



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Salim. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Kencana.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metode Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cornelissen, J. (2014). *Corporate Communication*. Great Britain: SAGE.
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar .
- Crowther, David dan Guler Aras. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Ventus Publishing ApS.
- Holladay, W. Timothy Coombs dan Sherry J. (2012). *Managing Corporate Social Responsibility*. USA: Wiley Blackwell.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- lib.ui.ac.id. (2012). *Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Membentuk Reputasi Perusahaan*. Diambil kembali dari <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20313505-T%2031731-Implementasi%20corporate.pdf>.
- Materibelajar.id. (2015, Desember). *Apa Itu Program CSR Dan Definisi Corporate Social Responsibility (CSR) Menurut Para Ahli*. Diambil kembali dari <http://www.materibelajar.id/2015/12/apa-itu-program-csr-dan-definisi.html#>.
- Mestika, Zed. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Miles, H. d. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Neuman, W. Lawrence. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks.
- Nissan.co.id. (2018, April 14). *NISSAN DAN HABITAT FOR HUMANITY INDONESIA LANJUTKAN PROGRAM CSR UNTUK PERMUKIMAN PENDUDUK YANG LEBIH BAIK*. Diambil kembali dari <https://www.nissan.co.id/press/nissan-dan-habitat.html>.
- Oto.com. (2018, April 23). *Mitsubishi Sumbangkan Mirage Buat Pelatihan SMK*. Diambil kembali dari <https://www.oto.com/berita-mobil/mitsubishi-sumbangan-mirage-buat-pelatihan-smk-21175023>.
- Qudsfata.com. (2017, November 4). *CSR Adalah / Pengertian, Fungsi, Tujuan Beserta Contoh*. Diambil kembali dari https://qudsfata.com/csr-adalah/#Tujuan_CSR_Corporate_Sosial_Responsibility.
- Rahmayanti, D. R. (2014). *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun Reputasi PT KAI (Persro) Daop 6 Yogyakarta tahun 2011*.
- Sarwono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Stacks, D. M. (2014). *A Professional and Practitioner's Guide to Public Relations Research, Measurement, and Evaluation*. Amerika: Business Expert Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, A. d. (2012). *Public Relations*. Jakarta: Media Bangsa.
- Theaker, Alison. (2012). *The Public Relations Handbook*. USA and Canada: Routledge.
- Untung, Budi. (2014). *CSR Dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Valencia, C. (2012). <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20288950-S-Carla%20Valencia.pdf>. *Implementasi Corporate Social Responsibility Oleh PT Aetra Air Jakarta (Studi Evaluasi Program "Kampoeng Bangkit" di Pademangan Timur- Jakarta Utara)*.

PEDOMAN WAWANCARA

Peneliti pada penelitian ini akan meneliti tentang implementasi program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni” sesuai dengan 5 tahapan *process model* CSR Coombs dan Holladay yang dimulai dari *scanning and monitoring, formative research, create CSR initiative, communicate CSR initiative* dan *evaluation and feedback*. Berikut merupakan pedoman wawancara yang peneliti gunakan untuk wawancara *key informan* pihak PT NMI. Yang setiap pertanyaan berbeda sesuai dengan jabatan dan pengalaman *key informan* mengenai program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”. Berikut merupakan pedoman wawancara:

- **Hana Maharani selaku *Head of Communication***

1. Kapan PT NMI melakukan program CSR?
2. Apakah alasan PT NMI melakukan program CSR?
3. Bagaimana perkembangan program CSR di PT NMI?
4. Apakah ada rumusan pilar program CSR PT NMI?
5. Program apa saja yang sudah dilakukan oleh PT NMI?
6. Bagaimana PT NMI menentukan program CSR?
7. Bagaimana prosedur dalam melakukan program CSR di PT NMI?
(Perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi)
8. Apakah ada divisi khusus yang menangani program CSR?
9. Apakah PT NMI melakukan kerja sama dalam melaksanakan program CSR “Lingkungan Layak Huni”?
10. Apakah program CSR PT NMI menjadi strategi bisnis perusahaan?
11. Mengapa PT NMI tertarik dengan program CSR “Lingkungan Layak Huni” di Desa Gunung Sari?
12. Bagaimana PT NMI mensosialisasikan program CSR “Lingkungan Layak Huni”?
13. Bagaimana respon dari warga Desa Gunung Sari dengan adanya program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”?
14. Apakah ada hambatan dalam melaksanakan program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”?

