



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

Terakreditasi A

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

Implementasi Program *Corporate Social Responsibility*
PT. Danone-AQUA: Bijak Berplastik di Kepulauan
Seribu Tahun 2018

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Oleh

Febbyana Abigael

2016330138

Bandung

2020



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

Terakreditasi A

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

Implementasi Program *Corporate Social Responsibility*
PT.Danone-AQUA: Bijak Berplastik di Kepulauan
Seribu Tahun 2018

Skripsi

Oleh

Febbyana Abigael

2016330138

Pembimbing

Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, S.IP., M.A.

Bandung

2020

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Febbyana Abigael

Nomor Pokok : 2016330138

Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Danone-AQUA: Bijak Berplastik di Kepulauan Seribu Tahun 2018

Telah diuji pada Ujian Sidang jenjang Sarjana

Pada Rabu, 17 Juni 2020

Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. A. Irawan Justiniarto H. :

Sekretaris merangkap pembimbing

Dr. Aknolt K. Pakpahan, S.IP., M.A. :

Anggota

Giandi Kartasmita, S.IP., M.A. :

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Febbyana Abigail

NPM : 2016330138

Jurusan / Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Danone-AQUA: Bijak Berplastik di Kepulauan Seribu Tahun 2018

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk 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 bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 25 Mei 2020



Febbyana Abigail

2016330138

ABSTRAK

Nama : Febbyana Abigail

NPM : 2016330138

Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT Danone-AQUA: Bijak Berplastik di Kepulauan Seribu Tahun 2018

Masalah sampah plastik menjadi tantangan tersendiri baik bagi pemerintahan Indonesia maupun masyarakat global. Kepulauan Seribu merupakan salah satu pulau di Indonesia yang terkenal akan keindahan alam bawah lautnya, tetapi sangat disayangkan masih terdapat banyak sampah plastik yang berakhir terbuang begitu saja di lautan. Selain berakhir mencemarkan lingkungan, sampah plastik juga memberikan dampak yang buruk bagi makhluk hidup yang berada di lautan termasuk merusak ekosistem didalamnya. Maka dari itu, diperlukannya kerjasama dari pemerintah beserta pihak-pihak lain seperti MNC agar dapat bersama-sama menggerakkan masyarakat untuk lebih sadar dan peduli lingkungan. PT. Danone-AQUA sebagai salah satu MNC di Indonesia melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat melalui CSR yang bernama Bijak Berplastik pada tahun 2018. Kepulauan Seribu menjadi salah satu tujuan implementasi CSR tersebut untuk membersihkan pulau terutama pada bawah laut dari sampah-sampah plastik sambil mengedukasi masyarakat setempat mengenai sampah plastik beserta pengolahannya. Dalam menganalisis CSR tersebut penulis menggunakan teori dan konsep-konsep seperti konsep dari pluralisme, *cross-sector* konsep dan teori CSR. Selain itu visi, misi dan nilai-nilai yang menjadi pegangan perusahaan juga dapat menjelaskan lebih lanjut mengenai alasan perusahaan dalam melakukan CSR di Kepulauan Seribu ini. Melalui penelitian ini, penulis menemukan bahwa CSR Bijak Berplastik dilakukan PT. Danone-AQUA sebagai salah satu upaya untuk mendukung dan membantu program pemerintah untuk mengurangi sampah plastik serta menjadi salah satu aksi nyata dari visi misi besar perusahaan. Tetapi dalam pengimplementasinya, perusahaan belum melaksanakan *continuity* atau keberlanjutan yang seharusnya dilakukan dalam sebuah CSR yang baik.

Kata kunci: CSR, Perusahaan Multinasional, Sampah Plastik, Bijak Berplastik, PT.Danone-AQUA, Kepulauan Seribu

ABSTRACT

Name : Febbyana Abigael

NPM : 2016330138

Title: Implementation of Corporate Social Responsibility Program of PT.Danone-AQUA: Bijak Berplastik in Kepulauan Seribu 2018

The problem of plastic waste is a challenge both for the Indonesian government and the global community. Kepulauan Seribu is one of the islands in Indonesia that famous for its natural beauty under the sea. Unfortunately, there is still a lot of plastic waste that ends up being thrown away in the ocean. In addition to ending up polluting the environment, plastic waste also harms marine lives, including damaging the ecosystems in it. Therefore, a collaboration between the government and other sectors such as MNC is needed to be able to jointly mobilize the community to be more aware and concerned about the environment. PT. Danone-AQUA as one of the MNCs in Indonesia is carrying out its responsibilities to the environment and society through CSR called Bijak Berplastik in 2018. Kepulauan Seribu is one of the objectives of CSR implementation to clean the island, especially under the sea from plastic rubbish while educating the public of local plastic waste and its processing. In analyzing CSR, the writer uses theories and concepts such as the concept of pluralism, cross-sector partnership concepts, and CSR theory. The vision, mission, and values that the company conducted can also explain more about the company's reasons for doing CSR in Kepulauan Seribu. Through this paper, the writer found that CSR Bijak Berplastik was carried out by PT. Danone-AQUA as one of the efforts to support and help government programs to reduce plastic waste and become one of the concrete actions of the company's vision and mission. But on its implementation, the company has not implemented continuity or sustainability that should be done in a good CSR.

Key Points : CSR, MNC, Plastic Waste, Bijak Berplastik, PT. Danone-AQUA, Kepulauan Seribu

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengimplementasian Program CSR Bijak Berplastik di Kepulauan Seribu Tahun 2018 oleh PT.Danone-AQUA”. Penelitian ini ditunjukkan agar dapat memenuhi syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Strata-1 (S1) di Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Selain itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mengevaluasi implementasi program CSR dari sebuah perusahaan dengan menggunakan konsep-konsep CSR.

Penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan pada penelitian ini. Oleh karena itu penulis sangat terbuka akan kritik dan masukan dari para pembaca agar dapat menyempurnakan hasil penelitian dan dapat bermanfaat bagi para pembaca maupun penulis penelitian dengan topik yang serupa di masa mendatang.

Bandung, 25 Mei 2020

Penulis,

Febbyana Abigael

UCAPAN TERIMA KASIH

- Pertama-tama penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kekuatan dan anugrah yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik meskipun sangat banyak luka-liku yang terjadi selama mengerjakan. Terimakasih juga atas penyertaan selama perjalanan 4 tahun berkuliah Hubungan Internasional di Universitas Katolik Parahyangan ini.
- Terimakasih juga kepada Bang Tian selaku dosen pembimbing yang sudah sabar dan membantu penulis sehingga dengan kritik dan masukannya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.
- Terimakasih juga kepada kedua orang tua penulis; papa dan mama (Budi Rachman dan Lily Susilawati); serta dede (Ryan Rivaldi) buat *support* dan doa yang kalian berikan *abundantly*. Selalu memberikan semangat dan juga hiburan sehingga penulis tidak merasa stress dan sangat *enjoy* dalam menulis dan menyelesaikan skripsi ini. *You guys are the best!*
- Terimakasih juga kepada teman-teman Asprinudin; Jovanka Lestari dan Davin Kraniya buat selalu ada saat-saat susah dan senang selama di kampus dan seputar masalah-masalah kehidupan. *Hope we will be bestfriend till forever*, siap-siap buat jadi *bride's maid* gue yah. Buat temen-temen Hits Bandung juga Eunice Athalia, Yohana Andreas, Michael Hendri, Bobby Benjamin yang sudah menemani penulis selama masa perkuliahan dari semester pertama terimakasih banyak.

