

ABSTRACT

Aika Arella Yoshida (01043210046)

HONDA'S CSR INITIATIVE IN INDONESIA: DRIVING ENVIRONMENTAL EFFORTS AND MOTIVATION FROM 2014 - 2024

(vii + 63 pages: 3 appendices)

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Honda, Multinational Corporations (MNCs), Environmental Sustainability, Indonesia, Eco-Friendly Transportation

Environmental challenges have become a critical concern globally, compelling multinational corporations (MNCs) to integrate sustainability into their business strategies. This study investigates Honda's Corporate Social Responsibility (CSR) initiatives in Indonesia from 2014 to 2024, focusing on their environmental impact and underlying motivations. Rooted in the framework of economic liberalism, this study examines how free market principles and Corporate Social Responsibility (CSR) converge to address societal and environmental challenges. The research employs a qualitative approach, relying on secondary data from sustainability reports, government publications, and scholarly articles. Thematic analysis is used to identify patterns in Honda's CSR practices and their alignment with Indonesia's environmental goals. In this discussion reveals Honda's multifaceted CSR strategy, including initiatives like promoting eco-friendly transportation, implementing educational programs, and establishing green factories. These efforts not only address environmental sustainability but also enhance Honda's brand reputation, build consumer trust, and ensure long-term market competitiveness. The analysis shows that Honda's CSR approach is both active and proactive, reflecting a commitment to societal well-being beyond compliance with regulatory requirements. The findings demonstrate that Honda's CSR initiatives yield dual benefits—advancing Indonesia's sustainability goals while securing corporate interests such as market growth and stakeholder loyalty. Recommendations emphasise the importance of transparent reporting and deeper stakeholder engagement to amplify CSR's impact. This thesis underscores the strategic value of CSR as a tool for achieving corporate and societal objectives, providing a model for other MNCs in their pursuit of sustainable development.

References: 4 books + 17 journal articles + 8 research reports+ 1 government publication + 18 online sources

ABSTRAK

Aika Arella Yoshida (01043210046)

INISIATIF CSR HONDA DI INDONESIA: MENDORONG UPAYA DAN MOTIVASI LINGKUNGAN DARI TAHUN 2014 - 2024

(vii + 63 halaman: 3 lampiran)

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Honda, Perusahaan Multinasional (MNC), Kelestarian Lingkungan, Indonesia, Transportasi Ramah Lingkungan

Tantangan lingkungan telah menjadi perhatian penting secara global, mendorong perusahaan multinasional (MNC) untuk mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam strategi bisnis mereka. Studi ini menyelidiki inisiatif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Honda di Indonesia dari tahun 2014 hingga 2024, dengan fokus pada dampak lingkungan dan motivasi yang mendasarinya. Berakar pada kerangka liberalisme ekonomi, penelitian ini mengkaji bagaimana prinsip-prinsip pasar bebas dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) bertemu untuk mengatasi tantangan sosial dan lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan mengandalkan data sekunder dari laporan keberlanjutan, publikasi pemerintah, dan artikel ilmiah. Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola dalam praktik CSR Honda dan keselarasannya dengan tujuan lingkungan hidup di Indonesia. Dalam diskusi ini terungkap strategi CSR Honda yang memiliki banyak aspek, termasuk inisiatif seperti mempromosikan transportasi ramah lingkungan, melaksanakan program pendidikan, dan mendirikan pabrik ramah lingkungan. Upaya-upaya ini tidak hanya menangani kelestarian lingkungan tetapi juga meningkatkan reputasi merek Honda, membangun kepercayaan konsumen, dan memastikan daya saing pasar jangka panjang. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendekatan CSR Honda bersifat aktif dan proaktif, yang mencerminkan komitmen terhadap kesejahteraan masyarakat yang lebih dari sekadar memenuhi persyaratan peraturan. Temuan ini menunjukkan bahwa inisiatif CSR Honda memberikan manfaat ganda-memajukan tujuan keberlanjutan Indonesia sekaligus mengamankan kepentingan perusahaan seperti pertumbuhan pasar dan loyalitas pemangku kepentingan. Rekomendasi yang diberikan menekankan pentingnya pelaporan yang transparan dan keterlibatan pemangku kepentingan yang lebih mendalam untuk memperkuat dampak CSR. Tesis ini menggarisbawahi nilai strategis CSR sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan dan masyarakat, serta memberikan model bagi perusahaan multinasional lainnya dalam mengejar pembangunan berkelanjutan.

Referensi: 4 buku + 17 artikel jurnal + 8 laporan penelitian+ 1 publikasi pemerintah + 18 sumber online