

**PENGARUH *COMMUNITY DEVELOPMENT* TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN MOBIL PT. TOYOTA MOTOR
MANUFACTURING INDONESIA (TMMIN)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Sastra**



**FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2010**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Sarjana yang berjudul :

**PENGARUH *COMMUNITY DEVELOPMENT*
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN MOBIL
PT. TOYOTA MOTOR MANUFACTURING INDONESIA (PT. TMMIN)**

Telah diuji dan diterima baik (*lulus*) pada Jum'at, 6 Agustus 2010 dihadapan Panitia Ujian Skripsi Sarjana Fakultas Sastra Jepang Universitas Darma Persada, Jakarta.

Panitia Penguji

Ketua Penguji



Dra. Yuliasih Ibrahim

Pembimbing I/ Penguji



Syamsul Bachri, M.Si

Pembimbing II/ Penguji



Erni Puspitasari, M.Pd

Disahkan oleh

Ketua Jurusan

Bahasa dan Sastra Jepang



Rini Widiarti, M.Si

Dekan Fakultas Sastra



Dr. Hj. Albertine S Minderop, MA

FAKULTAS SASTRAS

LEMBARPERNYATAAN

Skripsi Sarjana yang berjudul:

**PENGARUH *COMMUNITY DEVELOPMENT*
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN MOBIL
PT. TOYOTA MOTOR MANUFACTURING INDONESIA (PT. TMMIN)**

Merupakan karya ilmiah yang saya susun di bawah bimbingan Bapak Syamsul Bachri, M.Si sebagai Pembimbing I dan Ibu Erni Puspitasari, M.Pd sebagai Pembimbing II. Karya ilmiah ini tidak merupakan jiplakan Skripsi Sarjana atau hasil karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya, dan isi seluruhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri sebagai penulis. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta, pada tanggal 6 Agustus 2010.

Jakarta, 6 Agustus 2010



Siti A'isah

HALAMAN PERSEMBAHAN



*Skripsi ini ku persembahkan kepada Hj. Djahrotul Faikoh
dan H. Sabilan, Orang Tua ku tercinta
Yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang hingga aku
sebesar ini.*

*Semoga Allah S.W.T senantiasa memberikan hidayah dan juga
memberikan perlindungan serta rahmatNya.*

Siti A'isah

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirahim

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, Shalawat dan salam semoga tetap dilimpahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan segenap pengikutnya sampai akhir zaman.

Alhamdulillah karena atas izin dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *COMMUNITY DEVELOPMENT* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN MOBIL PT. TOYOTA MOTOR MANUFACTURING INDONESIA (PT. TMMIN)”** ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra, Fakultas Sastra, Program Studi Bahasa dan Sastra Jepang di Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari betul bahwa dalam diri penulis masih banyak sekali kekurangan dan keterbatasan, namun berkat adanya dukungan dan kontribusi baik moril maupun materiil dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Syamsul Bachri, M.Si. selaku pembimbing skripsi, yang telah membimbing dan membantu penulis sejak awal penulisan skripsi hingga skripsi ini selesai;
2. Ibu Erni Puspitasari, M.Pd. selaku pembaca skripsi, yang telah berkenan untuk membaca skripsi penulis dan dengan penuh kesabaran mengoreksi kesalahan-kesalahan penulis dalam skripsi ini;
3. Ibu Rini Widiarti, M.Si. selaku Ketua Jurusan Jepang Fakultas Sastra;
4. Ibu Metty Suwandany, S.S. selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu penulis sejak awal penulis memasuki bangku kuliah hingga menyelesaikan penulisan skripsi ini;
5. Ibu Dr. Hj. Albertine Minderop, MA. selaku Dekan Fakultas Sastra;
6. Seluruh Dosen Jurusan Jepang Fakultas Sastra yang baik hati, khususnya Alo Sensei yang telah memberikan semangat serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
7. Bapak Lukman Utama, selaku Manajer *Community Development* PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia;
8. Bapak Dody Irawan, selaku *Section Head* dan PIC of Sunter Area yang telah membimbing penulis dalam mencari informasi yang berkaitan dengan skripsi yang sedang disusun;
9. Bapak Edy S, selaku Koordinator Praktek penulis di PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia;

