



**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 CSR PT. Mondelez International dalam**  
**Program "Cocoa Life" terhadap Pemberdayaan Petani**  
**Kakao di Sulawesi Selatan (2015-2018)**

Skripsi

Oleh

Karina Halim

6091801094

Bandung

2021



**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 CSR PT. Mondelez International dalam  
Program "Cocoa Life" terhadap Pemberdayaan Petani  
Kakao di Sulawesi Selatan (2015-2018)**

Skripsi

Oleh

Karina Halim

6091801094

Pembimbing

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

Bandung

2021

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



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Karina Halim  
Nomor Pokok : 6091801094  
Judul : Implementasi CSR PT. Mondelez International dalam Program  
“Cocoa Life” terhadap Pemberdayaan Petani Kakao di Sulawesi  
Selatan (2015-2018)

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Kamis, 6 Januari 2022  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

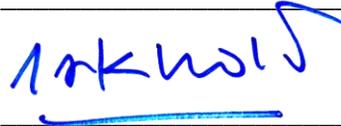
**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. A. Irawan J.H

  
: \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Dr. Aknolt K. Pakpahan

  
: \_\_\_\_\_

**Anggota**

Mireille Marcia Karman, M.Litt.

  
: \_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Karina Halim

NPM : 6091801094

Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Implementasi CSR PT. Mondelez International dalam Program "Cocoa Life" terhadap Pemberdayaan Petani Kakao di Sulawesi Selatan (2015-2018)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya 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, 9 Desember 2021



Karina Halim

## Abstrak

Nama : Karina Halim  
NPM : 6091801094  
Judul : Implementasi CSR PT. Mondelez International dalam Program "Cocoa Life" terhadap Pemberdayaan Petani Kakao di Sulawesi Selatan (2015-2018)

---

Penelitian ini membahas tentang implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh Mondelez International yang ditujukan untuk memberdayakan para petani kakao di Sulawesi Selatan. Adapun kakao merupakan salah satu komoditas pertanian Sulawesi Selatan yang memiliki nilai tinggi namun sayangnya hal tersebut belum diimbangi dengan tingkat produktivitas yang tinggi dari para petani sehingga menyebabkan inefisiensi pada sektor kakao. Dalam hal ini, Mondelez International sebagai perusahaan multinasional pun muncul untuk menjawab permasalahan yang ada dengan mengeluarkan program Cocoa Life dan salah satunya menysasar Indonesia yang menjadi penghasil kakao terbesar ketiga di dunia. Maka dari itu, penulis merumuskan pertanyaan penelitian yakni “Bagaimana implementasi CSR PT. Mondelez dalam program "Cocoa Life" untuk memberdayakan petani kakao di Sulawesi Selatan tahun 2015-2018?” Adapun penelitian ini akan menggunakan beberapa teori dan konsep seperti perspektif Pluralisme, Perusahaan Multinasional (MNC), Cost of Production, konsep CSR beserta dengan Piramida CSR dari Archie B. Carroll, Triple Bottom Line (TBL) dari John Elkington, Prinsip Pertanian Berkelanjutan, dan Community Development. Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data sekunder untuk menjabarkan implementasi CSR Mondelez International. Dari penelitian ini didapatkan bahwa CSR “Cocoa Life” yang dijalankan oleh Mondelez International di Sulawesi Selatan berfokus pada 3 aspek yakni memastikan bisnis kakao berkelanjutan, memberdayakan komunitas kakao, menjaga kondisi lingkungan tempat kakao ditanam.

Kata Kunci: Perusahaan Multinational, *Corporate Social Responsibility*, Cocoa Life, Sulawesi Selatan, Pemberdayaan Komunitas.

### *Abstract*

Nama : Karina Halim

NPM : 6091801094

Judul : *The Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) Program "Cocoa Life" by Mondelez International in the Empowerment of Cocoa Farmers in South Sulawesi (2015-2018)*

---

*This research is about the implementation of CSR by Mondelez International, which is aimed at empowering cocoa farmers in South Sulawesi. Cacao is one of the agricultural commodities in South Sulawesi which has a high value but has not been matched by the level of productivity of the farmers, causing inefficiency in the cocoa sector. In order to solve this problem, Mondelez International as a multinational corporation appears to answer this problem by establishing a program called Cocoa Life and one of the targets is Indonesia which is the world's third-largest cocoa producer. Therefore, the writer formulated a research question "How is the Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) Program "Cocoa Life" by Mondelez in Empowering Cocoa Farmers in South Sulawesi (2015-2018)?" This study will consider several concepts and theories such as Pluralism, Multinational Corporation (MNC), Cost of Production, Concept of CSR with Pyramid of CSR by Archie B. Carroll, Triple Bottom Line (TBL) by John Elkington, Sustainable Agriculture and Community Development. The writer also used qualitative methods and secondary data collection methods to explain the implementation of CSR by Mondelez International. As the result, the CSR program "Cocoa Life" in South Sulawesi focused on three aspects, namely ensuring a sustainable cocoa farming business, empowering cocoa communities, protecting the environment where cocoa is grown.*

