



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Implementasi Program *WASH* (*Water, Access, Sanitation, Hygiene*) Danone Aqua dalam Meningkatkan Kesadaran tentang Pola Hidup Sehat dan Pentingnya Air Bersih di Nagari Batang Barus Kabupaten Solok Tahun 2018

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Oleh

Bryan Nicholas Bonsaleng

2014330109

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Implementasi Program *WASH* (*Water, Access, Sanitation, Hygiene*) Danone Aqua dalam Meningkatkan Kesadaran tentang Pola Hidup Sehat dan Pentingnya Air Bersih di Nagari Batang Barus Kabupaten Solok Tahun 2018

Skripsi

Oleh

Bryan Nicholas Bonsaleng

2014330109

Pembimbing

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Bryan Nicholas Bonsaleng
Nomor Pokok : 2014330109
Judul : Implementasi Program *WASH (Water, Access, Sanitation, Hygiene)*
Danone Aqua dalam Meningkatkan Kesadaran tentang Pola Hidup
Sehat dan Pentingnya Air Bersih di Nagari Batang Barus Kabupaten
Solok Tahun 2018

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 10 Agustus 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

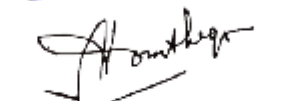
Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Aknolt K. Pakpahan

: 

Sekretaris

Dr. Atom Ginting Munthe

: 

Anggota

Giandi Kartasmita, S.IP., MA

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program
Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Bryan Nicholas Bonsaleng
Nomor Pokok : 2014330109
Judul : Implementasi Program WASH (Water, Access, Sanitation, Hygiene)
Danone Aqua dalam Meningkatkan Kesadaran tentang Pola Hidup Sehat
dan Pentingnya Air Bersih di Nagari Batang Barus Kabupaten Solok
Tahun 2018

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung, 23 Juli 2020

Pembimbing,

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Rani Indraswari, S.IP., M.A.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Bryan Nicholas Bonsaleng

NPM : 2014330109

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul Skripsi : Implementasi Program WASH (Water, Access, Sanitation, Hygiene) Danone Aqua dalam Meningkatkan Kesadaran tentang Pola Hidup Sehat dan Pentingnya Air Bersih di Nagari Batang Barus Kabupaten Solok Tahun 2018

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 23 Juli 2020


UNIVERSITAS PADJADJARAN
6000
BANDUNG
Bryan Nicholas Bonsaleng

ABSTRAK

Nama : Bryan Nicholas Bonsaleng

NPM : 2014330109

Judul : Implementasi Program WASH (*Water, Access, Sanitation, Hygiene*) Danone Aqua dalam Meningkatkan Kesadaran tentang Pola Hidup Sehat dan Pentingnya Air Bersih di Nagari Batang Barus Kabupaten Solok Tahun 2018

Indonesia adalah negara yang didominasi oleh perairan dan terdiri dari gugusan pulau. Namun yang menjadi masalah adalah tersedianya sumber daya air tidak didukung dengan tingkat kesadaran tentang pola hidup sehat dan bersih. Dalam penelitian ini, penulis akan menjelaskan tentang bagaimana implementasi dari program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Tirta Investama Danone Aqua di Kabupaten Solok terutama Nagari Batang Barus tahun 2018. Danone Aqua merupakan salah satu perusahaan multinasional yang sudah lama beroperasi di Indonesia dan telah melakukan sejumlah kegiatan CSR di beberapa daerah termasuk Kabupaten Solok. Penulis memilih Kabupaten Solok, khususnya Nagari Batang Barus sebagai objek karena masih kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup bersih dan sehat serta keterbatasan tersedianya akses terhadap air bersih. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Teori Pluralisme, Teori Perusahaan Multi Nasional, Teori 3P, dan salah satu dari empat prinsip dasar CSR. Hasil temuan dari penelitian ini adalah implementasi program berfokus pada pembangunan infrastruktur dan sosialisasi kepada masyarakat.

Kata Kunci : CSR, Perusahaan Multinasional, Kabupaten Solok, Nagari Batang Barus, Infrastruktur, Pola Perilaku.

ABSTRACT

Name : Bryan Nicholas Bonsaleng

NPM : 2014330109

Title : Implementation of WASH (Water, Access, Sanitation, Hygiene) Program in Increasing Awareness of Healthy Life Behaviour and the Importance of Clean Water in Nagari Batang Barus, Solok Regency on 2018.

Indonesia is a country that rich of water resources and consist of groups of islands. But, the problem is lack of public awareness about clean and healthy life behaviour with that rich of water resources. This research attempt to explain how the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) of PT. Tirta Investama Danone Aqua in Solok Regency particularly Nagari Batang Barus on 2018. Danone Aqua is one of the largest multinational company that has long operated in Indonesia and has done lot of CSR activites in several areas including Solok Regency. Writer choose Solok Regency especially Nagari Batang Barus as the research object because lack of public awareness of clean and healthy life behaviour and limited access to clean water. In this research, writer use Pluralism Theory, Multinational Companies Theory, 3P Theory, and one of the four basic principles of CSR. This research has found the implementation of the program focused on infrastructure development and socialization to community.

Key Words : CSR, Multinational Companies, Solok Regency, Nagari Batang Barus, Infrastructure, Behavioral Patterns.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Program WASH (Water, Access, Sanitation, Hygiene) Danone Aqua dalam Meningkatkan Kesadaran tentang Pola Hidup Sehat dan Pentingnya Air Bersih di Nagari Batang Barus Kabupaten Solok Tahun 2018”. Tulisan ini dipersembakan oleh penulis sebagai syarat kelulusan di Program Studi S1 Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis menyampaikan permohonan maaf jika terdapat kekurangan pada skripsi ini. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat bermanfaat bagi para pembaca serta dapat menambah wawasan terkait dengan isu yang penulis bahas. Segala kritik dan saran akan diterima dengan senang hati dan secara terbuka oleh penulis demi perbaikan skripsi ini

Bandung, 23 Juli 2020

Bryan Nicholas Bonsaleng

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada Tuhan Yang Maha Esa

Kepada kedua orang tua penulis dan saudara kandung. Papa Jeffy William Bonsaleng (Tonces) dan Mama Meiwaty Wijaya yang senantiasa sabar mengingatkan penulis untuk terus semangat menjalani perkuliahan dan menyelesaikan studi. Juga Reynold Matthew Bonsaleng, Recardo Jonathan Bonsaleng, dan Bosnich Timothy Bonsaleng yang selalu support penulis di kondisi apapun.