15. Apakah dengan adanya program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni” merupakan sebuah investasi yang memiliki dampak positif dan jangka panjang?
16. Apakah program CSR “Lingkungan Layak Huni” sudah melakukan evaluasi?
17. Apakah ukuran keberhasilan dari program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”?
18. Bagaimana tanggapan pribadi Ibu mengenai program CSR “Lingkungan Layak Huni” di Desa Gunung Sari?

- **Ajeng Putriandini selaku *Communication Staff***

1. Apa yang kakak tahu mengenai CSR PT NMI?
2. Sejak kapan kakak memegang program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”?
3. Apa saja program CSR PT NMI selain program CSR “Lingkungan Layak Huni”?
4. Bagaimana perkembangan program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”?
5. Apakah dalam melaksanakan program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”, *stakeholders* dilibatkan dalam program ?
6. Bagaimana proses dari program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni” dari perencanaan, pelaksanaan sampai evaluasi?
7. Apakah program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni” sudah dikomunikasikan dengan baik?

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

TRANSKRIP

Key Informan 1

Nama : Hana Maharani

Jabatan : *Head of Communication* PT NMI

Waktu : 3 April 2018, pukul 15.30-16.00

Tempat : MT. Haryono Kav. 8 Wisma 3 lantai 3 (Kantor PT NMI)

1. Kapan PT NMI melakukan program CSR?

Jawab: Program CSR “Lingkungan Layak Huni” dimulai dari tahun 2011 sampai 2016.

2. Apakah alasan PT NMI melakukan program CSR?

Jawab: PT NMI ingin memperbaiki masalah sosial yang ada di Indonesia seperti masalah pada kesenjangan ekonomi yang mengakibatkan lingkungan tempat tinggal tidak layak. Sejalannya dengan visi PT NMI “*Enriching People’s Lives*”. PT NMI berusaha berkontribusi pada pembangunan masyarakat secara berkelanjutan.

3. Bagaimana perkembangan program CSR di PT NMI?

Jawab: Program CSR “Lingkungan Layak Huni” di implementasikan secara berkelanjutan.

4. Apakah ada rumusan pilar program CSR PT NMI?

Jawab: PT NMI memiliki 3 pilar yaitu pendidikan, lingkungan dan bantuan bencana alam. Pilar program CSR PT NMI mengikuti panduan dari Nissan secara global. Ada 7 elemen dalam visi PT NMI ini seperti digambar.



Semua ini tujuannya untuk mengatasi masalah sosial seperti kesenjangan ekonomi yang ada di masyarakat Indonesia.

5. Program apa saja yang sudah dilakukan oleh PT NMI?

Jawab: Program CSR yang sudah dilaksanakan oleh PT NMI seperti:

- *Project* pembangunan rumah, sarana pendidikan, toilet umum, fasilitas air bersih dan sanitasi di Desa Gunung Sari bersama *Habitat for Humanity Indonesia*
- Donasi kebutuhan pangan bagi korban letusan gunung Sinabung
- Donasi mesin ke 32 sekolah
- Training bagi 46 guru kejuruan di Indonesia
- Kunjungan pabrik dari beragam SMK
- Donasi 2 unit mobil Datsun yang diubah menjadi perpustakaan keliling melalui Datsun Rising Hope
- Kelas inspirasi dalam perjalanan Datsun Risers Expedition

6. Bagaimana PT NMI menentukan program CSR?

Jawab: Yang sesuai dengan arahan global dari visi PT NMI “*Enriching People’s Lives*”. Yang diawali dengan rumah.

7. Bagaimana prosedur dalam melakukan program CSR di PT NMI “Lingkungan Layak Huni”? (Perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi)

Jawab: Program CSR PT NMI dijalankan dengan adanya perencanaan, pelaksanaan sampai evaluasi. Jadi sebelum awal tahun kontek *Head Nissan* kita yang berada di Jepang. Untuk menanyakan program CSR masih berlanjut atau tidak dan dana yang dikeluarkan berapa baru kami alokasikan dari dana yang diberikan. Barulah kita eksekusi.

Kita berkerja sama dengan HFH untuk membantu program CSR. Seperti pemilihan desa, ijin Kepala Desa dan edukasi warga.