*Keywords: Multinational Corporation, Corporate Social Responsibility, Cocoa Life, South Sulawesi, Community Development.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan penyertaannya di setiap langkah hidup penulis sehingga penulis kemudian dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Implementasi CSR PT. Mondelez International dalam Program "Cocoa Life" terhadap Pemberdayaan Petani Kakao di Sulawesi Selatan (2015-2018).”** Adapun skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat akhir kelulusan untuk mendapatkan gelar S1 pada bidang studi Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan. Pada kesempatan ini, penulis juga ingin berterimakasih kepada sejumlah pihak yang telah membantu, membimbing, serta memberi masukan sehingga penulis bisa sampai pada tahap ini. Ucapan terimakasih penulis ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dan memberikan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tepat waktu.
2. Bang Tian (Aknolt Kristian Pakpahan) selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan masukan, kritik, saran, dan arahan kepada penulis serta kesabarannya membantu penulis dalam proses penulisan skripsi.
3. Kedua orang tua serta kakak yang selalu setia mendukung, memotivasi, mendoakan, dan selalu sabar menemani penulis dalam keadaan suka maupun duka. Kepada Papi dan Mami yang tidak pernah menyerah dan terus berjuang hingga anak-anaknya bisa lulus kuliah. Terimakasih banyak.
4. Teman seperjuangan diperkuliahan, Bella, Monica, Divya, Mabel, dan Jasmine yang selalu mendukung dan menyemangati sejak kuliah sampai pada tahapan penulisan skripsi ini sehingga kita pun bisa lulus bersama-sama.

5. Teman-teman sekolah, Irene, Janet, Jovan, Cecillia, dan Riesta yang selalu menemani, memberi dukungan, menghibur, dan menjadi tempat keluh kesah sejak jaman sekolah sampai kuliah. Semangat buat skripsinya dan sukses selalu.
6. Ci Cindy Cintyanita, alumni HI Unpar Angkatan 2016 yang selalu memberikan dukungan, masukan serta sejumlah informasi selama penulis mengemban studi di HI Unpar.
7. Kepada pihak-pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu, penulis mengucapkan banyak terimakasih karena telah mendukung penulis hingga pada tahapan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih penuh dengan kekurangan sehingga penulis sangat terbuka terhadap segala kritik ataupun saran yang membangun agar laporan skripsi ini dapat lebih baik lagi kedepannya.

Bandung, 8 Desember 2021

Karina Halim

## DAFTAR ISI

Abstrak .....	i
<i>Abstract</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Grafik.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.2.1 Deskripsi Masalah.....	5
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	9
1.2.3 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Kajian Literatur .....	11
1.5 Kerangka Pemikiran .....	17
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data .....	26
1.6.1 Metode Penelitian.....	26
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	27
1.7 Sistematika Pembahasan .....	27
<b>BAB II PROFIL PERUSAHAAN MONDELEZ INTERNATIONAL.....</b>	<b>29</b>
2.1 Sejarah Perusahaan.....	29
2.1.1 Sejarah Awal Sebelum Terbentuknya Mondelez International .....	30
2.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	36
2.3 Perkembangan Perusahaan .....	39

2.3.1	Kantor Pusat dan Cabang Mondelez International.....	39
2.3.2	Produk Mondelez International.....	41
2.4	Mondelez International dan CSR .....	43
<b>BAB III GAMBARAN SEKTOR KAKAO SULAWESI SELATAN DAN IMPLEMENTASI PROGRAM COCOA LIFE.....</b>		<b>47</b>
3.1	Gambaran Umum Industri Kakao di Indonesia.....	48
3.1.1	Sejarah Perkembangan Kakao.....	48
3.1.2	Luas Wilayah, Tingkat Produksi dan Produktivitas Kakao .....	51
3.1.3	Pusat Penghasil Kakao .....	56
3.1.4	Perkembangan Ekspor dan Impor Kakao.....	57
3.2	Profil Sulawesi Selatan.....	59
3.2.1	Profil Kabupaten Soppeng .....	66
3.3	Sektor Kakao di Sulawesi Selatan.....	67
3.3.1	Perkembangan Sektor Kakao di Sulawesi Selatan.....	67
3.3.2	Hambatan Sektor Kakao di Sulawesi Selatan .....	70
3.4	Upaya Pemerintah Mengatasi Masalah Sektor Kakao di Sulawesi Selatan .	72
3.5	Komitmen Mondelez International dalam Program Cocoa Life .....	75
3.5.1	Mitra Kerja Mondelez International.....	80
3.6	Implementasi Program Cocoa Life di Sulawesi Selatan .....	83
3.6.1	Upaya Menjadikan Bisnis Kakao Berkelanjutan .....	85
3.6.2	Upaya Memberdayakan Komunitas Kakao .....	88
3.6.3	Menjaga Kondisi Lingkungan.....	94
<b>BAB IV KESIMPULAN .....</b>		<b>97</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>101</b>