Dosen pembimbing skripsi penulis, Bang Atom. Terimakasih Bang Atom atas kesabarannya dalam membimbing serta masukan-masukan yang diberikan selama proses pembuatan skripsi.

Kelompok Luar Biasa. Kelompok ini terdiri dari 4 orang sahabat yang luar biasa yaitu Joshua Maseng Poluan, Joshua Manurung, Maarten Egi Tampenawas, dan Jonathan Adrino.

Keluarga TABRO

Keluarga Zero Hour Coffee dan FUGOL Coffee

Tim Basket Fisip UNPAR

Keluarga ALLIGATORS

TATIB!

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
KATA PENGANTAR	III
UCAPAN TERIMA KASIH	IV
DAFTAR ISI	V
DAFTAR GAMBAR	VII
DAFTAR TABEL	VII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.2.1 Pembatasan Masalah.....	8
1.2.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran	9
1.4.1 Kajian Pustaka.....	9
1.4.2 Kerangka Pemikiran	11
1.5 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	22
1.5.1 Metode Penelitian.....	22
1.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.6 Sistematika Pembahasan	23
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	24
2.1 Sejarah AQUA	24
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	26

2.3	Produk Danone Aqua.....	27
2.4	Nilai-nilai Danone	28
2.5	Empat Pilar Danone.....	29
2.6	Komitmen Danone Terhadap Lingkungan.....	30
2.7	Pandangan terhadap CSR	31
2.8	Program WASH Danone Aqua.....	33

BAB III LETAK GEOGRAFIS KABUPATEN SOLOK DAN NAGARI BATANG BARUS 35

3.1	Kabupaten Solok.....	35
3.1.1	Letak dan Kondisi Geografis.....	38
3.1.2	Potensi Kabupaten Solok	39
3.1.2.1	Potensi Energi	39
3.1.2.2	Potensi Pertanian.....	40
3.1.2.3	Potensi Pariwisata	41
3.1.2.4	Potensi Perikanan	43
3.1.3	Infrastruktur dan Wilayah	43
3.1.3.1	Jalan dan Jembatan.....	43
3.1.3.2	Persampahan	44
3.1.3.3	Listrik	45
3.1.4	Kesehatan dan Kependudukan	45
3.1.4.1	Kesehatan.....	45
3.1.4.2	Kependudukan	46
3.2	Nagari Batang Barus.....	48
3.2.1	Letak Geografis.....	48
3.2.2	Kependudukan.....	48
3.2.3	Pendidikan	49
3.2.4	Kesehatan.....	49

BAB IV PERMASALAHAN NAGARI BATANG BARUS DAN IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) WASH AQUA

.....		51
4.1	Masalah Kabupaten Solok	51
4.2	Implementasi Program CSR Aqua	53
4.2.1	Pembangunan Infrastruktur.....	55
4.2.2	Kerja sama PT. Tirta Investama Aqua dan Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Sumatera Barat	58

BAB V KESIMPULAN..... 64

DAFTAR PUSTAKA	66
-----------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piramida Caroll	20
---	-----------

Gambar 3.1 Gambar Administratif Kabupaten Solok	37
--	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	30
------------------------	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara adalah entitas yang memiliki peranan penting dalam interaksi hubungan internasional. Sehingga dapat dikatakan bahwa negara berada di posisi terdepan dalam proses interaksi internasional. Negara memiliki kedaulatan dan juga merupakan perwakilan dari total populasi dari satu wilayah. Hubungan Internasional sebagai sebuah studi merupakan ilmu yang dinamis. Segala kejadian dan interaksi internasional dapat berubah tiap waktu sehingga ruang lingkup kajian yang dibahas mengikuti perkembangan situasi internasional. Begitu pun dengan aktor serta isu yang terlibat di dalam memahami situasi internasional.

Pasca berakhirnya perang dingin, kajian dalam dunia hubungan internasional dihadapkan pada tantangan baru. Fokus para penstudi HI tidak lagi merujuk kepada dua kekuatan besar yang membagi dunia menjadi blok Barat dan blok Timur. Fenomena ini ditandai dengan kehancuran Uni Soviet yang mengakhiri dominasi sistem bipolar di dunia internasional. Amerika Serikat yang keluar sebagai pemenang dari perang dingin menjadi satu-satunya negara hegemon di dunia. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh Amerika Serikat untuk menyebarluaskan ideologi yang mereka anut ke berbagai belahan dunia.

Isu seputar keamanan non tradisional (*high politics*) tidak lagi menjadi fokus utama hubungan internasional. Pergeseran dari *high politics* ke *low politics* merubah cara pandang penstudi dalam menganalisa interaksi internasional. Kesejahteraan suatu negara dilihat berdasarkan kemampuan ekonomi dan sosialnya. Sehingga, dunia global saling bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Bergesernya isu dalam hubungan internasional juga diikuti oleh perubahan aktor yang terlibat. Negara bukan lagi aktor tunggal dalam interaksi internasional. Muncul aktor lain yang bukan negara yang dapat memberi kontribusi tersendiri terhadap isu atau fenomena yang sedang berkembang. Salah satunya adalah Perusahaan Multi Nasional.