- Terimakasih juga untuk teman-teman semasa perkuliahan Cindy Cintyanita, Oliv, Cynthia, Yustika, Via, dan teman-teman lain yang sudah menjadi teman baik selama di kampus dan selalu memberikan penulis semangat dan juga motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. *Good Luck for you all.*
- Terimakasih banyak juga untuk Angel Christina, teman dari SD sampai hari ini dan Valerie DP yang sudah menjadi *everyday person* aku selama ngampus selain Davin. *You guys are my sisters from another mother*, yang sangat membantu gue dengan kasih motivasi melalui drama-drama Korea sampai Firman Tuhan yah Val wkkwkwk; dan semangat-semangat lain yang sangat berarti bagi gue dan sudah bersama-sama dengan penulis dikala sedih dan stress dalam menyelesaikan skripsi ini. *Thankyou girls*, sudah selalu mendengarkan keluh kesah dan curhatan-curhatan gue, *Love you.*
- Terimakasih juga untuk sepupu-sepupu aku; Cece Tiara dan Koko Kevin yang sangat berjasa dalam proses penulisan skripsi ini. Dari menemani penulis wawancara ke pameran AQUA sampai ke kepulauan Seribu dan mabuk laut, yang sampai kapanpun menjadi pengalaman tak terlupakan bagi penulis. Terimakasih juga dalam memotivasi penulis untuk selalu menyelesaikan skripsi ini.
- Terimakasih juga Janice Suherman dan Syerley Novany, yang sudah memberikan gue motivasi dan semangat-semangat juga buat menyelesaikan skripsi ini, semangat dan *goodluck* buat kedepannya sayangku.
- Terimakasih juga untuk Daniel Kurnia, temen dari SMP yang ngajak main terus (walaupun gue sering malas pergi wkwkwkw) dan udah nemenin gue

saat-saat baru putus LOL pas awal-awal semester (akan selalu diingat). Meskipun kadang nyebelin tapi makasih loh udah nemenin selama kuliah, *good luck* buat skripsiannya juga!

- Terimakasih juga untuk *staff-staff* AQUA selama pameran yang sangat baik dan ramah bersedia untuk diwawancarai dan juga Bang Obay selama bantuannya di Kepulauan Seribu yang sudah bersedia menemani penulis berkeliling dan mengenalkan pada Pak Kahar dan masyarakat ibu Desi dan ibu Karni yang sudah sangat ramah dan bersedia diwawancarai. *God Bless*.
- Terimakasih juga untuk teman-teman NewG; Jedida, Bang Dito, Ko Bob, Fegi, Ocha, Odhie, dan temen-temen sepelayanan lainnya yang tidak bisa aku sebutin satu-satu. Makasih banyak buat doa dan semangatnya selama proses penyelesaian skripsi ini. *God Bless*.
- Terimakasih juga untuk apartemenku Pares PR/20FL, yang sudah menjadi tempatku untuk merenung, senang-sedih bersama teman-teman selama mengerjakan tugas-tugas dan stress selama menyelesaikan skripsi ini. *Will miss* tinggal sendiri.
- Terimakasih juga untuk Ko Irwan untuk semangat dan dengerin keluh kesah aku dari bikin bab 3 sih, tapi thankyou.
- Akhir kata Terimakasih Universitas Katolik Parahyangan Bandung untuk kesempatan sehingga penulis mendapatkan sangat banyak pengetahuan dari dosen-dosen khususnya yang berada di Fakultas FISIP Jurusan Hubungan Internasional. Penulis berharap dengan pengetahuan yang sudah diperoleh dapat digunakan dengan baik di dalam dunia kerja.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
Daftar Gambar	x
Daftar Grafik dan Tabel	xi
Daftar Singkatan.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.2.1 Deskripsi Masalah	4
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	8
1.2.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
1.4 Kajian Literatur dan Kerangka Pemikiran	10
1.4.1 Kajian Literatur.....	10
1.4.2 Kerangka Pemikiran	14
1.5. Metode Penelitian	25
1.5.1 Metode Penelitian	25
1.5.2 Teknik Pengumpulan Data	26
1.6. Sistematika Pembahasan	27

BAB II Profil Perusahaan PT. Danone-AQUA	28
2.1 Sejarah Berdirinya PT. Danone-AQUA.....	28
2.1.1 Sejarah PT. Danone	28
2.1.2 Logo Perusahaan.....	31
2.1.3 Sejarah AQUA.....	32
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	35
2.3 Produk yang dipasarkan	37
2.4 AQUA Lestari Sebagai Langkah Keberlanjutan	41
2.4.1 Prinsip Dasar dalam AQUA Lestari	42
2.5 Program-Program CSR PT. Danone-AQUA	43
2.5.1 Program WASH (<i>Water Access, Sanitation, Hygiene</i>).....	44
2.5.2 AQUA <i>Home Service</i>	45
2.5.3 Program <i>Water Credit</i>	46
2.5.4 Program “ <i>A Lot for a Thing</i> ” oleh <i>heySTARTIC</i>	47
BAB III Masalah Sampah Plastik, Kepulauan Seribu dan Program CSR	
Bijak Berplastik	49
3.1 Kondisi Sampah di Indonesia	49
3.1.1 Masalah Sampah Plastik di Indonesia	52
3.1.2 Upaya Pemerintah Indonesia	53
3.2 Kondissi Sampah Plastik di Kepulauan Seribu	56
3.3 Pengimplementasian Bijak Berplastik	60
3.3.1 Program Bijak Berplastik	60
3.3.2 Implementasi CSR di Kepulauan Seribu	65
3.4 Analisis Program CSR Bijak Berplastik Menggunakan Pemikiran Pluralisme, Teori CSR Archie. B Caroll dan Konsep Cross Sector Partenership	70

BAB IV KESIMPULAN	77
Daftar Pustaka	81

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Poin Penting Dalam Tanggung Jawab Sosial ISO 26000	21
Gambar 1.2 Keempat Prinsip dari CSR	22
Gambar 2.1 Logo Awal PT. Danone.....	31
Gambar 2.2 Logo PT. Danone dari tahun 2017- sekarang.....	32
Gambar 2.3 Logo Awal AQUA Sebelum Beraliansi dengan Danone.....	33
Gambar 2.4 Logo Pada Botol AQUA dengan Cantuman Danone.....	34
Gambar 2.5 Produk Air Mineral AQUA biasa	38
Gambar 2.6 Produk khusus AQUA Reflections dan AQUA <i>Life</i>	38
Gambar 2.7 Produk Mizone dari Danone-AQUA	40
Gambar 2.8 Informasi Label Pada Kemasan Produk Danone-AQUA.....	41
Gambar 3.1 Situasi Sampah di Sekitaran Pelabuhan Kali Adem	56
Gambar 3.2 Keadaan Tempat Sampah Sebuah Tempat Makan.....	57
Gambar 3.3 Kondisi Tempat Sampah Sekitar Pulau.....	58

Daftar Grafik dan Tabel

Grafik 1.1 Waktu yang Diperlukan untuk Produk Plastik Terurai.....	6
Tabel 3.1 Rundown Kegiatan Hari Pertama CSR BIjak Berplastik di Kepulauan Seribu	66
Tabel 3.2 Penghasilan Peserta Sebelum dan Sesudah Program di Jawa Barat	67

Daftar Singkatan

AMDK	: Air Minum Dalam Kemasan
AMIR	: Ayo Minum Air
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
CSP	: <i>Cross-Sector Partnership</i>
GCG	: <i>Good Corporate Governance</i>
HRIS	: <i>Human Resources Information System</i>
INAPLAS	: Asosiasi Industri Olefin, Aromatik, dan Plastik Indonesia
ISO	: <i>International Organization for Standardization)</i>
JAKSTRADA	: Kebijakan dan Strategi Daerah
KKP	: Kementerian Kelautan dan Perikanan
LSM	: Lembaga Swadaya Masyarakat
MNC	: <i>Multinational Corporation Corporation</i>
NGO	: <i>Non-Governmental Organization</i>
PePres	: Peraturan Presiden
PET	: <i>Polyethylene Therephthalate</i>
PHBS	: Perilaku Hidup Bersih dan Sehat
RAN	: Rencana Aksi Nasional
SAP	: <i>System Application and Products for Data Processing</i>
SNI	: Standar Nasional Indonesia
TPA	: Tempat Pembuangan Akhir
UMKM	: Usaha Kecil, Mikro, dan Menenga

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman, dengan teknologi dan komunikasi yang semakin maju dan canggih menyebabkan tingkat taraf hidup manusia yang semakin tinggi. Konsumerisme dan hedonisme kemudian menjadi salah satu ciri dari gaya hidup masyarakat saat ini, diikuti dengan peningkatan sampah terutama sampah plastik yang pada akhirnya lingkungan yang menjadi korbannya.