10. Bapak M. O. Daniel. S. selaku TTC *Departement Head Human Resources Division* PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia;
11. Bapak Bayu Prihatmoko selaku staf HRD.
12. Bapak Sunarto S. Pd selaku Koordinator PKL dan Tugas Akhir Perusahaan.
13. Seluruh karyawan PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia;
14. Bapak dan Ibu tercinta untuk semua doa dan dukungannya selama ini. Tiada kata yang tepat dan lebih indah yang bisa penulis persembahkan untuk membalas semua yang telah kalian berikan untuk penulis;
15. Mbah Siti Ismatul Maula (alm), Mbah Baedowi (aim), Mbah Rachman (aim), Mbah Siti Asmah, selaku nenek dan kakek tercinta yang telah memberikan kasih sayang dan doa selama hidupnya kepada penulis;
16. Mba Ifah selaku kakak, Muhammad Hifni, Muhammad Faiz, Umar Muchtar, dan Khalimatussa'diah, selaku adik-adik tercinta, Kiki selaku adik ipar penulis, yang telah memberikan doa dan semangat bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini;
17. Keluarga Besar penulis, Mang Minan, Teh Hanum, Mang Abu, Mamah Maryam, Mang Uan, Mba Yayah, Mang Dul, Icha, Akhmad, Fahmi, Uja, Kiki, Fina yang telah memberikan semangat kepada penulis.
18. Andika Saputra, Mamih, Papih, Tian, Putri, Al-Fajr yang telah memberikan cinta, kasih sayang, bantuan, perhatian, dan dukungan kepada penulis.

19. Abang Gilang Mahesa, Dede Waisak, Franky Farfar, Nabil Galib, Luthfi Ardiansyah, yang selalu memberi semangat untuk pantang menyerah;
20. Sahabat-sahabat tercinta, Puti Medina, Niken Proboningrum, Ari Septi, Andika Pribadi, Aruga, Abdurrauf, Kiki, Abaw, Icha, Nadira, Mega, Adinda, Imong, Pichan, Vini, Pipit, Eka, Ika, Rani, Muli yang selalu memberi semangat, mudah-mudahan silaturahmi kita tidak terputus;
21. Teman-teman kelas 1-E serta angkatan 2006, yang bersama-sama melewati masa kampus yang indah;
22. Seluruh Staf Sekretariat Fakultas Sastra, khususnya Uda Armel, Bapak Wastono, dan Mas Heri atas bantuan dan dukungannya;
23. Pihak Perpustakaan Universitas Darma Persada, Perpustakaan Nasional RI, dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan terperinci.

Jakarta, Agustus 2010

Penulis

ABSTRAK

SKRIPSI

PENGARUH *COMMUNITY DEVELOPMENT* TERHADAP

PENINGKATAN PENJUALAN MOBIL

PT. TOYOTA MOTOR MANUFACTURING INDONESIA (PT. TMMIN)



PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (PT. TMMIN) merupakan perusahaan otomotif Jepang terbesar di Indonesia. Banyak strategi yang dilakukan oleh PT. TMMIN untuk memajukan perusahaan. Salah satunya dengan program *Community Development*. Selain untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar pabrik, *Community Development* juga membuat reputasi perusahaan menjadi baik. Selain itu, program *Community Development* ini juga berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk.