## Daftar Gambar

Gambar 1. 1 The Pyramid of Corporate Social Responsibility.....	21
Gambar 2. 1 Daftar Negara yang Telah Dijangkau Mondelez International .....	40
Gambar 2. 2 Hasil Pencapaian Program Harmony Wheat.....	45
Gambar 3. 1 Kerangka Keterkaitan Industri Kakao di Indonesia .....	51
Gambar 3. 2 Indikator Kinerja Utama Pada Program Cocoa Life .....	83

### Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Perkembangan Produktivitas Kakao Tahun 2006-2017.....	55
Tabel 3. 2 Kabupaten Sentra Produksi Kakao di Sulawesi Selatan .....	69
Tabel 3. 3 Pelaksanaan Program Cocoa Life di Soppeng, Sulawesi Selatan.....	87
Tabel 3. 4 Pelaksanaan Program Cocoa Life di Soppeng, Sulawesi Selatan .....	94
Tabel 3. 5 Pelaksanaan Program Cocoa Life di Soppeng, Sulawesi Selatan .....	95

## Daftar Grafik

Grafik 3. 1 Perkiraan Luas Areal Perkebunan Kakao Menurut Status Pengusahaannya Tahun 2018 .....	52
Grafik 3. 2 Perkembangan Luas Areal Kakao Berdasarkan Status Pengusahaan Tahun 1980-2017 .....	53
Grafik 3. 3 Perkembangan Produksi Kakao Menurut Status Pengusahaan Tahun 1980-2017.....	54
Grafik 3. 4 Provinsi Sentra Produksi Kakao di Indonesia, Rata-rata Tahun 2014-2018 .....	56
Grafik 3. 5 Perkembangan Volume Ekspor-Import Kakao Indonesia Tahun 2009-2018 .....	58

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring perkembangan zaman, globalisasi telah mempengaruhi hubungan antar negara dalam tatanan global. Globalisasi telah menciptakan suatu tatanan dunia baru yang saling terintegrasi dan terkoneksi satu sama lain dengan melibatkan aspek-aspek penting seperti sosial, ekonomi, politik, dan budaya. Hal ini yang kemudian membuat hubungan antar negara menjadi semakin kompleks karena setiap negara tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya bantuan dari pihak lain terutama di bidang ekonomi. Dalam hal ini, negara pun tidak lagi dipandang sebagai satu-satunya aktor yang memainkan peranan penting dalam hubungan internasional. Adanya kemunculan aktor non negara seperti NGOs, IGOs, MNCs, dan lain sebagainya, telah menciptakan pengaruh serta dampak yang sangat besar dalam perkembangan dunia saat ini. Fenomena globalisasi telah membuat aktor non negara semakin dilihat sebagai agen perubahan di sejumlah kebijakan penting dalam hubungan internasional.<sup>1</sup>

*Multinational Corporations* (MNCs) sebagai salah satu aktor non-negara pun turut memainkan peranan yang sangat penting dalam dunia internasional. Perusahaan multinasional merupakan perusahaan besar yang memiliki banyak

---

<sup>1</sup>Richard Higgott, "Coming to Terms with Globalization: Non State Actors and Agenda for Justice and Governance in the Next Century," *GHC Working Paper* (1999): 14

cabang dan anak perusahaan di berbagai negara serta barang dan jasa yang dihasilkan pun tersebar hampir di seluruh penjuru dunia. Salah satu ukuran pengaruh MNCs adalah sejauh mana sumber daya yang dikendalikan dimana MNCs memiliki fleksibilitas yang sangat besar dalam memindahkan barang, uang, personel, dan teknologi melintasi batas negara, dan fleksibilitas ini meningkatkan daya tawar mereka dengan pemerintah.<sup>2</sup> Oleh karena itu, adanya pengaruh MNCs yang begitu luas membuat MNCs seringkali dapat mempengaruhi arah kebijakan suatu negara.

Pengaruh besar dari MNCs tentunya harus disertai dengan tanggung jawab sosial dari setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Dikarenakan tujuan utama pada setiap perusahaan adalah mengejar profit setinggi-tingginya dengan menguasai pangsa pasar maka mereka pun harus memikirkan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis yang sedang dijalankan. Melalui program CSR, perusahaan pun dituntut untuk memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat maupun lingkungan. Aspek keberlanjutan pun menjadi penekanan penting dalam menjalankan aktivitas bisnis. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat melanjutkan aktivitas bisnis tanpa merugikan masyarakat dan juga lingkungan.

