjutan dalam bisnis.

SARAN

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diterapkan oleh Sharp Corporation:

Perusahaan dapat lebih mendalami analisis pasar dan perilaku pelanggan di berbagai platform media sosial dan marketplace. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi tren, preferensi, dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, sehingga dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat dan efektif. Perusahaan dapat memperkuat transparansi dalam program CSR mereka, terutama dalam mengukur dan melaporkan dampak lingkungan dan sosialnya. Ini melibatkan penggunaan akuntansi lingkungan yang lebih terstruktur untuk mengukur dampak, serta menyusun laporan keberlanjutan yang lebih komprehensif dan mudah diakses bagi pemangku kepentingan. Kemudian, PT Sharp Electronics Indonesia dapat memperbaiki program pelatihan yang mereka tawarkan kepada UMKM dengan mengidentifikasi kebutuhan yang lebih spesifik dan mengukur dampak pelatihan dengan lebih rinci. Mengembangkan indikator kinerja yang jelas untuk program CSR dan melibatkan mitra atau pihak ketiga untuk mengevaluasi dampaknya dapat membantu dalam upaya ini. Selain itu, perusahaan perlu terus memperbaiki pengelolaan sumber daya, termasuk sumber daya manusia, finansial, dan teknologi. Manajemen yang lebih efisien akan membantu dalam alokasi sumber daya yang lebih baik, yang pada gilirannya akan meningkatkan kualitas program CSR dan efektivitas pemasaran.

Dalam menghadapi kritik atau tantangan, perusahaan dapat meningkatkan keterlibatan dengan pemangku kepentingan. Hal ini mencakup dialog terbuka, pertemuan rutin, dan mekanisme umpan balik. Keterlibatan yang lebih aktif akan membantu memahami kekhawatiran pemangku kepentingan dan mendukung upaya bersama dalam mencapai tujuan berkelanjutan. Perusahaan dapat terus meningkatkan komitmen pada Green Human Resources Management dengan memastikan bahwa praktik pengelolaan sumber daya

manusia berkelanjutan diterapkan secara konsisten. Ini mencakup pengembangan karyawan, pelatihan, dan budaya perusahaan yang mendukung prinsip-prinsip keberlanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhy Winata, F., & Sugiarto, J. (2016). Pengaruh Kualitas Hubungan Dan Kemampuan Adaptasi Terhadap Lingkungan Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dan Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan (Studi Pada PT. AGA PRATAMA). *Jurnal Bisnis STRATEGI*, 25(1), 16.
- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2022). PERAN KOMUNIKASI BISNIS DALAM MEMBANTU PERKEMBANGAN UMKM. *Jurnal Somasi*.
- Citra, P. A., Rondonuwu, S. A., & ... (2021). Pola Komunikasi Humas Pt. Pertamina Geothermal Energy Area Lahendong (Studi Pada Program Corporate Social Responsibility Di *Diurna Komunikasi*, 1–8. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/34391>
- Diyani, L. A., Kusumawati, R. D., & Meita, I. (2021). Peningkatan Kemampuan Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai SAK-EMKM (Pelatihan untuk Pelaku UMKM Binaan Pemkot Bekasi). *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2). <https://doi.org/10.30651/aks.v5i2.5046>
- Ernawati, Y., Sodikin, Moh., & Supeni, E. (2022). Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya. *Proceeding STEKOM*, 2(1), 395–409.
- Ibrahim, A. I., Erdiyana, L. K., & Nugraha, A. R. (2021). Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (Persero) pada Program Siswa Mengenal Nusantara. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 85–96. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.2363>
- Kurniawan, A., & Martadisastra, D. S. (2022). Pengaruh manajemen kualitas total dan manajemen pengetahuan terhadap kinerja organisasi pada perusahaan property. *Kinerja*, 19(2), 277–285. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i2.10983>
- Lestari, E., Susanto, R. Y., & Kanisius, P. (2020). Evaluasi Tata Letak (Lay Out) Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada UMKM Jamurku Di Kelurahan Merjosari Kota Malang). *Optima*, 4(1), 1–5.
- Pahlevi, T., Rossy, B., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2015). Peran Public Relation (Pr) Dalam Mengkomunikasikan Corporate Sosial Responsibility (Csr) Sebagai Pembangun Citra Positif Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan ...*, September, 59–70. <https://jurnal.uns.ac.id/snpp/article/viewFile/26532/18898>
- Rahayu, S., Diatmika, I. P. G., & Haryadi, W. (2022). Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Perekonomian Umkm Pesisir Saliper Ate Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi Dan Lingkungan*, 5(1), 01–08. <https://doi.org/10.58406/jrktl.v5i1.954>
- Rohimah, A. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM UPAYA PENGUATAN PRODUK LOKAL UMKM UNTUK MENEMBUS PASAR INTERNASIONAL. *Prosiding Seminar Nasional*.
- Solikhin, A., Lubis, T. A., & Siregar, A. P. (2019). The Role Of Corporate Reputation In Corporate Social Responsibility Relations To Firm Performance In Jambi Province. *Mulawarman International Conference on Economics and Business*, 1907–3011.
- Suhada, A., & Hendrayanti, E. (2019). Analisis kinerja perusahaan dengan pendekatan Balanced Scorecard. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(1), 57–72. <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/optimal/article/view/1852>

- Widyowati, L. A., Setianingsih, S., & Agustina, Y. (2020). Pelatihan Perpajakan Bagi Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah Bidang Usaha Dagang Pada UMKM Binaan Pusat Inkubasi Bisnis Syariah Majelis Ulama Indonesia (PINBAS MUI). *Intervensi Komunitas*, 2(1), 28–35. <https://doi.org/10.32546/ik.v2i1.751>
- Wu, S.-I., & Wang, W.-H. (2014). Impact of CSR Perception on Brand Image, Brand Attitude and Buying Willingness: A Study of a Global Café. *International Journal of Marketing Studies*, 6(6), 43–56. <https://doi.org/10.5539/ijms.v6n6p43>