がいよう
概要

ろんぶん
論文

かぶしきがいしゃ じどうしゃ じょうしょう たい
「トヨタインドネシア株式会社土の自動車の上昇に対する

えいきょう
コミュニティデベロップメントの影響」

シティ アイサ

06110052

だいがく
ダルマ プルサダ 大学

ぶんがくぶ
文学部

かぶしきがいしゃ さいだい にほん
トヨタインドネシア株式会社土インドネシアで、もともと最大の日本の

じどうしゃ きぎょう かいしゃ はつたつ かぶしきがいしゃ
自動車企業である。会社を発達させるためにトヨタインドネシア株式会社

いろいろ けいかく
は色々な計画がある。その一つはコミュニティデベロップメントプログ

こうじょう まわ す ひとびと かんけい たも
ラムである。工場の周りに住んでいる人々とい関係をもつほか、こ

かいしゃ ひょうばん
のプログラムも会社の評判がよくなる。そのほかは、コミュニティデ

せいぞひん うりあげ じょうしょう えいきょう
ベロップメントプログラムも製造品の売上が上昇するためにも影響す

る。

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	ix
ABSTRAK BAHASA JEPANG	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Metode Penelitian	8
1.7 Manfaat Penelitian	8
1.8 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Definisi Pengaruh	10
2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	10
2.2.1 Komponen CSR Menurut ISO 26000	12

2.3	Definisi <i>Community Development</i>	14
2.3.1	Filsafat <i>Community Development</i>	19
2.3.2	Aspek-aspek Program <i>Community Development</i>	19
2.3.3	Tujuan <i>Community Development</i>	21
2.4	Definisi Reputasi	22
2.5	Definisi Peningkatan	24
2.6	Definisi Penjualan	24
 BAB III HUBUNGAN PERKEMBANGAN INDUSTRI DENGAN		
	<i>COMMUNITY DEVELOPMENT</i>	25
3.1	Gambaran Umum <i>Community Development</i>	27
3.2	<i>Community Development</i> di PT. TMMIN	28
3.2.1	Visi Jangka Panjang, Jangka Menengah dan Jangka Pendek <i>Community Development</i> PT.TMMIN	36
3.2.1.1	Jangka Pendek dan Jangka Menengah	36
3.2.1.2	Visi Jangka Panjang	37
3.2.2	Program Pembangunan yang dilakukan oleh PT.TMMIN (Arah dari Perusahaan)	37
3.2.3	Kendala yang Dihadapi	38
3.2.4	Hal-hal yang Dilakukan PT.TMMIN untuk Mengatasi Kendala yang Dihadapi	39
3.2.5	Konsep Sistem dan Prosedur Penanganan <i>Community Development</i>	41

BAB IV PENGARUH <i>COMMUNITY DEVELOPMENT</i> TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN MOBIL PT. TOYOTA MOTOR MANUFACTURING INDONESIA (PT. TMMIN)	42
4.1 Analisis	45
4.2 Hasil Kuisisioner	47
BAB V KESIMPULAN	64
DAFTAR ACUAN	66
LAMPIRAN	



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini Jepang menjadi salah satu negara adi daya yang unggul dalam bidang ekonomi, industri, keuangan, teknologi, dan militer. Dengan keunggulan tersebut, Jepang akan mampu mempengaruhi kondisi dan situasi dari lingkungannya, baik negara tetangga maupun negara-negara di kawasan yang jauh. Kesuksesan yang telah dicapai oleh Jepang juga merupakan hal yang diimpikan oleh negara lain. Jepang juga memiliki daya tarik kebudayaan nasional yang kuat, sehingga tidak punah akibat pengaruh luar. Kini, Jepang menjadi contoh bagi suatu negara yang ingin membangun perekonomian nasional dengan tetap mempertahankan kebudayaan nasionalnya.