Perusahaan Multi Nasional diartikan sebagai suatu badan perusahaan yang beroperasi lebih di satu negara. Atau dapat dipahami sebagai perusahaan yang berada diluar negara induknya melalui proses merger atau sebagai anak perusahaan dan memiliki otonominya sendiri yang menyesuaikan dengan tempat dimana perusahaan tersebut beroperasi. Sebagai aktor dalam hubungan internasional, PMN mempunyai kapasitas yang cukup dalam aktivitas perdagangan global, kegiatan produksi, dan transaksi finansial. Posisi PMN dalam aktivitas internasional menguntungkan negara ketika sulit mengambil keputusan ekonomi. Namun, PMN ternyata mempunyai keunggulan tersendiri dalam hal merespon persaingan ekonomi global. Di sisi lain, PMN sering kali dianggap tidak memperhatikan kesejahteraan ekonomi dan sosial negara tempat mereka beroperasi.

Perusahaan Multi Nasional berperan penting khususnya bagi negara-negara berkembang. Pasca perang dingin, kontribusi PMN ke negara berkembang mengalami peningkatan. Hubungan antar dua aktor ini dapat dilihat sebagai hubungan yang menguntungkan, begitu pun sebaliknya. PMN mendapatkan keuntungan karena upah pekerja yang murah dibandingkan dengan upah yang harus mereka bayar di negara asal. Selain itu, kegiatan produksi PMN juga mendapat sokongan dari pemerintah sebagai upaya negara berkembang untuk menarik PMN. Bantuan dari pemerintah bisa bermacam-macam, seperti pengurangan pajak dan regulasi lingkungan di negara berkembang yang masih lemah, yang mana menguntungkan PMN. Di sisi lain, kehadiran PMN di negara berkembang juga membuka lapangan pekerjaan serta memperkenalkan masyarakat lokal kepada teknologi baru. PMN di negara berkembang juga turut membantu dalam mengurangi kemiskinan sebuah negara. Para pekerja dibekali kemampuan untuk memproduksi barang tertentu dan produk tersebut mengubah hidup para pekerja. Dampaknya terlihat dari meningkatnya fasilitas pendidikan dan kesehatan, serta aktif dalam kehidupan politik.¹

Segala aktivitas PMN di sebuah negara tentunya langsung bersinggungan dengan semua aspek kehidupan, baik itu manusia dan juga keberlangsungan lingkungan. Tidak bisa dipungkiri juga bahwa kegiatan PMN juga membawa kerugian bagi *stakeholders*. Sebut saja eksploitasi terhadap buruh, pencemaran lingkungan, tidak tersedianya akses sanitasi yang memadai sebagai bentuk kerugian yang dibawa oleh PMN. Untuk meminimalisir kemungkinan buruk yang

¹ Ferdousy, Shameema dan Sahidur Rahman, "Impact of Multinational Corporations on Developing Countries", *The Chittagong University Journal of Business Administration*, No.2 (2009), Hal. 111-137

terjadi dan memaksimalkan kepentingan *stakeholders*, maka muncul konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang dalam literatur asing disebut *Corporate Social Responsibility*.

Gagasan tentang CSR telah muncul sejak awal abad 19 di Amerika Serikat. Di Indonesia sendiri CSR mulai berkembang sejak tahun 1980-an.² Definisi awal dari CSR diperkenalkan oleh Bowen yaitu kewajiban pengusaha untuk membuat keputusan yang melibatkan orang-orang melalui tindakan sosial dalam jangka waktu tertentu dan memuat nilai-nilai yang sesuai dalam masyarakat.³ Dalam perkembangannya, CSR memiliki beberapa istilah lain, salah satunya *Corporate Citizenship* yang diperkenalkan oleh Joseph W. McGuire. Ide ini diterjemahkan bahwa perusahaan tidak hanya berkewajiban secara ekonomi dan hukum, namun juga harus memberi tanggung jawab kepada masyarakat dan permasalahan sosial lainnya.⁴ Berdasarkan dua definisi tersebut konsep CSR apabila diimplementasikan dengan baik akan sama-sama menguntungkan pemerintah, perusahaan, masyarakat, dan *stakeholders* lainnya.

Danone Aqua merupakan salah satu perusahaan multinasional yang bergerak dalam penyediaan air minum dalam kemasan (AMDK). Sebagai salah satu PMN, Danone Aqua juga turut berkontribusi dalam pelaksanaan program CSR. Danone Aqua merupakan hasil dari penggabungan antara Grup Danone dan PT Tirta Investama. Group Danone sendiri merupakan perusahaan multinasional asal Prancis yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Selanjutnya PT

² Hartini Retnaningsih, "Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat", *Jurnal Aspirasi* 6, no. 2 (2015), Hal. 177-188

³ Howard R. Bowen, *Social responsibilities of the businessman*, University of Iowa Press, 2013. <https://muse.jhu.edu/book/29080>

⁴ Joseph W. McGuire, *Business and society*, New York: McGraw-Hill, 1963

Tirta Investama, PT Tirta Sibayakindo, dan PT Aqua Golden Mississippi sepakat untuk bersinergi sebagai Grup AQUA. Tahun 2001, Danone meningkatkan kepemilikan sahamnya di PT Tirta Investama sehingga Danone menjadi pemegang saham mayoritas Grup AQUA. Danone Aqua turut berkontribusi dalam menjaga dan melestarikan lingkungan. Salah satu buktinya, AQUA Grup menerima penghargaan Millenium Development Goals untuk kategori WASH pada tahun 2009.⁵

Di usianya yang ke 40, AQUA mendirikan pabrik yang ke-17 di Indonesia yang berlokasi di Jorong Kayu Aro, Nagari Batang Barus, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Berdirinya pabrik Aqua diharapkan mampu menstimulus perekonomian masyarakat serta menjamin kestabilan lingkungan di lokasi tersebut. Salah satu cara untuk memenuhi harapan tersebut adalah melalui program-program CSR, termasuk *WASH (Water, Access, Sanitation, and Hygiene)*. Program WASH merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial Danone AQUA dalam upaya memenuhi tersedianya akses terhadap air bersih dan sanitasi. Program ini diinisiasi pada tahun 2003 dan mulai berjalan secara masif pada tahun 2007. Program ini dijalankan dengan melibatkan pemangku kepentingan yang melibatkan pemerintah pusat dan daerah, LSM, dan masyarakat setempat. Program ini sejalan dengan target pemerintah untuk mencapai 100% *Universal Access*. Dalam implementasinya, WASH dijalankan di area pemukiman yang merupakan bagian dari Daerah Aliran Sungai (DAS) tempat Aqua beroperasi dan daerah yang memiliki tingkat akses air bersih dan

⁵ “Sejarah”, Aqua, <https://aqua.co.id/sejarah>, Diakses pada tanggal 22 Februari 2019

sanitasi yang masih rendah. Tujuan dan harapan Aqua dari program WASH ini adalah meningkatkan kesejahteraan lingkungan masyarakat dan turut berkontribusi aktif yang berkelanjutan untuk mengatasi masalah yang berhubungan dengan penyediaan air bersih di Indonesia.