---

<sup>2</sup>Muhittin Ataman, "The Impact of Non-State Actors on World Politics: A Challenge to Nation States," *Alternatives: Turkish Journal of International Relations*, Vol.2, No.1 (2003): 48.

Salah satu perusahaan multinasional yang menjalankan program CSR adalah PT. Mondelez International. PT. Mondelez International merupakan sebuah perusahaan multinasional yang bergerak dibidang produksi makanan dan minuman. Merek produk yang terkenal dari perusahaan ini adalah Cadbury Dairy Milk, Oreo, Kraft, dan lain sebagainya. Dimana sebagian besar produk yang dihasilkan oleh PT. Mondelez berupa olahan keju dan coklat. Sebagai salah satu perusahaan besar dan terkenal di dunia, Mondelez pun terus mengupayakan berbagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan untuk menciptakan dampak positif terhadap dunia.

Lebih lanjut, terdapat salah satu program CSR yang dibentuk oleh PT. Mondelez International pada tahun 2012 bernama Cocoa Life. Cocoa life merupakan program global yang dirancang untuk memastikan keberlanjutan kakao dengan menjadikan pertanian kakao sebagai bisnis pilihan dan membangun komunitas yang dapat berkembang secara mandiri.<sup>3</sup> Bagi PT. Mondelez, kakao merupakan bahan baku yang cukup penting karena sebagian besar produk yang dihasilkan perusahaan ini merupakan coklat. Maka dari itu, Cocoa Life pun mencerminkan bentuk tanggung jawab PT. Mondelez untuk memberdayakan para petani kakao di seluruh dunia khususnya di beberapa negara penghasil

---

<sup>3</sup>Mondelez International, "Five Years of Cocoa Life Empowering Cocoa Farmers in Indonesia," *Press Releases*, Oktober 28, 2019. (Diakses pada 11 April 2021)

kakao/cokelat yang secara spesifik mencakup Ghana, Pantai Gading, Indonesia, Republik Dominika, India, dan Brazil.

Dalam hal ini, fokus utama akan ditunjukkan pada negara Indonesia sebagai salah satu negara penghasil biji kakao terbesar ketiga di dunia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (2019), total produksi kakao di Indonesia pada tahun 2018 mencapai sekitar 767,28 ribu ton.<sup>4</sup> Daerah penghasil kakao di Indonesia pun meliputi Sulawesi, Sumatera, Lampung, dan lain sebagainya.

Berdasarkan regional, Sulawesi merupakan penghasil utama kakao pada tahun 2018 yakni mencapai sekitar 358.125 ton.<sup>5</sup> Sebagai penghasil kakao terbesar di Indonesia, daerah Sulawesi kemudian menjadi salah satu target yang dituju dalam implementasi program Cocoa Life. Maka dari itu, fokus penelitian kali ini akan membahas lebih lanjut mengenai implementasi CSR PT. Mondelez International untuk memberdayakan para petani kakao khususnya di wilayah Sulawesi Selatan melalui program “Cocoa Life”.

---

<sup>4</sup>Badan Pusat Statistik (BPS), “Statistik Kakao Indonesia 2019,” hlm 7.

<sup>5</sup>Viva Budy Kusnandar, “Provinsi Mana Penghasil Kakao Terbesar?” *katadata.co.id*, November 1, 2019, [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/01/provinsi-mana-penghasil-kakao-terbesar-2018#:~:text=Berdasarkan%20regional%2C%20Sulawesi%20merupakan%20penghasil,Nusa%20Tenggara%20Timur%20\(NTT\)\(Diakses pada 12 April 2021\)](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/01/provinsi-mana-penghasil-kakao-terbesar-2018#:~:text=Berdasarkan%20regional%2C%20Sulawesi%20merupakan%20penghasil,Nusa%20Tenggara%20Timur%20(NTT)(Diakses%20pada%2012%20April%202021))

## **1.2 Identifikasi Masalah**

### **1.2.1 Deskripsi Masalah**

Globalisasi telah menciptakan suatu tatanan dunia yang saling terkoneksi dan membuat batas-batas antar negara menjadi semakin memudar. Hal ini kemudian memunculkan banyak aktor baru selain daripada negara dalam hubungan internasional, salah satunya adalah perusahaan multinasional (MNCs). Perusahaan multinasional merupakan salah satu aktor non-negara yang memainkan peranan penting dalam aktivitas ekonomi global dan perkembangannya pun meningkat pesat sejak tahun 2000-an dan menjadi aktor non-negara yang menyumbang seperempat dari total output global. Pengaruh MNCs yang besar kemudian telah mempengaruhi jalannya aktivitas perdagangan baik secara domestik maupun global.

