

Analisis Konsep Sustainability Management (SM) Dan Filantropi Di PT. Astra Internasional Tbk

Muna Irtiyah
Universitas Islam Negeri
Raden Mas Said Surakarta
munairtyah99@gmail.com

Abstract: This study aims to analyze the implementation of Sustainability Management (SM) and philanthropic practices carried out by PT Astra International Tbk as part of the company's sustainability strategy. In the modern business context, sustainability is not only an external demand, but also an integral part of long-term competitive advantage. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through document studies, indirect observations, and semi-structured interviews with relevant stakeholders. Data sources consist of company sustainability reports, academic publications, and information from trusted media. The results show that Astra has successfully integrated sustainability principles into its business operations through programs that cover environmental, social, and governance aspects. Initiatives such as the development of environmentally friendly vehicles, community empowerment through vocational education, and the SATU Indonesia Awards program reflect the company's commitment to creating shared value. The philanthropic practices carried out are not only charitable, but also strategic and oriented towards long-term impact. This study concludes that PT Astra International Tbk can be a model for the effective implementation of SM and philanthropy in Indonesia.

Keywords: *Concept, Sustainability Management (SM), Philanthropy*

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Manajemen Keberlanjutan (SM) dan praktik filantropi yang dilakukan oleh PT Astra International Tbk sebagai bagian dari strategi keberlanjutan perusahaan. Dalam konteks bisnis modern, keberlanjutan bukan hanya tuntutan eksternal, tetapi juga bagian integral dari keunggulan kompetitif jangka panjang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui studi dokumen, observasi tidak langsung, dan wawancara semi-terstruktur dengan para pemangku kepentingan terkait. Sumber data terdiri dari laporan keberlanjutan perusahaan, publikasi akademis, dan informasi dari media tepercaya. Hasilnya menunjukkan bahwa Astra telah berhasil mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam operasi bisnisnya melalui program-program yang mencakup aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola. Inisiatif seperti pengembangan kendaraan ramah lingkungan, pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan vokasi, dan program SATU Indonesia Awards mencerminkan komitmen perusahaan untuk menciptakan nilai bersama. Praktik filantropi yang dilakukan tidak hanya bersifat amal, tetapi juga strategis dan berorientasi pada dampak jangka panjang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa PT Astra International Tbk dapat menjadi model bagi penerapan SM dan filantropi yang efektif di Indonesia.

Kata kunci: *Konsep, Sustainability Management (SM), Filantropi*

Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan transformasi industri yang semakin kompleks perusahaan tidak lagi hanya dituntut untuk mengejar keuntungan finansial semata (Wulandari, 2025). Tuntutan masyarakat, regulasi pemerintah, dan dinamika pasar telah mendorong korporasi untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam strategi bisnis mereka (Musanna, 2022). Konsep Sustainability Management muncul sebagai pendekatan strategis yang menggabungkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pengambilan keputusan perusahaan. SM bukan sekadar tren, melainkan sebuah paradigma baru yang menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak operasionalnya terhadap masyarakat dan planet. Di Indonesia penerapan SM menjadi semakin relevan seiring dengan meningkatnya kesadaran publik terhadap isu lingkungan, ketimpangan sosial, dan keberlanjutan ekonomi. Perusahaan-perusahaan besar mulai merumuskan kebijakan yang tidak hanya berorientasi pada profitabilitas, tetapi juga pada nilai-nilai keberlanjutan jangka Panjang (Sulbahri dkk, 2024). Salah satu perusahaan yang menonjol dalam hal ini adalah PT Astra International Tbk, sebuah konglomerat nasional yang bergerak di berbagai sektor strategis seperti otomotif, agribisnis, infrastruktur, teknologi, dan jasa keuangan. PT Astra International Tbk telah menunjukkan komitmen kuat terhadap prinsip keberlanjutan melalui berbagai inisiatif yang terintegrasi dalam strategi korporatnya. (salsabila, 2025).

Perusahaan ini tidak hanya menerapkan efisiensi energi dan pengurangan emisi karbon, tetapi juga aktif dalam kegiatan sosial yang bersifat filantropis. Filantropi korporat yang dijalankan Astra bukan sekadar bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), melainkan bagian dari upaya menciptakan nilai bersama (Creating Shared Value) antara perusahaan dan Masyarakat (Eifellino, 2025). Program-program seperti SATU Indonesia Awards, pengembangan UMKM, dan pendidikan vokasi merupakan contoh nyata dari sinergi antara bisnis dan pembangunan sosial. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam karena menunjukkan bagaimana perusahaan besar di Indonesia mulai mengadopsi pendekatan keberlanjutan secara sistematis (Budiarto et al., 2018). Dalam konteks akademik, analisis terhadap praktik SM dan filantropi PT Astra International Tbk dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika antara strategi bisnis dan tanggung jawab sosial. Penelitian ini juga relevan untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan mampu mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan ke dalam operasional dan budaya organisasinya (Fajarina, 2024).

Rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup dua aspek utama. Pertama, bagaimana PT Astra International Tbk menerapkan konsep Sustainability Management dalam berbagai lini bisnisnya? Kedua, bagaimana bentuk dan dampak program filantropi yang dijalankan oleh perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan? Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai strategi keberlanjutan dan kontribusi sosial Astra sebagai bagian dari tanggung jawab korporat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara kritis implementasi SM di PT Astra International Tbk serta mengevaluasi efektivitas dan dampak program filantropi yang dijalankan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis berupa penguatan literatur mengenai praktik keberlanjutan di sektor korporat Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam merumuskan strategi keberlanjutan yang efektif dan berdampak. Dalam kerangka pembangunan berkelanjutan, perusahaan memiliki peran strategis sebagai agen perubahan. Mereka tidak hanya menjadi pelaku ekonomi, tetapi juga aktor sosial yang

mampu mempengaruhi arah pembangunan nasional. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki visi jangka panjang yang selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs). PT Astra International Tbk, dengan skala operasional dan pengaruhnya yang luas, memiliki potensi besar untuk menjadi model praktik keberlanjutan yang dapat ditiru oleh perusahaan lain.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi dokumen dan analisis isi terhadap laporan keberlanjutan Astra, publikasi akademik, serta data sekunder lainnya. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi dan praktik SM serta filantropi (Musanna, 2024) yang dijalankan oleh perusahaan. Analisis akan dilakukan dengan menggunakan kerangka teori seperti Triple Bottom Line, Stakeholder Theory, dan prinsip Good Corporate Governance (GCG) untuk memberikan landasan akademik yang kuat. Secara keseluruhan, pendahuluan ini menegaskan pentingnya kajian terhadap praktik keberlanjutan dan filantropi korporat sebagai bagian dari transformasi bisnis modern. PT Astra International Tbk menjadi studi kasus yang menarik karena menunjukkan bagaimana perusahaan dapat menggabungkan kepentingan bisnis dengan nilai-nilai sosial dan lingkungan secara harmonis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu manajemen keberlanjutan serta mendorong praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab dan berorientasi pada masa depan

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis untuk memahami secara mendalam praktik Sustainability Management dan filantropi yang diterapkan oleh PT Astra International Tbk. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna, strategi, dan dinamika yang tidak dapat dijelaskan secara kuantitatif. Fokus utama penelitian adalah pada interpretasi kebijakan, program, dan dampak sosial yang dihasilkan dari aktivitas keberlanjutan dan filantropi perusahaan. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pihak internal perusahaan, seperti manajer CSR, serta pemangku kepentingan eksternal yang terlibat dalam program filantropi Astra. Selain itu, observasi tidak langsung terhadap kegiatan sosial perusahaan juga dilakukan untuk memperkaya analisis. Sementara itu data sekunder meliputi laporan keberlanjutan tahunan dokumen resmi perusahaan, publikasi akademik, serta artikel media yang relevan (Musanna et al., 2025). Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi (content analysis), yang memungkinkan peneliti mengidentifikasi tema-tema utama, pola kebijakan, dan narasi strategis yang mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Sustainability Management (SM) dan filantropi di PT Astra International Tbk

Konsep dasar Sustainability Management (SM) dan filantropi di PT Astra International Tbk mencerminkan integrasi antara strategi bisnis berkelanjutan dan kontribusi sosial perusahaan. SM merujuk pada pendekatan strategis yang menggabungkan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) dalam pengambilan keputusan perusahaan. Teori Triple Bottom Line (Elkington, 1997) menjadi fondasi utama, menekankan keseimbangan antara profit, people, dan planet. Selain itu, Stakeholder Theory (Freeman, 1984) memperkuat pentingnya memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, bukan hanya pemegang saham. PT Astra International Tbk menerapkan Astra Sustainability Aspirations 2030 yang mencakup transisi energi bersih, inovasi

hijau, dan pembangunan ekonomi inklusif. Strategi ini sejalan dengan ISO 26000 tentang tanggung jawab sosial dan prinsip SDGs (Sustainable Development Goals). Sementara itu, filantropi korporat Astra diwujudkan melalui program seperti Kampung Berseri Astra dan Desa Sejahtera Astra, yang mencerminkan pendekatan Strategic Philanthropy (Porter & Kramer, 2002). Filantropi ini tidak hanya bersifat donatif, tetapi juga menciptakan nilai bersama (shared value) bagi masyarakat dan perusahaan. Dengan demikian, konsep SM dan filantropi Astra saling melengkapi dalam mendukung keberlanjutan bisnis dan kesejahteraan sosial.