Topik ini menarik untuk dibahas karena Danone Aqua sudah bersinggungan langsung dengan kehidupan kita. Untuk lebih jauhnya, penulis ingin meneliti langsung ke lapangan dan melihat bagaimana kontribusi CSR Aqua melalui program WASH di Nagari Batang Barus, Kabupaten Solok yang dikemas dalam bentuk skripsi dengan judul **“Implementasi Program WASH (*Water, Access, Sanitation, Hygiene*) Danone Aqua dalam Meningkatkan Kesadaran tentang Pola Hidup Sehat dan Pentingnya Air Bersih di Kabupaten Solok Tahun 2016”**

1.2 Identifikasi Masalah

Air merupakan salah satu komponen penting dalam kehidupan roda kehidupan, tidak hanya manusia, namun juga makhluk hidup lainnya. Segala aktivitas kehidupan makhluk hidup sehari-hari tidak lepas dari tersedianya air. Bagi manusia air digunakan untuk minum, mengolah makanan, industri, pertanian, mandi, transportasi, rekreasi, dan yang paling penting adalah untuk bertahan hidup. Namun, tersedianya air bersih tidak berbanding lurus dengan jumlah penduduk di dunia.⁶ Keterbatasan air bersih menyebabkan terjadinya krisis

⁶ Fadji Alihar, “Penduduk dan Akses Air Bersih di Kota Semarang”, dalam *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Vol XII, No. 1 (2018). Hal. 67-76

air bersih. Menurut PBB, lebih dari satu miliar orang tidak memiliki akses terhadap air bersih. Sementara itu tiga miliar orang tidak memiliki layanan sanitasi yang memadai. Akibatnya adalah angka kematian akibat tidak tersedianya akses terhadap air bersih dan sanitasi mencapai tiga juta per tahun.⁷

Indonesia sebagai negara maritim dan banyak dialiri oleh sungai masih belum bisa menyediakan akses terhadap air bersih dan sanitasi secara merata. Kekayaan akan sumber daya alam terutama air belum dapat dioptimalkan agar dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Bahkan di tahun 2012, Indonesia pernah tercatat sebagai negara terburuk di ASEAN dalam pelayanan ketersediaan air bersih dan layak dikonsumsi.⁸ Hasil riset dari UNICEF tentang air bersih dan sanitasi di Indonesia juga mendukung fenomena ini. Daerah perkotaan lebih mendapatkan akses sanitasi dua kali lebih besar daripada penduduk di daerah pedesaan. Padatnya penduduk di perkotaan juga mengakibatkan kontaminasi terhadap tanah dan air yang dibawa melalui feses yang tidak diolah dengan baik. Ironisnya, masyarakat miskin mengeluarkan uang yang lebih banyak untuk dapat menikmati air yang berkualitas buruk.⁹

Provinsi Sumatera Barat masih mengalami kendala dalam penyediaan layanan air bersih dan sanitasi. Buruknya tingkat sanitasi di Sumatera Barat salah satunya disebabkan oleh budaya masyarakat yaitu buang air besar di sungai.¹⁰

⁷ WWF Indonesia, "Air Bersih dan Kehidupan Manusia", 2012, Diakses pada 24 Februari 2019. <https://www.wwf.or.id/?26120/Air-Bersih-dan-Kehidupan-Manusia>

⁸ LIPI, "Pelayanan air bersih Indonesia terburuk di ASEAN", Diakses pada 24 Februari 2019. <http://lipi.go.id/berita/single/Pelayanan-air-bersih-Indonesia-terburuk-ASEAN/7248>

⁹ UNICEF Indonesia, "Air Bersih, Sanitasi & Kebersihan", Diakses pada 24 Februari 2019. http://www.unicef.org/indonesia/id/A8_-_B_Ringkasan_Kajian_Air_Bersih.pdf

¹⁰ "Sanitasi Sumbar masih kacau, 23 persen penduduk BAB di sungai", Merdeka, 2017, Diakses pada 24 Februari 2019. <https://www.merdeka.com/peristiwa/sanitasi-sumbar-masih-kacau-23-persen-penduduk-bab-di-sungai.html>

Tidak semua masyarakat yang tinggal di dekat dengan aliran sungai tidak mampu membuat kamar jamban. Namun karena kebiasaan MCK di sungai, keinginan untuk membangun kamar mandi menjadi lemah. Kabupaten Solok tercatat sebagai daerah yang masih sangat rendah tingkat kesadaran terkait sanitasi dengan angka hanya 25% di Sumatera Barat.¹¹

Berdirinya Danone Aqua di Solok diharapkan mampu membantu dalam memperbaiki tersedianya air bersih dan akses sanitasi. Melalui program WASH, Danone Aqua berkomitmen untuk menjaga dan melestarikan lingkungan dalam menangani masalah air, akses, sanitasi, dan *hygiene* di Kabupaten Solok khususnya di Nagari Batang Barus, Kecamatan Gunung Talang.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Dalam menjelaskan penelitian ini, penulis membatasi periode waktu penelitian pada bulan Januari – Desember 2018. Tahun tersebut dipilih karena pada tahun 2015-2016 Program CSR Aqua hanya berfokus pada program pemberdayaan air bersih. Selanjutnya tahun 2017-2018 berfokus pada program sanitasi berbasis masyarakat. Sehingga, penulis dapat menjelaskan topik dan permasalahan dari kasus yang penulis angkat secara komprehensif dan rinci.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatas masalah yang sudah penulis jabarkan di atas maka perumusan masalah utama

¹¹ *Ibid.*,

dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Tirta Investama Aqua melalui program *WASH* di Kabupaten Solok tahun 2018?”**

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan implementasi program CSR Danone Aqua di Kabupaten Solok serta bagaimana sebuah Perusahaan Multi Nasional dapat berkontribusi dalam menangani isu tentang air bersih dan sanitasi melalui program tanggung jawab sosial.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dapat berguna bagi akademisi lain yang ingin membahas bagaimana perilaku sebuah PMN dalam memenuhi program *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini juga berguna sebagai informasi bagi masyarakat mengenai kontribusi PMN dalam memenuhi program CSR terutama isu air bersih dan sanitasi.