Masalah sampah terutama sampah plastik di Indonesia sangat parah dan tentunya sudah tidak menjadi suatu permasalahan yang asing lagi. Hal ini dibuktikan oleh Direktur Pengelolaan Sampah Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan yang mengungkapkan bahwa dalam kurun waktu 2002-2016, telah terjadi peningkatan komposisi sampah plastik dari 11% menjadi 16%. Bahkan di beberapa kota besar bahkan mencapai sekitar 17%¹. Peningkatan komposisi tersebut tak luput dari akibat perilaku konsumsi masyarakat Indonesia yang telah terbiasa memakai plastik. Pemerintah sendiri memiliki misi untuk dapat mengatasi masalah sampah plastik ini secara berkala dengan mengubahnya menjadi bahan jual yang dapat didaur ulang pada tahun 2025².

¹ Nabilla Tashandra , "Jumlah Sampah Plastik Terus Meningkat", *Kompas*, 6 Juni 2018, diakses pada tanggal 9 Februari 2019, <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/06/06/091700620/jumlah-sampah-plastik-terus-meningkat>.

² Ibid.

Masalah sampah plastik ini jika tidak didukung dan diatasi dengan baik dari sekarang, semakin lama akan menimbulkan masalah lingkungan yang parah. Mengingat diperlukannya waktu yang lama untuk mengurai sebuah sampah plastik sedangkan sampah plastic yang ada saat ini sangat banyak. Selama proses uraian yang lama tersebut ternyata menyebabkan munculnya zat-zat kimia yang berbahaya dan berefek buruk bagi lingkungan seperti dapat mencemari tanah sehingga manfaatnya dan kesuburannya berkurang. Selain itu, sampah-sampah plastik yang dibuang ke sungai atau laut dapat menyebabkan terganggunya ekosistem dan mencemari makhluk hidup yang berada dalam bawah laut³. Masalah sampah plastik ini juga bukan hanya dialami oleh negara Indonesia saja tetapi dihadapi oleh berbagai negara lain juga karena masyarakat sangat erat dan telah nyaman dengan menggunakan plastik dalam kesehariannya. Hal ini kemudian semakin mendukung *global warming* yang semakin parah. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, dari misi pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah ini tampaknya membutuhkan usaha lebih karena hampir setahun misi tersebut dijalankan, pemerintah hanya berhasil mengolah dengan jumlah 2, 12%⁴.

Masalah lingkungan seperti masalah plastik ini adalah sebuah tanggung jawab yang harus diselesaikan oleh pemerintah sebagai aktor utama. Namun saat ini, aktor ketiga seperti MNC (*Multi National Corporation*) juga memegang perannya tersendiri. Selain berperan penting dalam bidang investasi dan turut

³ Nurhenu Karuniastuti, "Bahaya Plastik Terhadap Kesehatan Dan Lingkungan", Vol. 3, no. 1 : 6, diakses pada tanggal 9 Februari 2019, http://pusdiklatmigas.esdm.go.id/file/t2-_Bahaya_Plastik_-_Nurhenu_K.pdf

⁴ Pijar Anugrah, "#BijakBerplastik: Perukah air kemasan gelas tetap diproduksi?", *BBC*, 14 Juni 2018, diakses pada tanggal 9 Februari 2019, <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-44463834>

berpartisipasi untuk pertumbuhan ekonomi negara, MNC juga berperan untuk menciptakan lingkungan yang lebih bersih. MNC sendiri beraktivitas dan juga menghasilkan sampah-sampah seperti limbah pabrik atau sampah-sampah plastik. Biasanya untuk menarik konsumen perusahaan-perusahaan akan membuat citra yang baik di hadapan masyarakat. Seperti gotong royong atau kerja bakti dengan masyarakat di sekitar pabriknya atau mungkin dengan hal-hal lain yang sifatnya membantu masyarakat untuk menaikkan citra perusahaan tersebut. Untuk itu, biasanya MNC menggandeng LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) atau NGO (*Non-Governmental Organization*) yang bersifat *non-profit* dan biasanya melakukan kegiatan-kegiatan sosial yang didanai oleh berbagai sponsor atau donasi. Hal ini kemudian memberikan kesadaran bagi perusahaan-perusahaan untuk mengambil tindakan langsung yang berasal dari perusahaannya sendiri. Agar perannya dalam pemerintah dan masyarakat semakin baik dan dapat dikenali oleh masyarakat luas.

Salah satu MNC yang memiliki etiked baik untuk membantu dan mendorong pemerintah khususnya dalam isu lingkungan yaitu PT. Danone-AQUA. Perusahaan Danone ini adalah salah satu produsen makanan dan minuman terbesar yang berpusat di Prancis. Melalui misi dan komitmen untuk kemajuan bisnis dan sosial, perusahaan Danone memiliki tujuan membangun masa depan yang lebih sehat dari gaya hidup yang sehat, bumi yang sehat dan ekosistem yang sehat. Pada tahun 2017, perusahaan Danone meluncurkan logo dan slogan perusahaan terbarunya, "*One Planet One Health*". Slogan ini merefleksikan visi perusahaan bahwa kesehatan dari masyarakat beserta kesehatan dari planet bumi ini memiliki

keterkaitan. Serta merupakan seruan untuk mengajak seluruh konsumen bertindak dan setiap orang yang memiliki saham di industri pangan untuk bergabung dengan revolusi pangan (*food revolution*) sebagai sebuah gerakan yang bertujuan untuk memelihara kebiasaan makan dan minum yang lebih sehat dan lebih berkelanjutan⁵. Dengan slogan tersebut terpapar bahwa perusahaan ini memiliki *concern* tersendiri mengenai lingkungan mengingat bahwa perusahaannya menggunakan bahan-bahan plastik dengan jumlah besar. Berangkat dari masalah tersebut Perusahaan Danone-AQUA kemudian mengeluarkan program-program *go-green* baik di Indonesia maupun di berbagai negara lain. Salah satu program yang dilakukan yaitu program #BijakBerplastik yang memiliki misi atau tujuan yang sama dengan pemerintah dengan satu tujuan yaitu mengurangi sampah plastik.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk melihat bagaimana peran MNC dalam penelitian ini adalah PT. Danone-AQUA untuk ikut terlibat membantu pemerintah dalam mengatasi sampah-sampah plastik yang dihasilkan dari produk-produknya di Kepulauan Seribu dan ikut bertanggung jawab juga terhadap lingkungan.

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Deskripsi Masalah

Kerusakan lingkungan saat ini semakin diperparah akibat aktivitas manusia yang sehari-harinya masih menggunakan plastik. Seperti plastik untuk belanja, kemasan makanan dan minuman, dan lainnya. Banyaknya volume plastik yang digunakan, mempunyai dampak yang luar biasa untuk bumi. Plastik sendiri sangat

⁵ “Danone Group”, AQUA, diakses pada tanggal 10 Februari 2019, <https://aqua.co.id/danone-group>