8. Apakah ada divisi khusus yang menangani program CSR?

Jawab: Ada, Kegiatan CSR PT NMI berada dalam naungan kerja Departemen Komunikasi.

9. Apakah PT NMI melakukan kerja sama dalam melaksanakan program CSR “Lingkungan Layak Huni”?

Jawab: Kegiatan CSR PT NMI juga bekerja sama dengan instansi pendidikan dan sosial *Habitat for Humanity Indonesia* (HFH), lalu kegiatan CSR PT NMI lainnya bekerja sama dengan *Conservation International* dan Gerakan Pemuda Maritim Indonesia (GPMI). Kami melakukan kerja sama dengan NGO HFH karena kita perusahaan otomotif tidak memiliki kapasitas untuk melakukan CSR ini sendirian. Kita bekerja sama karena NGO HFH itu sudah profesional dibidangnya dan dia memiliki banyak *channel* di lapangan.

10. Apakah program CSR PT NMI menjadi strategi bisnis perusahaan?

Jawab: Program CSR PT NMI bukanlah menjadi salah satu dari strategi ataupun poros bisnis melainkan kewajiban perusahaan untuk turut berkontribusi dengan masyarakat sekitar.

11. Mengapa PT NMI tertarik dengan program CSR “Lingkungan Layak Huni” di Desa Gunung Sari?

Jawab: Karena yang kita tahu program CSR perusahaan otomotif itu banyak dalam ranah pendidikan. Kebanyakan kalau tentang pemberdayaan masyarakat dan membangun rumah itu belum ada. PT NMI ingin berbeda dengan pesaingnya, maka dari itu melakukan program CSR “Lingkungan Layak Huni” ini.

Karena visi PT NMI dengan HFH sama, maka PT NMI bekerja sama dengan HFH. Kami memilih program CSR “Lingkungan Layak Huni” ini karena untuk memberdayakan masyarakat, haruslah dari hal yang kecil, yaitu keluarga dan itu dari rumah. Kalau rumahnya layak dan pendidikan bagus pastinya kualitas hidup juga lebih bagus.

Kami fokus untuk meningkatkan kualitas hidup warga Desa Gunung Sari. Karena ketika kami ke lokasi Desa Gunung Sari terlihat lingkungan tempat tinggal tidak layak, seperti dinding terbuat dari anyaman dan lantai masih terbuat dari tanah. Kami melakukan penguatan seperti pembangunan rumah layak huni, perbaikan akses pendidikan, menyediakan akses air bersih, fasilitas umum (toilet umum) dan edukasi warga.

12. Bagaimana PT NMI mensosialisasikan program CSR “Lingkungan Layak Huni”? Pesan apa yang ingin PT NMI sampaikan ?

Jawab: Kami mengundang media seperti cetak dan online baik media nasional dan media lokal serta jajaran manajemen PT NMI ikut berpartisipasi pada kegiatan pembangunan rumah penduduk.

Pesan yang mengenai PT NMI telah berkontribusi sosial secara berkelanjutan melalui 3 pilar CSR Nissan dan sejalan dengan visi PT NMI “*Enriching People’s Lives*”. Lalu mengenai program CSR yang dijalankan agar masyarakat *aware* akan program CSR PT NMI.

13. Bagaimana respon dari warga Desa Gunung Sari dengan adanya program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”?

Jawab: Warga Desa Gunung Sari memberikan respon yang positif mengenai program CSR “Lingkungan Layak Huni” ini sehingga program CSR dapat berjalan dengan lancar.

14. Apakah ada hambatan dalam melaksanakan program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”?

Jawab: Tidak ada hambatan, melainkan semua warga Desa Gunung Sari memberikan dukungan yang positif. Sehingga program dapat berjalan sesuai dengan tujuan PT NMI.

15. Apakah dengan adanya program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni” merupakan sebuah investasi yang memiliki dampak positif dan jangka panjang?

Jawab: Ya, karena program ini berjalan dari tahun 2011 sampai 2016. Kalau kita bicara CSR, CSR itu *something by design* dilakukan dalam jangka waktu yang panjang agar dapat memberikan *impact*.

16. Apakah program CSR “Lingkungan Layak Huni” sudah melakukan evaluasi?

Jawab: Evaluasi dilakukan setiap tahunnya. Biasanya pihak HFH memberikan kepada kita, kalau sedang ada kegiatan CSR bersama HFH.