1.4 Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

1.4.1 Kajian Pustaka

Dalam jurnal ini, adanya **program CSR pada suatu perusahaan berfungsi untuk meningkatkan *image* perusahaan di mata masyarakat dimana perusahaan tersebut menjalankan kegiatan produksinya.** Program

CSR sejatinya merupakan salah satu bentuk dari strategi *marketing* atau pemasaran suatu perusahaan dalam masyarakat. Dikatakan juga bahwa program CSR merupakan suatu bentuk investasi jangka panjang, sehingga biaya yang dikeluarkan bukan merupakan alasan tidak jalannya program tersebut. Dengan demikian, perusahaan akan lebih mudah untuk menjalani kegiatannya tanpa mendapat gangguan dari masyarakat sekitar perusahaan berada.¹²

CSR pada suatu perusahaan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan yang lebih luas daripada kepentingan perusahaan semata. Metode meraih keuntungan tanpa memperhatikan masyarakat sekitar dianggap usang. Akibatnya, terjadi kecemburuan sosial dalam masyarakat. CSR dapat digunakan untuk melatih para masyarakat agar dapat menjadi modal sendiri bagi perusahaan. CSR juga meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat. Sehingga, kedua pihak baik perusahaan dan masyarakat memperoleh keuntungan masing-masing.¹³

Bekerja sama dan berkolaborasi dengan pihak lain merupakan salah satu bentuk strategi dalam implementasi program CSR suatu perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan media dan LSM untuk terciptanya sinergi positif dengan masyarakat. LSM dapat membantu dalam eksekusi serta memberikan ide tentang bagaimana seharusnya program dijalankan. Sementara media berfungsi

¹² Etcheverry, Raul Anibal, "Corporate Social Responsibility – SCR", 23 *Peen State International Law Review*, (2005), Diakses pada 3 Februari 2019. <https://elibrary.law.psu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1626&context=psilr>

¹³ Erni Ernawan, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)", *Performa Jurnal Manajemen & Bisnis*. Vol XI. No. 2 (2014). Diakses pada 3 Februari 2019. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3026>

untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat, yang mana nantinya akan meningkatkan citra perusahaan.¹⁴

Ketiga jurnal diatas relevan dengan topik yang penulis bahas dalam penulisan ini. Relevansi dari ketiga jurnal ini ditunjukkan dalam komitmen PT. Danone Aqua untuk memperhatikan masalah akses air bersih, kelayakan lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat melalui CSR. Selain itu, dalam menjalankan program WASH, Danone Aqua juga berkolaborasi dengan pihak lain, seperti Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI).¹⁵

1.4.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Teori Pluralisme sebagai kacamata dalam menjelaskan permasalahan yang sudah dipaparkan. Kaum pluralis menganggap bahwa studi dalam Hubungan Internasional tidak hanya membahas tentang hubungan antar negara saja. Didalamnya juga terdapat hubungan antara masyarakat, kelompok, dan organisasi internasional yang melewati lintas batas internasional. Teori Pluralisme memiliki empat asumsi dasar dalam melihat memandang hubungan internasional. Pertama, aktor non-negara merupakan entitas yang penting dalam hubungan internasional. Aktor diluar negara seperti Organisasi Internasional, NGO, dan PMN turut berperan penting dalam dinamika hubungan internasional. Kedua, negara bukanlah aktor tunggal.

¹⁴ Qurratie Zain, "Collaboration Strategy dalam Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR): Studi Kasus Aqua Danone Klaten", *Jurnal Hubungan Internasional*. Vol VII. No. 2 (2015). Diakses pada 3 Februari 2019. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jhi8835eaa814full.pdf>

¹⁵ "Aqua Danone gandeng PKBI Sumbar laksanakan WASH di Batang Barus", *Antara Sumbar* (2019). Diakses pada 7 Oktober 2019. <https://sumbar.antaranews.com/berita/280034/aqua-danone-gandeng-pkbi-sumbar-laksanakan-wash-di-batang-barus>

Pluralis menganggap bahwa negara terdiri dari berbagai aktor seperti individu, *interest groups*, dan lembaga birokrasi. Masing-masing aktor memiliki perspektif yang berbeda dalam memahami dinamika hubungan internasional. Ketiga, negara bukanlah aktor rasional. Pernyataan ini merupakan tantangan dari kaum realis yang menyatakan bahwa negara adalah aktor rasional. Kaum pluralis menganggap bahwa negara memiliki kepentingan sendiri, sehingga pengambilan keputusan dilakukan setelah melewati bermacam proses kompromi dan tawar-menawar antar pemangku kepentingan dalam suatu negara. Terakhir, agenda politik internasional sangat luas. Penganut pluralis menganggap bahwa isu ekonomi, sosial, dan ekologi lebih penting untuk dibahas dibandingkan dengan isu keamanan seiring dengan meningkatnya interdependensi antar negara. Selain itu, kaum pluralis juga memberi perhatian terhadap isu lingkungan.¹⁶

Berdasarkan keempat asumsi dasar tersebut, Perusahaan Multi Nasional dapat digolongkan sebagai aktor non-negara yang berperan penting dalam hubungan internasional. Perusahaan Multi Nasional dapat menciptakan hubungan saling ketergantungan dalam perekonomian dunia. Oleh sebab itu, peran PMN dalam hubungan internasional penting untuk dibahas. Terdapat banyak definisi yang menjelaskan tentang PMN serta karakteristik dari PMN yang akan dijelaskan dibawah.