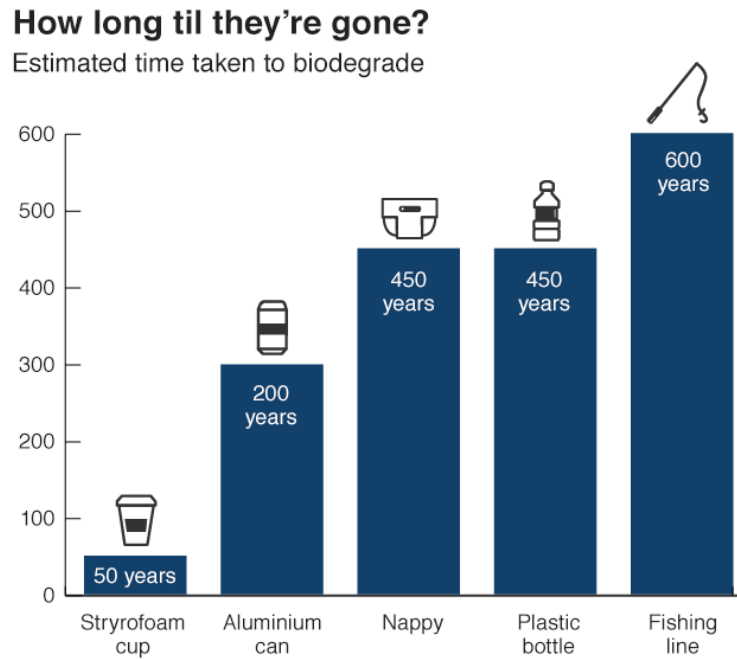
sulit untuk diuraikan maka dari itu seringkali laut yang menjadi tempat akhir untuk pembuangan sampah-sampah plastik. Sehingga menyebabkan banyak makhluk hidup laut beserta ekosistemnya menjadi terganggu. Terutama untuk hewan seperti ikan, burung laut, penyu, dan berbagai mamalia laut lainnya dapat terjatuh dan menelan puing-puing sampah plastik sehingga menyebabkan mati, kelaparan, dan tenggelam pada akhirnya. Menurut PBB setidaknya terdapat 800 makhluk hidup laut terutama hewan yang terkontaminasi oleh sampah laut dan 80% dari sampah tersebut adalah sampah plastik. Sedangkan plastik sendiri diperkirakan memakan waktu cukup lama sampai bertahun-tahun untuk terurai sepenuhnya. Memang beberapa plastik dapat terurai lebih cepat menjadi partikel-partikel yang lebih kecil. Akan tetapi partikel-partikel kecil plastik tersebut dapat lebih berbahaya karena lebih mudah untuk masuk ke dalam tubuh hewan-hewan tersebut dan pada akhirnya dapat dikonsumsi oleh manusia yang secara tidak langsung dapat membahayakan kesehatan masyarakat.⁶

Terdapat grafik yang bersumber dari BBC yang membuktikan bahwa dibutuhkan waktu yang sangat lama untuk mengurai sampah plastik dibandingkan sampah-sampah lainnya. *Styrofoam Cup* membutuhkan waktu 50 tahun; kaleng aluminium kemasan minuman membutuhkan waktu 200 tahun; sedangkan 1 botol plastik membutuhkan waktu paling lama dibandingkan kedua barang tersebut, dibutuhkan waktu 450 tahun sampai sampah botol plastik tersebut dapat diurai.⁷

⁶ Simon Reddy, "Plastic Pollution Affects Sea Life Throughout the Ocean", *PEW*, 24 September 2018, diakses pada tanggal 1 April 2020, <https://www.pewtrusts.org/en/research-and-analysis/articles/2018/09/24/plastic-pollution-affects-sea-life-throughout-the-ocean>

⁷ "Seven charts that explain the plastic pollution problem", *BBC*, 10 Desember 2017, diakses pada tanggal 15 Februari 2019, <https://www.bbc.com/news/science-environment-42264788>

Grafik 1.1 Waktu yang Diperlukan untuk Produk Plastik Terurai



Exact time will vary by product type and environmental conditions

Source: NOAA / Woods Hole Sea Grant

BBC

Sumber : "Seven charts that explain the plastic pollution problem", *BBC*,
<https://www.bbc.com/news/science-environment-42264788>

Masyarakat yang mengkonsumsi air mineral kemasan sendiri masih banyak, maka dari itu secara otomatis sampah botol plastik semakin banyak dan akan memakan waktu yang semakin lama untuk terurai karena begitu banyaknya volume plastik yang ada.

Kerusakan lingkungan akibat sampah plastik ini bukan hanya dihadapi oleh negara Indonesia saja melainkan seluruh dunia juga menghadapi tantangan yang sama. Negara Indonesia merupakan penyumbang sampah plastik terbesar kedua setelah Cina di dunia dibandingkan negara-negara lain.⁸ Menurut Kepala Biro Humas Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Djati Witjaksono Hadi; Di Indonesia, khususnya di berbagai kota-kota besar terdapat 15% dari total seluruh

⁸ Ibid.

sampah merupakan sampah plastik dan terus meningkat setiap tahunnya, data tersebut hanya di perkotaan saja belum di daerah-daerah lain.⁹ Dari berbagai sampah-sampah plastik tersebut hanya 10-15% yang didaur ulang, 60-70% ditampung di tempat pembuangan akhir, 15-30% masih belum terkelola, yang pada akhirnya sampah-sampah tersebut dibuang ke sungai, laut, danau, dan pantai. Dengan membuang sampah di berbagai perairan dapat menyebabkan kerusakan lingkungan atau polusi air bahkan dapat mengganggu ekosistem perairan, seperti ditemukannya paus yang terdampar di perairan Wakatobi, Sulawesi Tenggara yang ternyata didalam perutnya ditemukan sampah-sampah plastik yang seberat 5,9 kilogram.¹⁰ Hal ini membuktikan bahwa sampah plastik sulit untuk diaur ulang bahkan dapat mencemari makhluk-makhluk hidup di dalam air. Selain itu, dapat juga menyumbat saluran-saluran air yang pada akhirnya terjadi bencana seperti banjir dan pada akhirnya mengusik kesejahteraan masyarakat sendiri.

Untuk itu diperlukannya kesadaran dari masyarakat dan pemerintah untuk dapat menjaga kelestarian lingkungan dan segera dapat mengatasi masalah sampah plastik yang kian parah. Pemerintah Indonesia sendiri telah menetapkan target baru untuk mengurangi sampah khususnya sampah plastik hingga 30% dan pengelolaan sampah hingga 70% hingga tahun 2025. Tetapi untuk saat ini baru mencapai 2,12%.¹¹ Selain itu pemerintah sendiri melibatkan 16 kementerian dan lembaga untuk menyusun rencana aksi pengelolaan sampah dengan 4 program. Namun,

⁹ Mela Arnani, "Sampah dan Plastik Jadi Ancaman, Seperti Apa Kebijakan Pemerintah?", 22 November 2018, diakses pada tanggal 15 Februari 2019,

<https://nasional.kompas.com/read/2018/11/22/15323351/sampah-dan-plastik-jadi-ancaman-seperti-apa-kebijakan-pemerintah>

¹⁰ *ibid*

¹¹ Nabilla Tashandra, *op.cit*

akibat geografis Indonesia yang berpulau menjadi hambatan tersendiri bagi pemerintah¹². Karena angka yang terlampaui jauh dari target, pemerintah membutuhkan bantuan-bantuan dari aktor-aktor pada sektor lain agar dapat mencapai target dan dapat menjangkau ke berbagai daerah agar edukasi mengenai pengelolaan dan pembuangan sampah plastik tersebar ke seluruh daerah di Indonesia sehingga kesadaran masyarakat terhadap lingkungan dapat meningkat.

PT. Danone-AQUA sendiri merupakan perusahaan yang memproduksi makanan dan minuman yang tentunya memakai plastik sebagai bungkus kemasannya, terutama untuk produk minuman air mineral botol maupun gelas. Tentunya sebagai salah satu produsen air mineral yang menggunakan banyak bahan plastik untuk kemasannya, perusahaan memikirkan juga lingkungan yang akan tercemari dari kemasan yang ia produksi. Untuk itu, perusahaan ikut ambil andil dalam mendukung gerakan pemerintah dalam membantu mengurangi sampah-sampah plastik.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Penulis memilih memfokuskan penelitian pada salah satu program CSR yaitu Bijak Berplastik yang dikeluarkan oleh PT. Danone-AQUA. Mengingat PT. Danone-AQUA merupakan salah satu perusahaan besar bahkan dapat dikatakan sangat dikenal oleh masyarakat luas di Indonesia; khususnya bergerak dalam bidang air mineral kemasan. Selain mempedulikan masyarakat dan lingkungan, perusahaan juga mencoba untuk memberikan citra yang baik terhadap konsumen salah satunya melalui program-program CSR.

¹² Ibid.

Kepulauan Seribu menjadi salah satu tujuan tempat yang dipilih dari CSR Bijak Berplastik dan menjadi pembahasan bagi penelitian ini. Seperti yang diketahui Kepulauan Seribu menjadi salah satu destinasi wisata *snorkeling* yang langsung berhubungan dengan laut, dan sangat penting untuk menjaga kelestarian lingkungan beserta alam bawah lautnya. Pembatasan waktu yang diteliti oleh penulis pada 2018, karena pada tahun ini PT.Danone-AQUA memulai untuk membentuk dan melaksanakan CSR Bijak Berplastik ini. Danone-AQUA menjalankan program CSR ini sebagai salah satu misi yang dilakukan untuk mencapai visi perusahaan. Dengan mengumpulkan botol-botol plastik, perusahaan akan semakin terdorong untuk memanfaatkan teknologi-teknologi agar perusahaan dapat secara penuh memakai botol AMK dengan bahan 100% daur ulang. Meskipun Danone-AQUA sendiri masih menghasilkan plastik tapi perusahaan tidak semena-mena nya saja melainkan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan juga lingkungan yang mungkin terkena dampak akibat aktivitas operasional dari perusahaan Danone-AQUA yang mungkin saja merugikan atau mengganggu masyarakat.