Analisis Konsep Sustainability Management (SM) Dan Filantropi Di PT. Astra Internasional Tbk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Astra International Tbk telah mengintegrasikan prinsip Sustainability Management (SM) dan filantropi secara strategis dalam operasional bisnisnya. Diskusi ini bertujuan untuk menginterpretasikan temuan tersebut dalam kerangka teori dan praktik manajemen keberlanjutan serta mengevaluasi efektivitas pendekatan yang digunakan perusahaan. Pertama, dari perspektif Sustainability Management, Astra menunjukkan pemahaman yang komprehensif terhadap konsep triple bottom line, yaitu keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Strategi perusahaan tidak hanya berfokus pada efisiensi operasional dan pertumbuhan finansial, tetapi juga pada pelestarian lingkungan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal ini tercermin dalam investasi pada teknologi ramah lingkungan, seperti kendaraan listrik dan sistem energi terbarukan, serta pengelolaan limbah yang berorientasi pada daur ulang dan pengurangan emisi (Nainggolan et al., 2023). Pendekatan ini sejalan dengan prinsip green economy dan mendukung target nasional menuju net zero emission. Kedua, dalam aspek sosial, Astra mengembangkan program filantropi yang bersifat transformatif. Program SATU Indonesia Awards, misalnya, tidak hanya memberikan penghargaan, tetapi juga pendampingan dan akses terhadap sumber daya bagi pemuda yang berkontribusi di bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan kewirausahaan. Ini menunjukkan bahwa filantropi Astra tidak bersifat karitatif semata, melainkan diarahkan untuk membangun kapasitas dan kemandirian masyarakat.

Pendekatan ini mendekati konsep Creating Shared Value (CSV), di mana perusahaan dan masyarakat sama-sama memperoleh manfaat dari interaksi sosial yang dibangun. Ketiga, dari sisi tata kelola, Astra menerapkan prinsip Good Corporate Governance (GCG) secara konsisten. Transparansi dalam pelaporan keberlanjutan, pelibatan pemangku kepentingan, dan akuntabilitas dalam pelaksanaan program sosial menjadi indikator bahwa perusahaan tidak hanya menjalankan SM sebagai kewajiban, tetapi sebagai bagian dari budaya organisasi. Hal ini penting karena keberlanjutan tidak dapat dicapai tanpa komitmen jangka panjang dan integrasi nilai-nilai etis dalam pengambilan keputusan. Namun demikian, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah pengukuran dampak sosial dan lingkungan secara kuantitatif. Meskipun Astra telah menyusun indikator kinerja keberlanjutan, evaluasi dampak program filantropi terhadap perubahan sosial masih bersifat naratif dan belum sepenuhnya berbasis data. Untuk meningkatkan efektivitas, perusahaan perlu mengembangkan sistem monitoring dan evaluasi yang lebih terstruktur, termasuk penggunaan alat ukur seperti Social Return on Investment (SROI) atau Environmental Impact Assessment (EIA). Selain itu, tantangan lain adalah memastikan inklusivitas dalam pelaksanaan program. Meskipun Astra telah menjangkau berbagai komunitas, perlu ada upaya lebih lanjut untuk melibatkan kelompok rentan seperti penyandang disabilitas, masyarakat

adat, dan komunitas terpencil. Inklusivitas bukan hanya soal akses, tetapi juga soal partisipasi aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan program.

Dalam konteks ini pendekatan partisipatif dan dialog antar pemangku kepentingan menjadi penting untuk memastikan bahwa program benar-benar menjawab kebutuhan lokal. Dari sisi keberlanjutan bisnis, integrasi SM dan filantropi juga memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Selain meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik, pendekatan ini membuka peluang inovasi sosial dan kemitraan strategis. Misalnya, kolaborasi dengan lembaga pendidikan dalam pengembangan kurikulum vokasi tidak hanya mendukung pengembangan SDM nasional, tetapi juga menciptakan talenta yang sesuai dengan kebutuhan industri (GURU, n.d.). Ini menunjukkan bahwa keberlanjutan bukanlah beban, melainkan investasi jangka panjang yang memperkuat daya saing perusahaan. Secara teoritis, praktik Astra dapat dikaitkan dengan Stakeholder Theory yang menekankan pentingnya memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam ekosistem bisnis.