Tujuan perusahaan Jepang dikelola dan didirikan adalah sebagai organisasi sosial yang mengemban tugas nasional tertinggi, yaitu kelangsungan hidup. Perusahaan juga berperan serta menjadi cerminan nilai-nilai kebudayaan, cerminan tingkat pendidikan, sarana untuk memenuhi paham-paham tentang harta (kepuasan akan benda-benda material/harta), memenuhi tuntutan politik (sebagai lembaga yang menjamin kemerdekaan politik dan ekonomi) bagi negara. Kekurangan sumber-sumber alam dan tuntutan-tuntutan alih teknologi dari luar negeri serta berbagai jenis masyarakat yang mempunyai kebutuhan berbeda-beda menyebabkan tumbuhnya perusahaan dagang di Jepang. Berlandaskan tujuan dan peran perusahaan Jepang yang telah dikemukakan, maka untuk mencapai perekonomian yang sukses para pengusaha harus mengembangkan usaha mereka

di daerah lain. Dengan pedoman semakin besar/luas sasaran penjualan, semakin besar pula uang yang didapat.

Salah satu negara yang menjadi tujuan untuk mengembangkan bisnis perusahaan Jepang adalah Indonesia. Selain karena secara geografis letak Indonesia yang strategis, Indonesia juga memiliki sumber daya alam dan sumber daya manusia yang berlimpah. Maka banyak negara maju yang memilih Indonesia sebagai target investasi bisnisnya. Tidak terkecuali salah satu perusahaan otomotif dari Jepang yaitu Toyota.

Toyota juga biasa dikenal dengan sebutan PT. Toyota Astra Motor. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 12 April 1971 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Januari 1972. PT. Toyota Astra Motor merupakan perusahaan patungan antara PT. Astra International Tbk. dari Indonesia dengan Toyota Motor Corporation dari Jepang. Saat itu saham dari PT. Toyota Astra Motor adalah 51% yang dipegang oleh PT. Astra International Tbk. dan 49% dipegang oleh Toyota Motor Corporation. Pada tanggal 1 Agustus 2003 PT. Astra International Tbk. memiliki saham sebanyak 5% dan Toyota Motor Corporation memiliki saham 90%. PT. Toyota Astra Motor bergabung dengan Toyota Motor Corporation menjadi PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia dan PT. Toyota Astra Motor.

Selama 39 tahun, PT. Toyota Manufacturing Indonesia memegang peranan penting dalam perkembangan industri otomotif di Indonesia. Saat ini, PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia telah memiliki *Production Plants* (Pabrik Produksi) seperti *Stamping Plant* (Pabrik Pengepresan), *Casting Plant* (Pabrik Pengecoran), *Engine Plant* (Pabrik Mesin), *Welding Plant* (Pabrik Pengelasan),

dan *Assembly Plant* (Pabrik Perakitan). Semuanya berlokasi di area Industri Sunter. Untuk meningkatkan kemampuan produksi dan kualitas produk-produknya, pada tahun 2000 telah dibangun dan diresmikan *The Modern Karawang Plant*. Pabrik yang menggunakan teknologi terkini di Indonesia yang dilengkapi dengan fasilitas canggih, menggunakan sistem produksi yang mengutamakan kualitas pengiriman tepat waktu, serta sistem manajemen lingkungan. Pabrik Toyota yang berada di Karawang tersebut merupakan pabrik Toyota terbesar di Indonesia.

PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia atau yang disingkat menjadi PT. TMMIN telah sukses membangun jaringan servis dan penjualan yang kokoh di seluruh Indonesia yang meliputi 5 dealer utama dan 75 dealer yang mengoperasikan 142 saluran penjualan dan 101 saluran servis. Dengan penyebaran jaringan penjualan yang sangat luas ini, PT. TMMIN dalam beberapa tahun telah sukses meraih posisi pertama di pasar otomotif. Pada tahun 2000 PT. TMMIN dapat menjual 90,148 unit, yang meningkat dari 28,8% menjadi 30,2% dibandingkan pada tahun 1999.