1.2.3 Perumusan Masalah

Dengan dikeluarkannya program “Bijak Berplastik”, yang bertujuan membantu pemerintah untuk menanggulangi masalah sampah plastik oleh PT. Danone-AQUA, penulis melihat dan mengamati dengan pertanyaan riset sebagai berikut: Bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* : Bijak Berplastik di Kepulauan Seribu Tahun 2018?

1.3 Tujuan & Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini disusun untuk menggambarkan bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* Bijak Berplastik PT. Danone-AQUA di Kepulauan Seribu pada tahun 2018 sesuai dengan dari teori-teori dan pemikiran khususnya teori CSR dan pluralisme.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap dari penelitian ini, dapat memberikan manfaat bagi pembaca akademis maupun non-akademis serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi penulis selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi lengkap mengenai teori-teori CSR dan membantu memberikan penggambaran mengenai implementasi CSR yang ideal dari sebuah perusahaan. Selain itu, penulis berharap penelitian ini dapat menjadi evaluasi dan masukan bagi PT. Danone-AQUA untuk menjalankan program-program CSR seterusnya.

1.4 Kajian Literatur dan Kerangka Pemikiran

1.4.1 Kajian Literatur

Dalam meneliti penelitian ini, penulis telah melakukan pengkajian pada beberapa literatur yang mempunyai pembahasan yang serupa. Hal ini dilakukan untuk lebih mengetahui peran MNC lewat CSRnya sehingga dapat mewujudkan kesejahteraan dan keberlangsungan hidup masyarakat dan lingkungannya.

Jurnal pertama yang ditinjau oleh penulis berjudul *Corporate Social Responsibility: Dari Etika Bisnis Menuju Implementasi Good Corporate Governance* oleh Kharis Raharjo; yang merupakan dosen jurusan akuntansi

fakultas ekonomi Universitas Pandanaran mengatakan bahwa pentingnya untuk melakukan CSR dengan tujuan untuk membangun image perusahaan yang baik dimata masyarakat baik yang berada dalam lingkungan perusahaan maupun masyarakat luas. Kegiatan-kegiatan CSR ini perlu memakan biaya, biaya yang dikeluarkan tersebut adalah termasuk investasi jangka panjang untuk perusahaan itu sendiri. Pada dasarnya CSR diderivikasi dari etika bisnis. Dimana disini, para pelaku bisnis dituntut untuk lebih peduli dengan masyarakat.¹³

Jurnal kedua yang ditinjau oleh penulis berasal dari jurnal yang berjudul *Corporate Social Responsibility: Mapping Its Social Meaning* oleh Ana Patricia D, Carla Mouro, dan Jose Goncalves das Neves yang membahas mengenai konsep CSR secara sosial. CSR digambarkan sebagai upaya kepedulian dari perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Hal tersebut dikonseptualkan oleh penulis sebagai integrasi tanggung jawab perusahaan yang berada di luar kegiatan bisnisnya serta berada pada tingkat yang lebih makro (sosial dan lingkungan). Dalam menjalankan CSRnya untuk tujuan sosial tersebut, perusahaan juga wajib untuk memenuhi hukum yang berlaku pada negara tujuan. Upaya dari CSR juga secara otomatis akan membantu untuk membangun hubungan yang kuat dengan pembeli atau pelanmnggan sebagai pemangku kepentingan. Karena terdapat beberapa orang yang tidak hanya menilai perusahaan hanya dalam kualitas barang dan jasa yang ditawarkan saja namun dari perbuatan-perbuatan sosial yang

¹³ Kharis Raharjo, "Corporate Social Responsibility: Dari Etika Bisnis Menuju Implementasi Good Corporate Governance", <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/dinsain/article/viewFile/144/141>, di akses pada tanggal 14 Februari 2019

dilakukan perusahaan juga.¹⁴ Selain itu, jurnal ini membahas juga bagaimana perusahaan yang telah bertanggung jawab secara sosial (lingkungan dan masyarakat) harus dapat menunjukkannya terlebih dahulu melalui sumber daya manusia atau para pekerja pada perusahaannya sendiri. Selain konsumen masih banyak aktor-aktor atau pemangku kepentingan lainnya yang bekerjasama dengan perusahaan untuk melakukan suatu CSR. Maka dari itu pemahaman mengenai CSR antar pemangku kepentingan harus selaras, biasanya pemahaman yang dipakai adalah yang umum yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.¹⁵

Jurnal terakhir yang ditinjau oleh penulis berasal dari jurnal yang berjudul *From Surface to Deep Corporate Social Responsibility, The Malaysian No Plastic Bags Campaign As Both Social and Organizational Learning* yang ditulis oleh Cameron Richards dan Irina Safitri Zen. Dalam jurnal ini dibahas mengenai bagaimana kampanye "*no plastic bags*" di Malaysia yang memberikan contoh sebagai bentuk *go green*. Hal ini dilakukan sebagai langkah awal untuk memberikan proses pembelajaran sosial yang diharapkan dapat menghasilkan perubahan perilaku yang berkelanjutan. Kampanye ini dilatarbelakangi oleh kebiasaan masyarakat saat ini yang suka boros dan sudah terlalu nyaman dengan memakai kantong plastik yang kemudian memicu salah satu tantangan lingkungan global. Maka dari itu, diharapkannya adanya kerjasama dari pemerintah, bisnis dan

¹⁴ Ana Patricia Duarte, Carla Mouro, Jose G.d.N, "Corporate social responsibility: mapping its social meaning", *The Journal of Iberoamerican Academy of Management* 8, no.2 (2010) : 115-118, diakses pada tanggal 19 Mei 2020,

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/1536-541011066461/full/pdf?title=corporate-social-responsibility-mapping-its-social-meaning>

¹⁵ Ibid.

komunitas-komunitas (seperti organisasi-organisasi dalam hal ini organisasi lingkungan) untuk dapat sama-sama berkontribusi untuk mengubah perilaku dan gaya hidup masyarakat. Jurnal ini juga mengatakan bahwa kesadaran publik dan kampanye pendidikan merupakan hal yang akan diterima oleh masyarakat jika disampaikan dengan baik. Dalam hal ini, aspek CSR sangat penting karena dapat membantu masyarakat juga sekaligus sebagai kampanye secara tidak langsung kepada masyarakat agar lebih memerhatikan lingkungan. Dalam jurnal ini dikhususkan yaitu masalah penggunaan kantong plastik dan meningkatkan kesadaran publik akan pentingnya gaya hidup yang lebih *go-green*. Selain itu jurnal ini juga menggambarkan bahwa aktor negara yaitu Malaysia telah bekerjasama dengan aktor non negara seperti pelaku bisnis atau MNC yang ikut serta berpartisipasi namun perlu dari sekedar berpartisipasi yaitu dengan mengambil langsung tindakan dapat berupa CSR sebagai upaya kerjasama sekaligus bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat.¹⁶

CSR sebenarnya perlu dilakukan oleh perusahaan atau para pelaku bisnis. Dari kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan menghasilkan *image* yang baik di mata masyarakat luas sehingga perusahaan dapat menarik perhatian dari masyarakat untuk menjadi konsumen tetap atau tertarik akan perusahaannya sehingga semakin mudah perusahaan untuk menguasai pasar serta mendapatkan profit. Selain itu perusahaan juga akan semakin banyak mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan secara tidak langsung menjadi salah satu aktor yang

¹⁶ Cameron Richards dan Irina Safitri Zen, "From Surface to Deep Corporate Social Responsibility The Malaysian No Plastic Bags Campaign as Both Social and Organizational Learning", *Journal of Global Responsibility* 275-285, diakses pada tanggal 14 Februari 2019, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JGR-04-2016-0010/full/html>

berpengaruh di masyarakat selain pemerintah. Saat ini, dalam menanamkan sesuatu hal pada masyarakat tidak bisa hanya pemerintah saja yang terlibat, diperlukannya aktor-aktor lain seperti pelaku-pelaku bisnis, perusahaan dan komunitas atau organisasi-organisasi untuk sama-sama bekerjasama agar dapat mengubah pemikiran masyarakat terhadap suatu masalah dalam penelitian ini khususnya dalam masalah sampah-sampah plastik yang sudah menjadi kebiasaan bagi masyarakat untuk menggunakan plastik dalam kesehariannya. Disamping dari keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan sebagai dampak dari CSR seperti profit, ternyata dapat menjadi suatu manfaat tersendiri bagi masyarakat dan tentu saja hal ini dapat membantu pemerintah dalam melaksanakan kewajibannya yaitu untuk membuat masyarakat yang lebih sejahtera.