Kehadiran MNCs tentunya telah menyumbang banyak hal positif khususnya bagi negara berkembang. MNCs telah membantu negara berkembang dalam meningkatkan perkembangan ekonomi di negaranya. Dalam hal ini, kehadiran MNCs diyakini dapat membantu mengurangi masalah kemiskinan, mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan standar ketenagakerjaan dengan upah yang lebih baik,

meningkatkan pembangunan ekonomi dan pembangunan infrastruktur serta meningkatkan taraf hidup masyarakat.<sup>6</sup>

Namun di sisi lain, kehadiran MNCs di suatu negara justru dapat menimbulkan dampak negatif terlepas dari pandangan positif yang ditujukan kepada MNCs. Kehadiran MNCs sendiri dianggap dapat menimbulkan ketergantungan bagi negara berkembang ditambah lagi dengan adanya isu mengenai pelanggaran hak terhadap tenaga kerja.<sup>7</sup> Dalam hal ini, isu yang seringkali muncul adalah terkait eksploitasi yang dilakukan MNCs dimana mereka membayar para tenaga kerja dengan upah yang sangat rendah ditambah lagi dampak negatif terhadap lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis.

Untuk meminimalisir masalah tersebut, *Corporate Social Responsibility* (CSR) pun hadir sebagai wujud komitmen perusahaan multinasional untuk melakukan aktivitas bisnis yang berkelanjutan. Melalui CSR, perusahaan dituntut untuk berkontribusi secara positif dalam memperbaiki kualitas hidup masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui suatu program atau aktivitas sosial yang dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat. Dengan begitu maka masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis dapat diminimalisir. Salah satu perusahaan

---

<sup>6</sup>Shameena Ferdausy dan Md. Sahidur Rahman, "Impact of Multinational Corporations on Developing Countries," *The Chittagong University Journal of Business Administration*, Vol. 24 (2009): 111.

<sup>7</sup>Ibid, 119.

multinasional yang menerapkan CSR yakni PT. Mondelez International. Mondelez International merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Sebagian besar produk pada PT. Mondelez membutuhkan bahan baku biji kakao untuk menghasilkan cokelat. Karenanya, PT. Mondelez International membuat sebuah program CSR yang secara khusus menasar para petani kakao di negara berkembang terutama mereka yang memasok kakao kepada perusahaan.

Program yang secara khusus ditujukan kepada para petani ini dilatarbelakangi oleh masalah yang sering dialami oleh para petani kakao di negara berkembang. Sektor pertanian kakao sendiri merupakan sumber mata pencaharian yang dengan menyumbang pendapatan bagi 40 hingga 50 juta orang pada tahun 2012 yang sebagian besar berada di negara berkembang dan 16 negara yang termasuk dalam *Low Human Development Countries* (LHDCs).<sup>8</sup> Namun selama bertahun-tahun petani kakao ini dihadapkan dengan masalah sosial seperti eksploitasi pekerja anak, perbudakan, upah yang rendah serta kemiskinan yang terjadi di negara-negara penghasil kakao yang kemudian telah mencemari kenikmatan dari produk cokelat/produk yang mengandung kakao.<sup>9</sup> Selain itu, para petani kakao sendiri sering dihadapkan dengan masalah lainnya pada sektor kakao yang pada akhirnya berdampak pada hasil panen

---

<sup>8</sup>Vivek Voora, Steffany Bermudez, Cristina Larrea, "Global Market Report: Cocoa," *International Institute for Sustainable Development*, 2019: 1.

<sup>9</sup>Reinhard Matissek, dkk, "Sustainability in the Cocoa Sector- Review, Challenges and Approaches," *Scientific Press Service*, No 1 (2012): 3.

kakao. Masalah yang timbul dalam sektor ini secara tidak langsung disebabkan oleh adanya aktivitas bisnis khususnya perusahaan multinasional.

Untuk itu, program “Cocoa Life” yang dibentuk oleh PT. Mondelez International hadir untuk mengurangi masalah yang timbul dalam sektor kakao. Melalui kerja sama dengan sejumlah mitra, Mondelez International memiliki 3 fokus utama yang ingin dituju pada program Cocoa Life yakni memastikan keberlanjutan bisnis kakao, memberdayakan komunitas kakao serta melestarikan hutan dan mengadakan restorasi khususnya tempat dimana kakao ditanam.<sup>10</sup> Program Cocoa Life telah menyasar beberapa negara penghasil kakao dan salah satunya yakni Indonesia yang merupakan penghasil kakao terbesar ketiga di dunia. Sebagai salah satu negara penghasil kakao terbesar di dunia, Indonesia masih dihadapkan dengan kesulitan dalam meningkatkan peran penting kakao dalam pembangunan ekonomi dimana sekitar 90% produksi kakao Indonesia dihasilkan oleh petani kecil yang tidak memiliki dukungan finansial untuk mengoptimalkan kapasitas produksi sehingga menyebabkan penurunan pada produksi dikarenakan pohon yang telah usang, penyakit yang timbul (hama) dan banjir yang melanda.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Cocoa Life, “The Program: Our Areas of Intervention,” <https://www.cocoalife.org/the-program/approach> (Diakses pada 13 April 2021)