17. Apakah ukuran keberhasilan dari program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”?

Jawab: Ukuran keberhasilan program CSR PT NMI adalah perusahaan dengan membangun rumah dapat meningkatkan kualitas hidup warga Desa Gunung Sari.

18. Bagaimana tanggapan pribadi Ibu mengenai program CSR “Lingkungan Layak Huni” di Desa Gunung Sari?

Jawab: Program CSR “Lingkungan Layak Huni” merupakan bentuk keseriusan kami dalam memperbaiki masalah sosial, salah satunya kesenjangan ekonomi yang mengakibatkan banyaknya lingkungan tempat tinggal yang tidak layak.

Selama program berlangsung, PT NMI juga mengajak partisipasi dari banyak pihak agar program CSR PT NMI lebih bermanfaat seperti komunitas pemilik Nissan dan karyawan untuk menjadi *volunteer* yang tugasnya membantu renovasi rumah. PT NMI juga mengundang media untuk melihat perkembangan program CSR pembangunan rumah dan mengajak jajaran manajemen.

Key Informan 2

Nama : Ajeng Putriandini

Jabatan : *Communication Staff* PT NMI

Waktu : 3 April 2018, pukul 13.30-14.00

Tempat : MT. Haryono Kav. 8 Wisma 3 lantai 3 (Kantor PT NMI)

1. Apa yang kakak tahu mengenai CSR PT NMI?

Jawab: Kalau kita sudah di dunia bisnis, kita harus berkontribusi sosial dengan masyarakat sekitar.

2. Sejak kapan kakak memegang program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”?

Jawab: Jadi sebenarnya ada orang yang sebelumnya. Saya masuk di sini tahun 2015. Jadi sekitar dua tahunan program CSR di Desa Gunung Sari.

3. Apa saja program CSR PT NMI selain program CSR “Lingkungan Layak Huni”?

Jawab: Jadi program CSR terakhir itu, PT NMI ngedonasiin solar panel. Karena PT NMI ingin mengarah ke mobil listrik. Jadi kita seperti mengajak publik untuk *cycling* yang namanya sepeda statis. Jadi kumpulin energi yang akan dikontribusikan di panel. Itu CSR terakhir yang kita lakukan.

4. Bagaimana perkembangan program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”?

Jawab: Program CSR PT NMI sebenarnya sudah dilakukan oleh PT NMI sejak tahun 2001, tetapi tidak tahu nama program CSRnya apa. Program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni” dilakukan dalam jangka waktu yang panjang. Karena selain membangun rumah kita

membangun warganya juga. Program CSR “Lingkungan Layak huni” ini berjalan sesuai rencana. Karena target pembangunan berupa rumah sudah ada. Kami masih menggali lagi, kira-kira program CSR seperti apa lagi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

5. Apakah dalam melaksanakan program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni”, *stakeholders* dilibatkan dalam program ?

Jawab: Iya, *stakeholders* internal dan eksternal. *Stakeholders* internal seperti karyawan dan *stakeholders* eksternal seperti komunitas pemilik Nissan menjadi *volunteer* dalam program CSR untuk membantu renovasi rumah. Komunitas pemilik Nissan seperti Grand Livina, Serena, dan X-Trail.

6. Bagaimana proses dari program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni” dari perencanaan, pelaksanaan sampai evaluasi?

Jawab: Dari mencari isu, sebenarnya kita membatasi isu juga karena tidak semua isu bisa kita *support*. Kita juga harus sejalan dengan visi PT NMI “*Enriching People’s Lives*”.

Dari perencanaan program CSR tidak pernah ditolak oleh masyarakat. Terus evaluasi itu kita lihat, kira-kira program CSR apa lagi yang dibutuhkan oleh masyarakat dan sesuai dengan harapan mereka.

7. Apakah program CSR PT NMI “Lingkungan Layak Huni” sudah dikomunikasikan dengan baik?

Jawab: Kadang kita mengundang beberapa media kalau ada nilai berita. Kita membuat *pers release* dan mengundang media nasional dan media lokal seperti yang ada di Tangerang. Informasi yang diberikan melalui media itu untuk masyarakat Banten, maka dari itu memilih media di wilayah Tangerang. Tujuan dikomunikasikan program CSR ini agar masyarakat Banten *aware* akan program CSR yang sudah dilakukan oleh PT NMI.