1.4.2 Kerangka Pemikiran

Dalam memahami mengenai pengimplementasian CSR PT. Danone-AQUA melalui program Bijak Berplastik, penulis akan menggunakan beberapa teori dan pemikiran yang ada pada Hubungan Internasional maupun teori dan pemikiran pada aspek ekonomi.

Berdasarkan pemikiran kaum pluralisme, terdapat 4 asumsi dasar terkait hubungan internasional yaitu :

- 1) Aktor negara bukanlah satu-satunya yang paling penting melainkan mulai muncul aktor lain seperti aktor non-negara (*non state actor*) yang menjadi penting juga untuk dibahas. Hal ini dapat terjadi dikarenakan meluasnya isu-isu yang terjadi dalam dunia Hubungan Internasional.

- 2) Individu, kelompok kepentingan dan lembaga-lembaga merupakan salah satu entitas yang membuktikan bahwa negara bukanlah lagi aktor tunggal yang dapat berperan dalam Hubungan Internasional.
- 3) Negara bukanlah aktor yang rasional. Karena negara sendiri memiliki kepentingan dan kebutuhannya sendiri dalam pengambilan keputusan. Keputusan tersebut juga dihasilkan dengan melalui proses kompromi terlebih dahulu sehingga keputusan tersebut belum tentu bersifat rasional.
- 4) Agenda politik internasional telah berubah, berkembang dan meluas. Hal ini berarti tidak hanya aspek politik yang dibahas dan yang menjadi satu-satunya fokus dalam hubungan internasional melainkan terdapat isu-isu baru yang muncul termasuk aktor-aktor baru juga didalamnya seperti ekonomi dan lingkungan yang saat ini mungkin lebih sering dibahas dibandingkan isu-isu politik.¹⁷

Dari 4 asumsi kaum pluralisme tersebut, penulis melihat bahwa MNC (*Multi National Corporation*) termasuk dalam *non-state actors* (aktor non-negara) yang memiliki peran penting selain sebuah negara dalam hubungan dan dunia internasional serta menjadi penting untuk dibahas. Karena MNC memiliki peran tersendiri dan penting untuk dibahas, maka terlebih dahulu harus diketahui apa definisi dari MNC itu sendiri. Secara umum, MNC merupakan sektor privat secara keseluruhan atau sebagian yang merupakan cabang atau dapat dikatakan anak

¹⁷ Paul R. Viotti dan Mark V. Kauppi, *International Relations Theory* (United States : Pearson Education, Inc, 2012) 192-193.

perusahaan di negara-negara berkembang. Banyak MNC-MNC besar yang biasanya mempunyai banyak cabang.¹⁸ Sedangkan menurut Colman dan Nixon, MNC memiliki definisi sebagai unit-unit usaha yang memiliki atau mengontrol aset-aset seperti pabrik, pertambangan, perkebunan, *outlet*, perkantoran atau lainnya yang terdapat di dua atau lebih negara. MNC juga dapat dikategorikan sebagai bagian dari perdagangan internasional, hal ini dikarenakan dalam MNC terdapat pendistribusian jasa dan barang yang melewati lintas batas negara, namun masih berada dalam satu perusahaan; yang mengirimkan barang atau jasa tersebut dari perusahaan pusat ke perusahaan asing yang berada di negara lain atau yang berafiliasi.¹⁹ Melalui perkembangan zaman dan perubahan fokus pada hubungan internasional, MNC kemudian memiliki peran yang cukup penting. Hal ini dikarenakan dengan membuka cabang perusahaannya di negara lain secara tidak langsung dapat menyebarkan pengaruhnya ke negara lain sehingga MNC termasuk pada salah satu aktor non-negara.

Jika menurut Bob Sugeng Hadiwinata, munculnya MNC didorong oleh beberapa faktor seperti upaya untuk mencari *profit* atau keuntungan. Selain itu karena ada kesadaran yang dikemas dalam konsep *Product Cycle Life* (daur hidup produk), dimana perusahaan harus terus menerus mencari pasar baru seperti ke luar negeri serta memanfaatkan kemajuan teknologi seperti perkembangan teknologi transportasi dan komunikasi. Karena dengan teknologi transportasi yang canggih

¹⁸ "Multinational Corporation & Foreign Direct Investment", hal 1, <https://www.usi.edu/business/cashel/241/text%20files/mnc.pdf>, diakses pada tanggal 14 Februari 2019

¹⁹ David Colman dan Fredrick Nixon, *Economics of Change in Less Developed Countries* (London : Harvester Wheatsheaf, 1994), 34.

pengiriman barang atau bahan baku dapat lebih cepat dari perusahaan pusat ke cabang perusahaannya yang berada di luar negeri. Sedangkan untuk teknologi komunikasi perlu dimanfaatkan karena dapat berfungsi sebagai kemudahan untuk berkomunikasi antar negara dan dapat mengontrol anak perusahaannya dengan baik.²⁰

Berkembangnya dan masuknya banyak perusahaan-perusahaan asing atau MNC seperti di Indonesia pada awalnya pasti menyebabkan adanya pro dan kontra. Tidak semua hal-hal yang baru langsung diterima oleh masyarakat lokal bahkan pemerintahannya sendiri. Masih terdapat banyak pemikiran-pemikiran bahwa MNC membawa pengaruh yang buruk terutama pada lingkungan. Namun ternyata *image* atau gambaran dari suatu perusahaan dapat menjadi lebih baik jika perusahaan tersebut menggunakan CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR sendiri menurut *United Nations Industrial Development Organizations* memiliki definisi konsep manajemen dimana perusahaan mengintegrasikan masalah mengenai lingkungan dan sosial dalam operasi bisnis mereka dan interaksi dengan berbagai *stakeholders* atau pemangku kepentingan. Masalah utama yang harus dihadapi CSR yaitu manajemen lingkungan, efisiensi lingkungan, pengadaan sumber daya, pelibatan *stakeholders* standar ketenagakerjaan dan kondisi kerja, hubungan karyawan dan masyarakat, keadilan sosial, kesetaraan gender, hak asasi manusia, dan lain-lain. Tetapi jika dijalankan dengan baik CSR dapat memberikan beberapa keuntungan seperti meningkatnya akses ke pasar, adanya peningkatan

²⁰ Bob Sugeng Hadiwinata, *Investasi Asing dan Perusahaan Multinasional*, Politik Bisnis Internasional (Yogyakarta : Penerbit Kanisius, 2002) 17.

penjualan dan mendapatkan keuntungan lebih, meningkatnya citra perusahaan dan reputasi merek tersebut di masyarakat, meningkatnya konsumen yang kemudian dapat menjadi pelanggan yang loyal, dan keuntungan-keuntungan lainnya.²¹ Menurut *EU Commission 2002 347 final* : 5, CSR memiliki tiga aktivitas yang menjadi fokus utamanya yaitu keberlanjutan, akuntabilitas, dan transparansi. Masalah lingkungan dan sosial menjadi salah satu fokus utama dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan apapun yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi keadaan lingkungan sekitar.²²