<sup>11</sup>Julian Withjaksono, “Cocoa Farming System in Indonesia and Its Sustainability under Climate Change,” *Agriculture Forestry and Fisheries*, Vol. 5, No. 5 (2016): 171, doi: 10.11648/j.aff.20160505.15

Maka dari itu, program “Cocoa Life” pun hadir untuk memberdayakan para petani kakao khususnya di Indonesia. Dalam hal ini, pembahasan akan dituju pada wilayah Sulawesi Selatan. Dimana pada tahun 2018, Sulawesi Selatan menjadi daerah penghasil kakao terbesar kedua di wilayah Sulawesi. Namun masalah yang ada ialah mayoritas petani disana masih minim pengetahuan terkait cara mengatasi hama, teknik pengolahan pasca panen, akses terhadap modal serta kurangnya dorongan pada organisasi petani.<sup>12</sup> Hal inilah yang kemudian membuat produksi dan produktivitas di bidang kakao terus berfluktuasi bahkan mengalami penurunan selama beberapa tahun terakhir dan menyebabkan terjadinya inefisiensi pada sektor kakao di wilayah Sulawesi Selatan.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Terkait pembatasan masalah, penulis akan melakukan penelitian terkait implementasi program CSR yang dilakukan oleh salah satu perusahaan multinasional. Dimana penelitian akan difokuskan pada implementasi CSR oleh PT. Mondelez dalam programnya yang bernama “Cocoa Life” yang bertujuan untuk memberdayakan para petani kakao di Indonesia pada tahun 2015-2018. Dan secara spesifik penelitian akan ditujukan pada para petani kakao di Sulawesi Selatan khususnya di daerah Kabupaten Soppeng.

---

<sup>12</sup>Rikolto, “Cocoa in Sulawesi, Indonesia,” <https://www.rikolto.org/en/project/cocoa-sulawesi-indonesia> (Diakses pada 13 April 2021)

Adapun fokus implementasi program ditujukan pada Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan karena Soppeng merupakan satu dari 7 Kabupaten penghasil kakao terbesar di Sulawesi Selatan dan kakao menjadi salah satu komoditas unggulan yang bernilai tinggi pada kabupaten tersebut. Namun sayangnya masih terdapat sejumlah permasalahan yang terjadi pada sektor kakao di Sulsel seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya yang membuat Mondelez hadir untuk memberdayakan petani disana melalui program Cocoa Life.

### **1.2.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan oleh penulis sebelumnya, maka muncul pertanyaan penelitian **“Bagaimana implementasi CSR PT. Mondelez dalam program “Cocoa Life” untuk memberdayakan petani kakao di Sulawesi Selatan tahun 2015-2018?”**

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin menggambarkan seberapa besar implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Mondelez, terutama melalui program “Cocoa Life” yang secara khusus ditujukan untuk memberdayakan para petani kakao di Sulawesi Selatan pada tahun 2015-2018.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Pada penelitian ini, diharapkan bahwa implementasi CSR PT. Mondelez dalam program “Cocoa Life” dapat memberikan wawasan serta informasi yang lebih luas kepada para pembaca. Serta dapat meningkatkan kesadaran dan peranan aktif dari pembaca dalam menanggapi isu yang terjadi pada para petani kakao di negara berkembang. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber atau referensi dan pembanding bagi penelitian lain yang akan membahas topik yang sama mengenai implementasi CSR yang dilakukan oleh sebuah perusahaan multinasional.

### 1.4 Kajian Literatur

Pada bagian kajian literatur, penulis menggunakan sejumlah sumber yang berasal dari jurnal untuk dijadikan sebagai acuan untuk mendalami penelitian mengenai implementasi program CSR.

Menurut Michael Blowfield dan Jedrzej George Frynas dalam jurnalnya yang berjudul *Setting New Agendas: Critical Perspectives on Corporate Social Responsibility in The Developing World* menjelaskan bahwa tema mengenai CSR perlu dipahami melalui perspektif yang lebih kritis terkait apa yang mereka lakukan dan dampaknya bagi masyarakat khususnya di negara berkembang. Dalam hal ini, hubungan antara pemerintah, masyarakat sipil dan bisnis melihat bahwa CSR dapat menjadi jembatan yang menghubungkan ruang lingkup bisnis dan pembangunan

serta semakin membahas keterkaitan CSR yang berkontribusi terhadap pembangunan.<sup>13</sup> Meskipun banyak pihak yang mengatakan bahwa CSR membawa kontribusi positif untuk mengurangi kemiskinan namun terdapat pihak lain yang tidak sependapat dengan hal tersebut. Karenanya, penting untuk memahami konteks CSR lebih jauh dan melihat konteks kehadiran CSR khususnya pada negara berkembang yang kemudian mempengaruhi pembangunan secara global.