SIARAN PERS

NISSAN & HABITAT FOR HUMANITY TERUSKAN PEMBANGUNAN LINGKUNGAN LAYAK HUNI

- **Berfokus pada pembangunan rumah, sekolah, fasilitas air bersih dan pelatihan kesadaran pemukiman sehat di Desa Mauk, Tangerang, Banten.**
- **Komunitas pemilik Nissan ikut serta dalam kegiatan *volunteering* sebagai penanda *kick-off* dimulainya pembangunan di tahun 2016**

Tangerang, 5 Maret 2016 – Hari ini, **PT Nissan Motor Indonesia (NMI)** bekerja sama dengan **Habitat for Humanity (HFH) Indonesia** kembali meneruskan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kecamatan Mauk, Kabupaten Tangerang, Banten.

Program yang sudah berjalan sejak tahun 2011 ini tidak hanya berfokus pada pembangunan kawasan permukiman penduduk yang tertinggal, tetapi juga pada pembangunan sarana pendidikan, perbaikan fasilitas umum, renovasi sarana pendidikan, pembuatan fasilitas air bersih dan drainase, serta pelatihan peningkatan kesadaran akan pemukiman yang sehat.

Hana Maharani, Head of Communications NMI mengatakan, "Program lingkungan layak huni merupakan bentuk keseriusan kami dalam membantu memperbaiki masalah sosial di Indonesia, salah satunya adalah kesenjangan ekonomi yang mengakibatkan banyaknya lingkungan tempat tinggal yang tidak layak. Sejalan dengan visi Nissan "*Enriching People's Life*", kami ingin memberikan kontribusi sosial berkelanjutan lewat tiga pilar CSR Nissan, yaitu pendidikan, lingkungan, dan bantuan terhadap bencana alam jika diperlukan."

Sejak tahun 2011, NMI dan Habitat for Humanity Indonesia sudah membangun dan merenovasi lebih dari 260 rumah, membangun sanitasi air bersih, memperbaiki fasilitas umum seperti sekolah dan toilet umum, membangun 6 penampungan air, membangun jaringan air bersih yang mampu menjangkau lebih dari 400 keluarga, serta mendistribusikan lebih dari 250 *water filter* kepada keluarga yang membutuhkan.

Untuk kawasan pemukiman di Mauk, Tangerang ini, fase pertama dimulai tahun 2015 lalu, yaitu membangun 25 rumah layak huni, 3 sarana pendidikan PAUD beserta peningkatan kapasitas pengajar, 2 taman bermain, 300 meter lebih sistem drainase, 3 toilet umum dan fasilitas air bersih untuk lebih dari 100 keluarga.



Untuk menandai *kick-off* pembangunan tahap kedua di kawasan Mauk, Tangerang, NMI mengundang sejumlah komunitas pemilik Nissan, seperti NLC (Nissan Livina Club), GRAVINCI (Grand Livina Club Indonesia), ISOC (Indonesia Serena Owners Community), XCI (X-Trail Club Indonesia), March-I (Nissan March Indonesia), dan NEC (Nissan Evalia Community) untuk ikut serta dalam kegiatan *volunteering* untuk membangun dan merenovasi rumah di kawasan tersebut.

Direktur Nasional Habitat for Humanity Indonesia, James Tumbuan menyampaikan penghargaan yang tinggi pada keberlanjutan program kerja sama antara NMI dan HFH, khususnya keterlibatan komunitas pemilik Nissan. "Keterlibatan komunitas Nissan ini semakin bermakna ketika mereka bisa menunjukkan kepedulian nyata bagi mereka yang membutuhkan. Kerja sama dan komitmen jangka panjang yang sudah terjalin sejak 2011 ini sangat diperlukan karena masih banyak keluarga berpenghasilan rendah yang terpaksa tinggal di rumah tidak layak huni; berlantai tanah, dinding tua nyaris ambruk, atap bocor, serta tidak memiliki kamar mandi di dalam rumah. Jejaring komunitas bisa bergerak lincah untuk membantu mereka," ujarnya.