Sedangkan menurut Davis dan Blomstrom sebuah CSR dilakukan oleh sebuah perusahaan sendiri tentu saja untuk mendapatkan *profit* lebih. Tetapi Davis dan Blomstrom lebih memfokuskan bahwa dalam kegiatan CSR, sebuah perusahaan wajib untuk melindungi (*to protect*) serta meningkatkan (*to improve*) kesejahteraan masyarakat. Sambil tetap fokus pada tujuan utama pelaku bisnis yaitu keuntungan, perusahaan harus tetap melindungi kesejahteraan masyarakat yang mungkin ikut terganggu akibat aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan tersebut (*to protect*). Lebih baik lagi jika perusahaan bukan saja melindungi tetapi melalui program CSR perusahaan tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat juga.²³

²¹ "What is CSR?", United Nations Industrial Development Organization, <https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr> diakses pada tanggal 16 Februari 2019

²² David Crowther, Guler Aras. "Corporate Social Responsibility". 2008 : 12-13 <https://www.kantakji.com/media/3473/z126.pdf>, 12-13, diakses pada tanggal 22 Februari 2019

²³ Malgorzata Misiak, "Corporate Social Responsibility", *Business and The Environment* (2016):35, diakses pada tanggal 20 april 2020, http://dspace.uni.lodz.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/11089/18381/3-035_055-Misiak%20II.pdf;jsessionid=92190173F566E646BDB07BBBD6E5F02D?sequence=1

Sebuah program CSR yang biasa dilakukan oleh sebuah perusahaan juga memiliki standarisasi tersendiri dengan skala internasional; bernama ISO 26000 yang dikeluarkan oleh ISO (*International Organization for Standardization*). Standarisasi tersebut dibentuk bagi organisasi atau perusahaan dari semua jenis dan bidang, dengan tujuan untuk membantu mereka dalam mengoperasionalkan “tanggung jawab”nya secara sosial. Selain itu, sejumlah besar perusahaan juga menjadikan ISO 26000 ini menjadi sebuah kerangka kerja dan patokan dalam menyusun strategi, mengelola kinerja dan pembangunan berkelanjutan agar program CSR yang mereka lakukan dapat berjalan secara efektif.²⁴ Dengan mengimplementasi standar kinerja *social responsibility* ISO 26000 ini dapat mempengaruhi hal-hal seperti²⁵ :

- 1.) Reputasi perusahaan di hadapan masyarakat.
- 2.) Keunggulan kompetitif dibanding perusahaan atau organisasi lain
- 3.) Kemampuan untuk menarik dan mempertahankan klien, konsumen, atau pengguna.
- 4.) Dapat mengubah persepsi aktor eksternal seperti investor, donor, sponsor, dan lainnya.

²⁴ “ISO 26000 and the International Integrated Reporting Framework briefing”, *ISO*, (2015): 2-4, diakses pada tanggal 21 Juni 2020,

<https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100402.pdf>

²⁵ “Discovering ISO 26000”, *ISO* (2018) : 6, diakses pada tanggal 21 Juni 2020,

<https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100258.pdf>

5.) Hubungan dengan beberapa aktor seperti perusahaan lain, media, pemerintah, pemasok, konsumen, dan lainnya (dapat terjalin lebih erat atau sebaliknya).

Standar ISO 26000 ini juga mendorong setiap pelaku program CSR untuk mematuhi hukum dan peraturan yang ada di negara tersebut dan merupakan bagian terpenting dari program CSR mereka. Selain itu setiap pelaku juga harus mempertimbangkan keanekaragaman sosial, lingkungan, budaya, serta perbedaan kondisi ekonomi dan norma-norma perilaku internasional.²⁶ Terdapat 7 inti *social responsibility* yang didefinisikan dalam standar ISO 26000 : *Organizational Governance, Human Rights* (hak kemanusiaan), *Labor Practices* (peduli dengan pekerja termasuk kesehatan dan keadaan lingkungan kerja), *The Environment* (tanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan yang mungkin dirugikan akibat aktivitas bisnis perusahaan), *Fair Operating Practices* (mengoperasionalkan perusahaan atau organisasi dengan adil), *Consumer Issues* (peduli tean kosumen rhadap sehat dan jujur terhadap konsumen melalui produk yang mereka jual seperti memberikan informasi yang lengkap) , dan *Community Involvement and Development* (Turut berpartisipasi dalam pembangunan / *development* seperti mendukung dalam hal pendidikan, budaya, kesehatan, dan lainnya).
Tergambar seperti²⁷:

²⁶ Ibid, 7.

²⁷ Ibid, 9.

Gambar 1.1 Poin Penting Dalam Tanggung Jawab Sosial ISO 26000

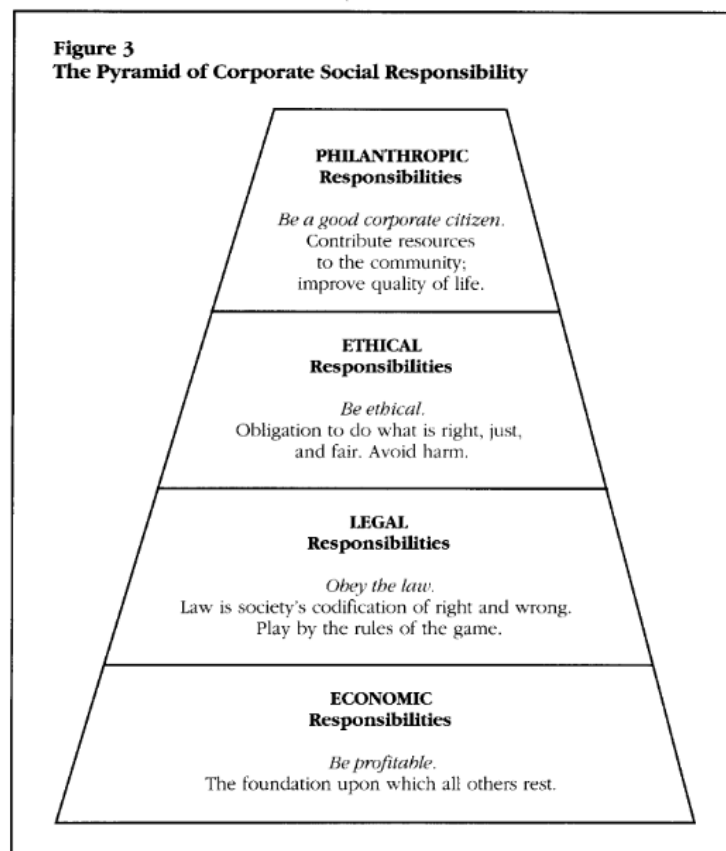


Sumber : Discovering 26000, ISO
<https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100258.pdf>

Sebuah CSR yang baik memiliki 4 prinsip atau tanggung jawab yang harus dilakukan oleh perusahaan menurut Archie B. Carroll. Prinsip pertama yaitu (1) *Philanthropic Responsibility*, prinsip ini menekankan mengenai perusahaan melakukan suatu kegiatan yang melibatkan masyarakat dan bersifat sukarela. (2) *Ethical Responsibility*, prinsip kedua ini berbicara mengenai perusahaan melakukan bisnisnya secara adil dan berdasarkan norma-norma yang berlaku pada masyarakat (3) *Legal Responsibility*, dimana dalam prinsip ini dijelaskan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dilakukan secara baik-baik dan berdasarkan pada hukum yang berlaku. (4) *Economic Responsibility*, perusahaan beroperasi agar dapat

memaksimalkan keuntungannya atau *profitnya* dan dapat menguasai pasar.²⁸ Jika digambarkan seperti pyramid dibawah:²⁹

Gambar 1.2 Keempat Prinsip dari CSR



Sumber : Archie B. Caroll

Hadirnya MNC di *host country* (negara dimana MNC didirikan atau menanamkan investasinya) tak menutup kemungkinan untuk melakukan kerjasama dengan pemerintah lokalnya maupun dengan aktor lain. Hal tersebut kemudian sesuai dengan pengertian kerjasama menurut PBB yang secara umum didefinisikan sebagai hubungan yang bersifat kolaboratif dan sukarela antara berbagai aktor, baik