Jeffrey A. Hart mendefinisikan Perusahaan Multi Nasional sebagai perusahaan yang melakukan *Foreign Direct Investment* (FDI) serta melakukan

¹⁶ Paul R. Viotti dan Mark V. Kauppi, *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism and Beyond (Third Edition)*, (Allyn & Bacon, 1999). Hal. 199

aktivitas perusahaan di lebih dari satu negara.¹⁷ FDI dilakukan oleh suatu MNC untuk mendukung aktivitas perusahaan di satu negara ke negara lain sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh MNC tersebut. Sehingga dapat dibilang jumlah FDI yang masuk ke suatu negara dapat dijadikan indikator baik atau buruknya perekonomian negara tersebut. Jeffrey dan Spero kemudian mencirikan PMN ke dalam lima bentuk. Pertama, perusahaan beroperasi di berbagai negara. Kedua, perusahaan mempunyai banyak cabang atau anak perusahaan. Ketiga, perusahaan sebaiknya memiliki aset yang besar dibandingkan dengan pendapatan. Keempat, perusahaan mampu memperkerjakan orang dari banyak negara karena keterlibatan usahanya yang tidak hanya berlangsung di satu negara. Terakhir, perusahaan melakukan berbagai aktivitas contohnya seperti CSR di samping berjualan di negara lain.¹⁸

Colman dan Nixson dalam buku Politik Bisnis Internasional mendefinisikan Perusahaan Multi Nasional sebagai :

*“unit-unit usaha yang memiliki atau mengontrol aset-aset seperti pabrik, pertambangan, perkebunan, outlet (pusat penjualan) dan perkantoran yang terdapat di dua atau lebih Negara”.*¹⁹

Selain itu, di dalam buku tersebut juga dijelaskan karakteristik atau ciri dari Perusahaan Multi Nasional. Pertama, kegiatan perdagangan PMN dilakukan di luar batas negara. Kedua, aktivitas perdagangan PMN tersebut kebanyakan

¹⁷ Jeffrey A. Hart, *Globalization and Multinational Corporations*, (SAGE Publications Ltd: London, 2017), Hal 332-346. doi: 10.4135/9781473947391.n19

¹⁸ John E. Spero dan Jeffrey A. Hart, *The Multinational Corporation and Global Governance*, (Cengage Learning: Boston, 2009)

¹⁹ Bob Sugeng Hadiwinata, *Investasi Asing dan Perusahaan Multinasional*, Politik Bisnis Internasional, (Penerbit Kanisius: 2002), Hal. 117

terjadi di dalam lingkup perusahaan itu sendiri, namun dalam praktiknya dilakukan antar negara. Ketiga, kontrol pemakaian teknologi dan modal menjadi utama, karena dua hal tersebut merupakan keuntungan kompetitif PMN. Terakhir, pengembangan sistem manajemen dan distribusi melintasi batas-batas negara, terutama sistem model ventura, lisensi dan *franchise* (waralaba).²⁰

Terdapat tiga faktor eksplanasi yang menjadi alasan pendorong ekspansi PMN dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Dimulai dari Eksplanasi *Profit*. Dalam memaksimalkan keuntungan, perusahaan memiliki banyak alternatif cara. *Pertama*, menaikkan harga sehingga margin keuntungan dapat diperbesar. Namun hal tersebut juga tergantung dari posisi perusahaan, apakah perusahaan tersebut sebagai penentu harga atau sebagai penerima harga. *Kedua*, memperluas pangsa pasar apabila di negara asal sudah banyak produsen yang membuat produk tersebut. Banyaknya produsen dengan produk yang sama akan mengurangi pasar dari produk. Di sisi lain, Eksplanasi Daur Hidup *Product* juga menjadi alasan PMN dalam meningkatkan ekspansi. Suatu produk mengalami proses yang dibagi ke dalam empat tahap. Pertama, tahap *early development* merupakan tahapan dimana produk mulai diperkenalkan. Kedua, tahap *growth* dimana produk sudah mulai dikenal luas oleh masyarakat melalui mulut ke mulut yang nantinya akan meningkatkan permintaan terhadap produk. Ketiga, tahap *maturity* adalah tahap dimana ternyata tidak hanya satu perusahaan saja yang dapat memproduksi. Namun, terdapat perusahaan lain yang mampu menghasilkan produk serupa. Keempat, tahap *obsolescence* atau kadaluwarsa menjelaskan bahwa persaingan

²⁰ *Ibid.*,

yang ketat dan banjirnya produsen membuat konsumen jenuh karena dibanjiri produk yang sama. Terakhir, Eksplanasi Teknologi. Perkembangan teknologi yang sudah berkembang dengan pesat membuat banyak PMN tidak ragu untuk mengekspansi bisnisnya. Perkembangan teknologi terutama yang terpenting adalah transportasi dan komunikasi. Teknologi transportasi berguna untuk memindahkan bahan baku, produk, dan sumber daya manusia. Teknologi komunikasi berguna untuk memudahkan komunikasi lintas negara, agar perusahaan pusat dapat mengontrol dengan mudah cabang-cabang perusahaannya.²¹

Dalam jurnal yang ditulis Lance Moir dengan judul “*what do we mean by corporate social responsibility*”, Basu menekankan bahwa kegiatan bisnis akan berjalan efektif di masyarakat apabila dilaksanakan dengan efisien, menguntungkan, dan memiliki tanggung jawab. Tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan multinasional menjadi salah satu pemain penting dalam dunia internasional. Salah satu strategi yang digunakan perusahaan multinasional adalah CSR. Namun definisi tentang CSR masih belum bisa ditetapkan karena banyaknya definisi yang dikemukakan oleh akademisi dan institusi. CSR Eropa mendefinisikan bahwa CSR harus mencakup kepentingan para pekerja, konsumen, lingkungan, etika, dan hak asasi manusia. CSR juga merupakan komitmen perusahaan untuk menjalankan bisnis yang beretika. Keuntungan