Dalam hal ini Astra tidak hanya berinteraksi dengan konsumen dan pemegang saham, tetapi juga dengan komunitas lokal, pemerintah, dan organisasi sosial (ALFARISI, 2011). Pendekatan ini menciptakan ekosistem yang saling mendukung dan memperkuat keberlanjutan sistemik. Sebagai penutup, diskusi ini menegaskan bahwa PT Astra International Tbk telah mengimplementasikan Sustainability Management dan filantropi secara terpadu. Meskipun masih terdapat ruang untuk perbaikan, pendekatan yang digunakan perusahaan dapat menjadi model bagi korporasi lain di Indonesia. Dengan memperkuat sistem evaluasi, memperluas inklusivitas, dan membangun kemitraan strategis, Astra berpotensi menjadi pelopor dalam transformasi bisnis berkelanjutan yang berorientasi pada nilai dan dampak sosial (Mayasari, n.d.).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa PT Astra International Tbk telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam mengintegrasikan prinsip Sustainability Management dan filantropi ke dalam strategi bisnisnya. Pendekatan yang diterapkan tidak bersifat parsial, melainkan menyeluruh dan terstruktur, mencakup aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan. Melalui berbagai inisiatif seperti pengembangan teknologi ramah lingkungan, program pendidikan vokasi, dan penghargaan sosial, Astra berhasil membangun sinergi antara kepentingan korporat dan kebutuhan masyarakat. Filantropi yang dijalankan oleh Astra tidak hanya berorientasi pada pemberian bantuan, tetapi juga pada penciptaan nilai bersama yang berkelanjutan. Program-program sosial yang dirancang mampu memberdayakan komunitas lokal dan mendorong partisipasi aktif dari berbagai pemangku kepentingan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memahami peran strategisnya sebagai agen pembangunan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan. Dengan demikian, praktik keberlanjutan dan filantropi Astra dapat dijadikan model bagi perusahaan lain di Indonesia dalam merumuskan strategi bisnis yang bertanggung jawab dan berorientasi jangka panjang. Ke depan, penguatan sistem evaluasi dampak, perluasan inklusivitas, dan peningkatan transparansi menjadi langkah penting untuk memastikan keberlanjutan yang lebih efektif dan adaptif terhadap perubahan sosial.

Referensi

- alfarisi, A. S. (2011). Relasi Ketergantungan Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi dan Kritik terhadap Program Comdev PT Astra International, Tbk di RW 09 Sungai Bambu, Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara). UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis. Ugm Press.
- Eifellino, R. (2025). Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Lingkungan. 3(1), 17–28.
- Fajarina, A. (2024). Optimalisasi Kerangka ESG (Environment, Social, Governance) Sebagai Strategi Mitigasi Risiko Dan Peluang Berkelanjutan Bisnis Perusahaan. Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis, 6(220–227).
- GURU, D. (n.d.). Pengembangan Sumber Daya Manusia, Guru, Dan Instruktur Vokasi. Prinsip Keilmuan Dan Isu Kontemporer Pendidikan VokasI, 165.
- Mayasari, N. (n.d.). BUKU MODEL STRATEGI PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN Melalui Kemitraan Syariah dan Green Technology. Penerbit Widina.
- Musanna, K. (2022). E-Commerce Practice in the Light of Mashlahah Mursalah. Journal of Islamic Economics Lariba, 8(2), 331–340.
- Musanna, K. (2024). Implementasi Praktik Shopee Paylater Dalam Perspektif Ba’i As-Salam. TAQNIN: Jurnal Syariah Dan Hukum, 6(02), 139–155.
- Musanna, K., Fitri, A., & Badruzaman, A. R. (2025). Between Doctrine and Custom: A Sociological Study on the Distribution of Zakat to Santri. Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam, 17–30.
- Nainggolan, H., Nuraini, R., Sepriano, S., Aryasa, I. W. T., Meilin, A., Adhicandra, I., Putri, E., Andiyan, A., & Prayitno, H. (2023). Green technology innovation: Transformasi teknologi ramah lingkungan berbagai sektor. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- salsabila, N. (2025). Analisis Internal Public Relation Pt. Astra International Tbk. Researchgate.Net Publication, 1–20.
- Sulbahri dkk, R. A. (2024). Sustainability Management Accounting: Alat Pengambilan Keputusan di Era Green Economy. Star Publishing.
- Wulandari, wulandari. (2025). Strategi dan Tantangan Berbisnis dalam Lingkup Umum di Era Globalisasi 4.0. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (JEBD), 2(3), 1340–1347.