²⁸ Ibid. 42

²⁹ Archie B. Carroll, "The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizon* : 40-42

aktor negara dan non-negara untuk mencapai suatu tujuan bersama.³⁰ Salah satu pendorong utama untuk melakukan kerjasama adalah semakin kompleksnya masalah-masalah sosial dan lingkungan sehingga cukup sulit untuk ditangani sendiri oleh aktor utama negara.³¹ Pemikiran dari Waddock tersebut kemudian mengembangkan banyak pemikiran yang pada akhirnya membentuk sebuah konsep atau teori bernama *Cross-Sector Partnership* (CSP) atau kemitraan lintas-sektor. Menurut Andreas Tamutzer dan Jonas Schafer dan Bradley Googins dan Steven Rochlin, CSP merupakan komitmen antara dan di antara public atau pemerintah, swasta atau pelaku bisnis seperti MNC, dan NGO; di mana setiap sektor melakukan kontribusi dan menyetujui untuk bekerjasama secara kooperatif untuk mencapai tujuan pembangunan bersama, mirip seperti yang didefinisikan oleh PBB.³²

Terdapat 4 arena CSP dapat dilakukan dan biasanya kerjasama lintas sektor ini berbasis proyek³³:

1) *Business-Non-Profit*

Area pertama yaitu kerjasama antara pelaku bisnis dengan NGO atau LSM. Pelaku bisnis biasanya memiliki prioritas utama untuk mencari

³⁰ "Enhanced cooperation between the United Nations and all relevant partners, in particular the private sector", *United Nations General Assembly* 58, no. 227 (2003), hlm 64, diakses pada tanggal 20 April 2020, <https://digitallibrary.un.org/record/501843?ln=en>

³¹ Sandra A. Waddock, "Understanding social partnerships". *Administration & Society*, (1989).21 no.(1), 78–100.

³² Shannon Kindornay, Stephanie Tissot, dan Nabeel Sheiban, "The Value of Cross-Sector Development Partnerships", *The North South Institute*, (2014) : 4, diakses pada tanggal 18 April 2020, <http://www.nsi-ins.ca/wp-content/uploads/2014/01/The-Value-of-Cross-Sector-Development-Partnerships.pdf>

³³ John W. Selsky dan Barbara Parker, "Cross-Sector Partnerships to Address Social Issues: Challenges to Theory and Practice", *Journal of Management*, Vol.31 no.6 (2005) : 851-865 diakses pada tanggal 19 April 2020, https://pdfs.semanticscholar.org/f287/d2d739ecd4ee7ac8c41fc0d8325a26360ef1.pdf?_ga=2.56063663.549862390.1589301296-1778902065.1589301296

profit atau keuntungan sedangkan NGO memiliki prioritas yang berbeda biasanya untuk memberdayakan masyarakat dan bersifat *non profit*, tidak sama sekali mengambil keuntungan. Namun meskipun berbeda kedua aktor tersebut merasa perlu untuk bekerjasama khususnya dalam mencapai tujuannya yang sama yaitu mensejahterakan masyarakat dan lingkungan, pelaku bisnis dapat melakukannya melalui CSR (*Corporate Social Responsibility*) Biasanya kerjasama yang dijalani lebih menguntungkan pelaku bisnis karena mereka dapat memperoleh citra dan nama yang baik di masyarakat. Tetapi di sisi lain NGO juga mendapatkan suntikan dana dari pelaku bisnis yang terlibat.

2) *Business-government*

Kerjasama antara pemerintah lokal dengan pelaku bisnis sering dilakukan dengan tujuan dapat mencapai pembangunan atau *development* dengan suatu tujuan yang sama yaitu mencapai suatu *goals* yang sama biasanya terkait dengan masalah-masalah sosial ; pemerintah mencapai tujuannya dan mendapat bantuan dari pelaku bisnis sedangkan pelaku bisnis mendapatkan citra yang baik dari pemerintah dan masyarakat (*win-win solution*).

3) *Government-Non-Profit* (NGO)

Terdapat keterbatasan-keterbatasan dalam NGO melakukan kegiatannya sendiri untuk itu tidak menutup kemungkinan untuk NGO bekerjasama dengan pemerintah sebagai suatu instrument pencapaian masing-masing tujuan yang mau dicapai.

4) *Trisector*

Meningkatnya masalah sosial yang semakin kompleks membuat berbagai sektor seperti pemerintah, NGO dan pelaku bisnis untuk bersama-sama berkontribusi dengan bekerjasama dalam mengatasi masalah-masalah sosial yang ada. Kerjasama *trisector* ini dapat memiliki hasil yang beragam tergantung bagaimana setiap sektor menyikapi masalah yang sedang dihadapi; jika salah satu sektor lebih fokus terhadap kepentingannya sendiri maka akan mengaburkan fokus dan tujuan awal bekerjasama.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kualitatif. Metode kualitatif sendiri merupakan proses penelitian dengan memahami permasalahan sosial maupun politik dan berdasarkan pada hal yang kompleks serta sangat bergantung pada informasi dari objek atau partisipan pada ruang lingkup yang luas, pertanyaan yang bersifat umum kemudian yang pengumpulan datanya sebagian besar terdiri dari kata-kata dari objek atau partisipan tersebut dan melakukan analisis secara subjektif.³⁴ Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa bentuk seperti *Ethnographies, Grounded Theory, Case Studies, Phenomenological Research* dan *narrative research*. Dari sekian bentuk

³⁴ John W. Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (United States of America : Sage Publications, 2003), 18.

penelitian tersebut, dalam penelitian ini penulis akan menggunakan penelitian *case studies* atau studi kasus.³⁵

Dalam penelitian ini penulis akan memberikan analisis deskriptif dengan berfokus terhadap sebuah kasus tertentu untuk diamati sehingga memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Oleh karena itu, dalam memahami CSR sebuah MNC yang baik penulis akan memfokuskan pada implementasi program CSR Bijak Berplastik PT. Danone-AQUA yang dilaksanakan di Kepulauan Seribu.

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam meneliti penelitian ini penulis akan mengambil data dengan sumber data primer dan sekunder. Penulis akan melakukan wawancara secara langsung kepada salah satu pegawai (Putra dan Miracle) dari PT. Danone-AQUA sebagai data primer dan observasi lapangan secara langsung ke Kepulauan Seribu dan beberapa pihak yang terlibat dalam implementasi CSR Bijak Berplastik untuk mendapatkan sumber data yang lebih akurat (Ibu Karni, Ibu Desi, Bapak Obay dan Bapak Kahar).

Sedangkan untuk data sekunder, penulis akan mengambil data-data berasal dari *website* dan laporan PT. Danone-AQUA terkait dan mendukung penelitian ini. Semua data primer maupun sekunder akan penulis analisa kembali dengan memakai teknik Triangulasi Data. Teknik Triangulasi data akan digunakan untuk membandingkan seluruh sumber data sehingga dapat terbukti kebenarannya dan dapat menarik sebuah kesimpulan dari seluruh data tersebut.³⁶

³⁵ Ibid. 14-15

³⁶ Lexy, J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 330.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam pembahasan penelitian ini akan terbagi menjadi 4 bagian. Bab 1 sebagai pendahuluan akan berisi mengenai latar belakang masalah mengenai permasalahan yang akan dibahas lebih lanjut di dalam penelitian, teori dan konsep yang menjadi patokan penulis dalam menyusun penelitian ini, tujuan dan manfaat penelitian ini serta metode penelitian yang akan digunakan untuk menganalisis dan menyusun penelitian ini.

Pada Bab 2 akan membahas mengenai *profile* dari perusahaan Danone-AQUA. Dimulai dari sejarah awal dibentuknya perusahaan Danone sampai dapat berdiri di Indonesia dengan *brand* AQUA. Lalu dilanjutkan dengan visi dan misi perusahaan, produk-produk yang ditawarkan perusahaan dan program-program CSR apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan melalui AQUA Lestari, sebagai salah satu cara perusahaan untuk membantu mensejahterakan masyarakat.

Pada Bab 3 penulis akan lebih membahas mengenai masalah sampah-sampah terutama sampah plastik yang menjadi permasalahan tersendiri untuk dunia global maupun negara Indonesia sendiri dan upaya-upaya yang telah dilakukan pemerintah Indonesia. Selain itu akan dibahas juga mengenai masalah sampah yang terdapat di kepulauan seribu dan program CSR Bijak Berplastik yang dilakukan beserta analisis.

Terakhir pada Bab 4 sebagai penutup penulis akan memberikan kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