PT. TMMIN berkomitmen untuk selalu memberikan yang terbaik bagi masyarakat Indonesia dan dunia. Salah satu upaya untuk menjadi perusahaan yang semakin unggul dalam menghadapi persaingan pasar otomotif di Indonesia adalah dengan melakukan pengorganisasian kembali yaitu PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (PT. TMMIN) dan PT. Toyota Astra Motor (PT. TAM) pada tanggal 15 Juli 2003. PT. TMMIN berkonsentrasi pada manufaktur dan PT. TAM berkonsentrasi pada jaringan distribusi dan layanan purna jual.

PT. TMMIN memiliki beberapa pabrik yang teletak di sekitar rumah tinggal penduduk. Salah satunya adalah PT. TMMIN yang berlokasi di Sunter. Oleh karena itu, PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (PT. TMMIN) memiliki Divisi *Community Relations* yang khusus menangani masalah kemasyarakatan agar terjalinnya hubungan yang baik dan menjadi bagian dari masyarakat sekitar.

Tujuan PT. TMMIN yang utama tidak hanya ingin menjadi pemimpin bisnis otomotif dan mencari keuntungan semata, tetapi berupaya untuk meningkatkan kemakmuran rakyat demi mencapai pembangunan bersama, sehingga apabila perekonomian rakyat meningkat, maka kebutuhan produk perusahaan juga akan meningkat.

Sebagai perusahaan otomotif bertaraf internasional, PT. TMMIN dan PT. TAM menyadari pentingnya hubungan timbal balik dengan konsumen. Hubungan baik yang terjalin akan menghasilkan pemikiran masyarakat yang positif sehingga tercipta saling pengertian dan niat baik dari setiap pihak.

Pada hakekatnya perusahaan bisnis merupakan organisasi logis dari kegiatan ekonomi untuk memperoleh sebanyak mungkin keuntungan atau produksi maksimum dengan harga terendah. Keuntungan tersebut tidak hanya digunakan sebagai pemenuhan kewajiban terhadap penanam modal, namun digunakan untuk memajukan pendidikan, kesehatan, kesejahteraan sosial dan kerukunan. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya untuk menjaga kelestarian usaha.

Organisasi bisnis merupakan suatu lembaga penting yang harus memberikan gaji yang layak, dan keuntungan finansial bagi pengusaha lokal dengan membeli barang-barang dan penggunaan jasa. Organisasi bisnis juga harus memberikan kontribusinya terhadap pemerintah daerah setempat dengan membayar pajak, upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta dapat mendukung perkembangan dalam bidang pendidikan khususnya teknologi. Hal ini dimaksudkan agar terjalinnya hubungan yang baik dengan semua pihak, baik organisasi bisnis tersebut maupun masyarakat.

Masyarakat berperan sebagai penyedia tenaga kerja yang terlatih dan mendayagunakan barang maupun jasa yang dihasilkan oleh suatu organisasi bisnis. Pada dasarnya tujuan awal dibuatnya barang yang berteknologi canggih seperti mobil, alat-alat elektronik, dan lain-lain adalah untuk mempermudah dan meringankan seseorang ketika melakukan kegiatan dalam kehidupannya. Namun pada perkembangannya, manusia semakin tergantung dengan barang-barang tersebut. Oleh karena itu, masyarakat tidak dapat menikmati kehidupan yang lebih baik tanpa adanya lembaga-lembaga bisnis yang telah berkembang begitu pesatnya dalam menghasilkan produk-produk baru dengan menggunakan teknologi canggih. Begitu pula dengan lembaga-lembaga bisnis tersebut, tidak dapat berjalan baik dan besar tanpa izin dan dukungan dari masyarakat sekitar.