Lebih lanjut, konsep mengenai CSR dipandang sebagai bentuk sosial dan etika bisnis yang sudah ada sejak lama dalam aktivitas bisnis. Meskipun ditafsirkan secara berbeda oleh sejumlah pihak namun terdapat beberapa cara untuk melihat CSR. Pertama, CSR dilihat dari segi budaya yang kemudian mempengaruhi kapitalisme; Kedua, CSR juga dipandang sebagai alternatif pemerintah untuk membantu masyarakat melalui inisiatif perusahaan yang sifatnya sukarela; Ketiga, CSR dipandang sebagai istilah umum untuk berbagai teori dan praktik yang semuanya mengakui bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan terhadap masyarakat dan lingkungan (terkadang di luar kepatuhan hukum), kemudian terhadap rantai pasokan perusahaan, dan tanggung jawabnya untuk mengelola hubungan antara perusahaan dengan masyarakat baik untuk alasan komersial atau menambah nilai bagi masyarakat.<sup>14</sup> Di sisi lain, terdapat kritik yang ditujukan untuk CSR sendiri dimana CSR dipandang sebagai

---

<sup>13</sup>Michael Blowfield dan Jędrzej George Frynas, "Setting new agendas: critical perspectives on Corporate Social Responsibility in the developing world," *International affairs*, Vol 81, Issue 3 (2005): 499.

<sup>14</sup>Ibid, 500-503.

bentuk kapitalisme yang buruk karena tanggung jawab sosial perusahaan seringkali dirancang hanya sebagai bentuk untuk meningkatkan keuntungan perusahaan semata. Terlepas dari berbagai macam perspektif, CSR merupakan pekerjaan yang sedang berjalan dan daripada melihat ketidaksempurnaan dalam aktivitas CSR, sejumlah pihak menyarankan untuk fokus pada proses yang sedang berjalan dan mengeksplorasi apakah perusahaan tersebut menepati janjinya dengan menjalankan CSR secara efektif dan tepat sasaran bagi masyarakat khususnya mereka yang rentan dan terpinggirkan.<sup>15</sup>

Sedangkan Paulina Ksiezak dalam jurnalnya yang berjudul *The Benefit from CSR for a Company and Society* mengatakan bahwa dengan adanya aksi sosial maupun lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan, maka hal tersebut akan menghasilkan keuntungan tidak hanya bagi masyarakat namun juga terhadap perusahaan itu sendiri. Bagi perusahaan, program CSR dianggap dapat membangun citra yang positif bagi reputasi perusahaan serta menumbuhkan rasa kepercayaan dari konsumen yang membeli produk dari perusahaan tersebut. Selain itu, citra yang positif ini akan mencegah pemerintah untuk menetapkan aturan yang ketat bagi perusahaan. Dalam hal ini manfaat internal yang dirasakan adalah meningkatnya komitmen dan kinerja dari karyawan, menghasilkan kualitas dan produktivitas yang lebih baik serta menghemat biaya pengeluaran bisnis. Sedangkan manfaat eksternal yang dirasakan adalah hubungan yang baik dengan

---

<sup>15</sup>Ibid, 506.

para *stakeholders* sehingga secara tidak langsung perusahaan dapat meningkatkan akses modal dan pasar dengan meningkatnya kepuasan pelanggan serta memitigasi resiko yang ditimbulkan.<sup>16</sup> Bagi masyarakat, kehadiran program CSR tentunya memainkan peranan penting dalam memperbaiki kualitas hidup dan membantu masyarakat yang tersisihkan serta meningkatkan kepercayaan mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan program pelatihan yang dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta peningkatan kualitas pendidikan, teknologi infrastruktur, kesehatan dan sebagainya yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.<sup>17</sup>

Di sisi lain, program CSR sendiri masih menimbulkan pro dan kontra dalam pelaksanaannya. Meskipun memberikan keuntungan bagi perusahaan dan masyarakat namun juga terdapat kritik yang ditujukan kepada perusahaan yang menjalankan program CSR. Dikatakan bahwa program CSR sendiri tidak sepenuhnya dilakukan untuk tujuan “sosial” dimana CSR difungsikan untuk menunjang perilaku sosial perusahaan agar menghasilkan keuntungan. Meskipun demikian, terlepas dari berbagai kritik yang disampaikan kepada CSR, program CSR sendiri tidak dapat dipungkiri telah memberikan manfaat serta dampak positif bagi kedua belah pihak (masyarakat dan bisnis).