²¹ *Ibid.*, Hal. 118-127

perusahaan merupakan fokus di samping itu juga meningkatkan kualitas hidup pekerja dan masyarakat sekitar.²²

Menurut Jenkins, CSR dapat berperan dalam mengurangi tingkat kemiskinan. Sementara itu, para pengkritik CSR menganggap bahwa CSR mengurangi fokus kegiatan bisnis dari suatu perusahaan. Di samping itu, apabila suatu perusahaan mengaplikasikan CSR sebagai investasi jangka panjang, juga tidak menjamin profit yang diperoleh dari perusahaan tersebut. Salah satu kontribusi CSR dalam mengurangi kemiskinan adalah menciptakan lapangan kerja baru dan memperhatikan kehidupan para pekerja seperti kesehatan atau tunjangan pensiun. Perusahaan seharusnya juga membayar upah pekerja yang tidak dibawah standar upah. Meskipun tidak ada aturan bagi perusahaan untuk harus memperkerjakan para pekerja yang kurang handal, sehingga keputusan yang diambil perusahaan mempertimbangkan nilai ekonomis. Kontribusi lain dari CSR adalah pajak yang dikenakan oleh pemerintah negara dimana perusahaan tersebut beroperasi. Dengan penerimaan pajak yang diperoleh, negara dapat menggunakannya untuk dialokasikan dalam mengatasi permasalahan kemiskinan di negara terutama negara berkembang. Meskipun dalam praktiknya, agar para investor datang negara harus menurunkan tarif pajak.²³

Praktik tanggung jawab sosial oleh perusahaan multi nasional sudah menjadi isu penting. Sehingga dibutuhkan standar internasional untuk hal yang berkaitan dengan teknis dan pelaksanaan dari program tanggung jawab sosial.

²² Lance Moir, "What do we mean by corporate social responsibility", *The International Journal of Business in Society* 1(2), (2001), Hal 16-22. Diakses pada tanggal 17 Februari 2019. <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EUM000000005486>

²³ Rhys Jenkins, "Globalization, corporate social responsibility, and poverty", *International Affairs* 81 (2005), Hal 531-540

Untuk itu dikeluarkan lah ISO 26000 yang berisikan tentang standar prosedur mengenai pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan. ISO 26000 diterbitkan melalui International Organization for Standardization

Dalam jurnal ini, Panturu menjelaskan bahwa masih terdapat ketimpangan tersedianya akses air dan sanitasi di Indonesia. Padahal perekonomian Indonesia menunjukkan laju yang cukup signifikan jika dilihat dari indikator seperti rendahnya tingkat inflasi dan turunnya angka ketimpangan kemiskinan. Dilansir dari laporan MDG's Indonesia tahun 2011, akses terhadap tersedianya air dan sanitasi perlu mendapat perhatian khusus. Kurang tersedianya air bersih termasuk air minum, sanitasi, dan *hygiene* berimplikasi terhadap penyakit diare. Indonesia yang terdiri dari gugusan banyak pulau juga mengalami kendala dalam mendistribusikan air bersih dan sanitasi. Sebagai contoh, akses terhadap air dan sanitasi di Pulau Jawa lebih baik daripada pulau lain, yang terburuk berada di Papua dan Papua Barat. Indonesia berada di jalur yang tepat untuk menyelesaikan masalah terkait. Namun berdasarkan tulisan ini, Panturu menilai bahwa masalah sanitasi masih perlu diperbaiki.²⁴

Dalam bukunya yang berjudul *Cannibal With Forks*, Elkington menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya tentang untung atau rugi semata. Kegiatan bisnis suatu perusahaan melibatkan orang dan lingkungan. Sehingga Elkington menciptakan suatu model perusahaan yang berkelanjutan dengan konsep *Triple Bottom Line*. TBL juga dikenal dengan istilah 3P yaitu *People*, *Planet*, dan *Profit*. *People* diwujudkan dalam kepedulian perusahaan terhadap

²⁴ Arianto A. Panturu, "Water and sanitation in Indonesia", *Asia and the Pacific Policy Studies*. Vol II (2015). Hal. 234-244. Diakses pada 17 Februari 2019. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/app5.81>

masyarakat sekitar. Masyarakat merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan. Maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat, perusahaan perlu berkomitmen untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Dukungan dari masyarakat sekitar sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan dan perkembangan perusahaan. *Planet* diwujudkan dalam tanggung jawab suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Hubungan antara kegiatan produksi perusahaan dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat. Jika perusahaan dapat merawat lingkungan, maka lingkungan juga akan memberikan manfaat kepada perusahaan. *Profit*, profit disini lebih dari sekedar memperoleh keuntungan. Sudah merupakan orientasi utama dari perusahaan untuk memaksimalkan profit bagi perusahaannya. Yang perlu ditekankan disini adalah dalam memperoleh profit, perusahaan juga harus memperhatikan etika dalam mengejar keuntungan perusahaan.

Harus diakui bahwa tujuan dasar dari perusahaan adalah untuk mengejar keuntungan. Tetapi perusahaan sepatutnya untuk menaruh perhatian terhadap kondisi lingkungan dan masyarakat. Perusahaan juga harus bertanggung jawab secara sosial baik ke dalam dan ke luar karena bagaimanapun juga, kegiatan bisnis merupakan bagian dari *society*. Di sisi lain, lingkungan merupakan salah satu modal bagi perusahaan. Sehingga dapat diartikan, apabila perusahaan memperhatikan lingkungan maka modal perusahaan tetap tersedia. Penting bagi

perusahaan untuk menjaga dan merawat lingkungan, karena baik perusahaan dan lingkungan sama-sama membutuhkan.²⁵