Mengutamakan bisnis memang dapat memberikan keuntungan. Tetapi, apabila keuntungan tersebut hanya dirasakan pihak-pihak tertentu, maka akan menimbulkan kesenjangan sosial yaitu pihak yang beruntung dan pihak yang rugi. Maka kelestarian bisnis tersebut sulit diwujudkan. Oleh sebab itu pengembangan masyarakat atau *Community*

Development muncul menjadi strategi serta keharusan dalam sistem industri.¹

Untuk melaksanakan kegiatan *community development* tersebut, perusahaan akan memerlukan dana yang tidak sedikit karena dalam kegiatan tersebut perusahaan harus menyesuaikan bantuannya dengan hal-hal yang menjadi kebutuhan masyarakat sekitar. Dengan kata lain, perusahaan membutuhkan dana ekstra. Hal-hal di atas membuat penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Seberapa Besar Pengaruh *Community Development* Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (PT. TMMIN)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, saya mengidentifikasi bahwa PT. TMMIN melalui Divisi *External Affairs* dan Divisi *General Affairs* banyak memberikan bantuan-bantuan tidak hanya kepada daerah sekitar pabrik berdiri, namun kepada beberapa daerah di Indonesia yang jauh dari lokasi pabrik. Seperti bantuan-bantuan ketika ada bencana alam yaitu gempa di Padang, Sumatra Utara pada tahun 2009, bantuan untuk gempa di Tasikmalaya, Jawa Barat, dan lain-lain. Penulis berasumsi bahwa secara tidak langsung melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Community Development* ini ada beberapa hal yang dapat membantu PT. TMMIN dalam memperoleh keuntungan secara moril.

¹ Rusmin Tumanggor, “Sentuhan Sistem *Community Development* Industri Berskala Besar Terhadap Perubahan Masyarakat Sekitar” (Skripsi yang tidak diterbitkan, Pusat Pengembangan Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Syiah Kuala Darussalam Banda Aceh, 1987, hlm.4.)

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis merasa perlu membatasi ruang lingkup dari permasalahan yaitu pengaruh program *Community Development* terhadap peningkatan penjualan dari tahun 2006 hingga tahun 2010.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya apakah benar asumsi penulis bahwa secara tidak langsung melalui program CSR dan *Community Development* dapat membantu PT. TMMIN memperoleh keuntungan secara moril berupa reputasi yang baik di mata masyarakat sehingga dapat meningkatkan penjualan mobil. Untuk menjawab pertanyaan tersebut dapat dirumuskan secara lebih lanjut sebagai berikut :

1. Apa itu *Community Development*?
2. Apakah hubungan CSR dengan *Community Development*?
3. Bagaimana kegiatan *Community Development* PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia?
4. Adakah pengaruh *Community Development* terhadap peningkatan penjualan mobil PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penulisan ini adalah agar pembaca dapat mengetahui tentang *Corporate Social Responsibility*

(CSR) dan program *Community Development* serta manfaatnya bagi perusahaan dan masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan ini, penulis menggunakan metode kepustakaan yang bersifat deskripsi analisis. Penulis memperoleh data melalui kegiatan membaca literatur berupa buku-buku yang berkenaan dengan kegiatan penelitian, melalui *website*, dan *company profile*.

1.7 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan ini bagi penulis adalah sebagai pembelajaran jika suatu saat akan mendirikan sebuah usaha, penulis dapat menerapkan program *Community Development* agar terciptanya keharmonisan hubungan dengan masyarakat sekitar di mana pun usaha tersebut didirikan.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu maupun memberikan masukan bagi pembaca dalam membina hubungan baik dengan komunitas. Serta tidak menutup kemungkinan adanya penelitian lanjutan mengenai *Community Development* yang dilakukan oleh pembaca.

1.8 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini, saya membagi dalam lima bab yang setiap bab-nya terdapat subbab dengan perincian sebagai berikut :

Bab pertama adalah pendahuluan.

Bab dua merupakan penjelasan mengenai landasan teori.

Bab tiga merupakan penjelasan mengenai hubungan perkembangan industri dengan *Community Development*.

Bab empat merupakan penjabaran analisis mengenai pengaruh *Community Development* terhadap peningkatan penjualan mobil PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia.

Bab lima merupakan kesimpulan.