Tahap ke-2 yang dilakukan di Mauk, Tangerang ini sekaligus menandai lima tahun kerjasama antara NMI dengan HFH. Dalam pembangunan yang ditargetkan selesai di akhir 2016, NMI dan HFH akan membangun 17 unit rumah baru, 1 sekolah taman kanak-kanak, perbaikan sistem drainase dan sanitasi, dan pembangunan jaringan air bersih untuk 100 keluarga. Selain itu, NMI dan HFH juga membekali masyarakat penerima bantuan dengan berbagai sosialisasi dan pelatihan lingkungan sehat, berupa manajemen sampah, kesehatan dan higienisasi rumah yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan mereka.

- s e l e s a i -

PT. Nissan Motor Indonesia

PT. Nissan Motor Indonesia didirikan pada tahun 2001, beroperasi dalam bidang penjualan, distribusi, suku cadang resmi Nissan, serta menjalankan layanan purna jual di Indonesia. Sebagai bagian dari Nissan Motor Corporation Ltd., PT. Nissan Motor Indonesia memiliki peran penting dari rencana bisnis global Nissan Power 88 dimana akan terus meningkatkan kekuatan *brand* dan penjualan untuk menguasai 8% pangsa pasar global dan secara berkelanjutan meningkatkan laba operasional perusahaan rata-rata menjadi 8% di akhir tahun fiskal 2016.

PT. Nissan Motor Indonesia berkomitmen untuk menghadirkan rangkaian produk yang kompetitif dengan segmen kendaraan terlengkap. Di akhir tahun fiskal 2014, NMI berhasil meraih penjualan 53.960 unit dengan pangsa pasar 4,7%. Saat ini NMI memiliki 120 *dealer* yang tersebar di seluruh Indonesia dan akan terus memperluas jaringan *dealer*-nya hingga mencapai 127 outlet hingga akhir tahun fiskal 2015.

PT. Nissan Motor Indonesia senantiasa mempersembahkan produk-produk yang inovatif dengan teknologi terdepan dan penuh semangat untuk pelanggan Indonesia. Menaungi 3 brand yaitu Nissan, Infiniti dan Datsun, saat ini PT. Nissan



Motor Indonesia memiliki dua pabrik perakitan di Purwakarta, Jawa Barat dengan kapasitas produksi tahunan yang terus ditingkatkan hingga 250.000 unit pada tahun 2016, yang diiringi dengan peningkatan tenaga pekerja mencapai 3.300 orang.

Silakan kunjungi website resmi NISSAN di www.nissan.co.id, Facebook Nissan Juke Indonesia, Nissan Grand Livina Indonesia atau twitter @NissanID untuk memperoleh informasi terbaru dari Nissan Indonesia.

Untuk mengetahui informasi terkini mengenai Datsun Indonesia, silakan mengunjungi www.datsun.co.id, www.datsun.com, Twitter @id_datsun, dan Facebook Datsun Indonesia.

Informasi terkini mengenai Infiniti Indonesia, silakan mengunjungi www.infiniti-indonesia.co.id, www.infinti.com, Twitter @InfinitiID dan Facebook Infiniti Indonesia.

Habitat for Humanity Indonesia

Habitat for Humanity Indonesia adalah bagian dari Habitat for Humanity International yang memiliki program utama menggerakkan banyak pihak untuk membangun rumah, komunitas, dan harapan bagi keluarga berpenghasilan rendah. Habitat for Humanity Indonesia berkantor pusat di Jakarta dan memiliki kantor operasional di Batam, Yogyakarta, Surabaya, dan Bitung. Sejak didirikan pada tahun 1997 hingga akhir Desember 2015, Habitat for Humanity Indonesia telah membantu lebih dari 46.739 keluarga melalui pembangunan rumah layak huni dan fasilitas publik. Program terbesar HFH Indonesia adalah rekonstruksi Aceh pasca bencana Tsunami, dengan program bantuan yang menjangkau lebih dari 8.000 keluarga. Untuk informasi lebih lengkap, menjadi mitra/donor maupun relawan, kunjungi www.habitatindonesia.org.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:

R. I. Hana Maharani
Head of Communications
PT. Nissan Motor Indonesia
P: (021) 858 2323
F: (021) 858 4912
E: hana.m@nissan.co.id

Iwan Kurniawan
Maverick
P: (021) 2567 5790
M: (62) 811 1681307
E: iwan@maverick.co.id

Bagus Dharmawan
Communications Manager
Habitat for Humanity Indonesia
P: 021 2991 6074
F: 021 2991 6164
E: dharmawan@habitatindonesia.org