Archie Carroll mendefinisikan CSR ke dalam empat bagian yang berfokus pada tanggung jawab yang menjadi perdebatan perusahaan. Pertama adalah tanggung jawab ekonomi. Perusahaan merupakan penghasil dan penyedia barang dan jasa yang diinginkan masyarakat. Artinya bahwa perusahaan juga perlu menjual kepada masyarakat dengan harga yang terjangkau. Kedua adalah tanggung jawab hukum. Dalam beroperasi, perusahaan bertanggung jawab untuk mengikuti aturan atau undang-undang yang telah disepakati. Aturan yang sudah dibuat merupakan alat kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat. Apabila perusahaan tidak mengikuti aturan main tersebut maka akan mendapatkan tekanan dari masyarakat. Ketiga adalah tanggung jawab etis. Perusahaan bisa untuk menerapkan kegiatan yang dikehendaki atau dilarang oleh masyarakat meskipun tidak terdapat dalam undang-undang. Tanggung jawab etis mewujudkan keadilan bagi masyarakat, pegawai, dan *stakeholders*. Keempat adalah tanggung jawab filantropis atau sukarela. Kegiatan ini dibilang sukarela karena tidak ada panduan atau arahan bagi perusahaan untuk melakukannya. Yang membedakannya dengan tanggung jawab etis adalah tanggung jawab ini secara moral atau etis tidak diharapkan masyarakat.²⁶ Keempat prinsip ini digambarkan dengan piramida CSR berikut:

²⁵ John Elkington, *Cannibals with forks: the triple bottom line of twenty-first century business*. Capstone. 1997. Hal. 69-94

²⁶ Archie B. Carroll dan Ann Buchholtz, *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management fourth edition*, (Cengage Learning: Mason, Ohio, 2008), Hal. 27-34

Gambar 1.1

Piramida Carroll



Sumber: International Journal of Corporate Responsibility.²⁷

²⁷ Archie B. Carroll dan Ann. K Buchholdtz, Business & Society: Ethics and Stakeholder Management seventh edition, (Mason: Ohio: Cengage Learning, 2008), hlm. 40.

Berdasarkan piramida Carroll di atas, posisi penulis dalam tulisan ini berfokus kepada tingkat *Philanthropic Responsibilities*.

Hadirnya tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang merupakan salah satu inisiatif yang diusung oleh PBB yaitu *MDG's*. Misi yang dibawa adalah untuk mengurangi kemiskinan, mengurangi kelaparan dan penyakit, tersedianya pendidikan yang baik untuk anak-anak, dan lingkungan dunia yang lebih sehat. Menurut Visser, CSR di negara berkembang berkontribusi bagi pemerintah, kehidupan sosial, tenaga kerja, dan lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi. Setidaknya terdapat empat faktor mengapa CSR berfokus ke negara berkembang daripada negara maju. Pertama, negara yang sedang berkembang juga sedang mengalami laju pertumbuhan ekonomi yang cepat sehingga merupakan pasar bisnis yang menguntungkan. Kedua, negara berkembang rentan akan terjadinya krisis sosial dan krisis lingkungan. Ketiga, pengaruh globalisasi dan aktivitas ekonomi di negara berkembang membuat mereka paling terkena dampaknya baik itu positif ataupun negatif di bidang lingkungan dan sosial. Terakhir, variasi tantangan CSR di negara berkembang sangat berbeda dengan di negara maju.²⁸

²⁸ Wayne Visser, *Corporate Social Responsibility in Developing Countries*, (The Oxford handbook of corporate social responsibility: 2008), Hal. 473-494, Diakses pada 15 Februari 2019. <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199211593.001.0001/oxfordhb-9780199211593-e-021>

1.5 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.5.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses penelitian dengan memahami masalah sosial dan politik berdasarkan pada hal yang kompleks, gambaran yang holistik, dan hipotesis dari literatur.²⁹ Menurut Mohamad Rosyidin, penelitian kualitatif adalah cara pendekatan penelitian melalui berbagai jenis data dalam bentuk tulisan seperti kajian literatur dan artikel.³⁰ Metode penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang deskriptif dan lebih mengandalkan analisis kemudian dibandingkan dengan teori yang sudah dipilih oleh penulis.³¹

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam mengkaji masalah dalam penelitian bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung antara penulis dengan *staff* dari Danone Aqua mengenai implementasi program CSR mereka di Kabupaten Solok. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi atau jurnal yang bersumber dari internet.³² Dalam kasus ini, data sekunder yang penulis ambil didapat dari hasil laporan CSR PT. Tirta Investama Aqua, jurnal dan artikel ilmiah, serta beberapa situs dari media online untuk mendukung argumen penulis dalam penelitian ini.

²⁹ Mohamad Rosyidin, *Metodologi Penelitian Hubungan Internasional*, (Calpulis: Yogyakarta, 2016), Hal. 42

³⁰ *Ibid.*,

³¹ *Ibid.*,

³² John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches, third edition*, (Sage Publications: Amerika Serikat, 2009), Hal. 19

1.6 Sistematika Pembahasan

Pembahasan terdiri atas empat (4) Bab yang terdiri dari; Bab 1 Pendahuluan, Bab 2 sampai dengan Bab 4 mengenai pembahasan masalah disertai dengan kesimpulan.

Pada Bab 1, penulis membahas tentang Latar Belakang Masalah, *Main Theories*, *Literature Review*, dan Kerangka Pemikiran yang menjadi alasan penulis untuk membahas dan mengkaji isu yang diambil.

Pada Bab 2, penulis membahas tentang sejarah dan profil perusahaan dari Danone Aqua untuk memberikan gambaran umum tentang perusahaan tersebut.

Pada Bab 3, penulis membahas tentang kondisi geografis dan lingkungan Kabupaten Solok serta Program CSR Danone Aqua terkait dengan komitmen Danone Aqua dalam pemenuhan kebutuhan air bersih serta sanitasi.

Pada Bab 4, penulis akan menjelaskan permasalahan yang terdapat di Kabupaten Solok. Kemudian akan dilanjutkan dengan strategi dan implementasi dari Program WASH yang berangkat dari masalah yang sudah penulis kemukakan di bab sebelumnya.

Pada Bab 5, penulis menarik kesimpulan dari seluruh penjelasan yang berangkat dari Bab 1 hingga Bab 4. Yang kemudian akan menjadi bab akhir dari skripsi penulis.