---

<sup>16</sup>Paulina Ksiezak, “The Benefit from CSR for a Company and Society,” *Journal of Corporate Responsibility and Leadership*, Vol. 3, issue 4 (2016): 59.

<sup>17</sup>Ibid, 61.

Menurut Marija Petrovic, Tatjana Stevanovic, dan Maja Ivanovic dalam jurnalnya yang berjudul *Impact of Corporate Social Responsibility on the Competitiveness of Multinational Corporations*, menjelaskan bahwa perkembangan zaman khususnya dalam aktivitas ekonomi yang menjadi semakin modern pada saat ini telah menimbulkan dampak yang cukup signifikan terhadap lingkungan. Hal ini disebabkan karena adanya penggunaan yang tidak terkontrol pada sumber daya, terutama penggunaan energi tidak terbarukan sehingga menyebabkan kualitas lingkungan menjadi menurun. Adanya masalah tersebut kemudian membuat perusahaan multinasional (MNCs) sebagai motor penggerak dalam perkembangan ekonomi dunia dituntut untuk bertanggung jawab dan lebih memperhatikan dimensi keberlanjutan dalam aktivitas bisnisnya. Dalam hal ini, tanggung jawab perusahaan dalam mengatasi masalah sosial dan lingkungan merupakan sebuah prasyarat dalam mencapai dan mempertahankan aspek keunggulan kompetitif suatu perusahaan multinasional. Di sisi lain, apabila perusahaan mengabaikan tanggung jawabnya dalam menjalankan aktivitas bisnis maka hal ini akan membuat reputasi dan kredibilitas perusahaan menurun. Akibatnya, daya saing perusahaan di pasar global akan ikut menurun. Oleh karena itu, pelaksanaan program CSR yang baik disertai dengan pedoman berkelanjutan, akan memungkinkan perusahaan multinasional tidak hanya mencapai penghematan biaya yang signifikan tetapi juga peningkatan kualitas produk dan kepuasan konsumen, mendorong pengembangan inovatif, dan mendukung fleksibilitas dalam

bisnis sehingga CSR sendiri menjadi salah satu aspek penting untuk meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan multinasional.<sup>18</sup>

Menurut Noor Adwa Sulaiman dan Rusnah Muhamad dalam jurnalnya yang berjudul *Empowering the Society Through Companies CSR Agenda* menjelaskan bahwa isu di bidang sosial ekonomi merupakan salah satu isu yang paling sering dibicarakan pada tingkatan global.<sup>19</sup> Adanya ketimpangan dalam sosial ekonomi seperti masalah pengangguran, kemiskinan, ketimpangan dalam distribusi kekayaan dan sebagainya telah membawa dampak yang cukup signifikan pada aktivitas ekonomi suatu negara. Dalam hal ini, pemerintah Malaysia pun kemudian membuat sebuah rencana (*Eleventh Malaysia Plan 2016-2020*) yang menyasar perusahaan-perusahaan untuk berpartisipasi secara aktif dalam memberdayakan masyarakat sehingga masalah di bidang sosial ekonomi pun dapat diminimalisir. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan keterlibatan perusahaan yakni dengan menerapkan agenda *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dengan fokus utamanya yakni partisipasi aktif perusahaan dalam melakukan program CSR untuk pemberdayaan masyarakat. Konsep mengenai pemberdayaan sendiri sangat beragam namun intinya yakni program pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan pendidikan, kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat serta mendorong pemerataan dalam sosial ekonomi. Hal

---

<sup>18</sup>Marija Petrović-Ranđelović, dkk. "Impact of Corporate Social Responsibility on the Competitiveness of Multinational Corporations," *Procedia Economics and Finance* Vol. 19 (2015): 332 – 341.

<sup>19</sup>Noor Adwa Sulaiman dan Rusnah Muhamad, "Empowering the society through companies CSR agenda," *SHS Web of Conferences* 34 (2017): 1-11. DOI: 10.1051/shsconf/20173409003

ini pun dapat dilakukan melalui agenda CSR perusahaan dengan cara mengadakan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan, bimbingan dan peningkatan pada akses pendidikan bagi masyarakat serta mengadakan program pembangunan sehingga diyakini bahwa program CSR dapat berimplikasi positif tidak hanya bagi perusahaan saja namun juga terhadap masyarakat.<sup>20</sup>

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Hubungan internasional merupakan studi yang mempelajari hubungan dan interaksi antar negara termasuk kegiatan dan kebijakan pemerintah nasional, organisasi internasional (OIs), organisasi non-pemerintah (NGOs), dan perusahaan multinasional (MNCs).<sup>21</sup> Sejak berakhirnya perang dingin, isu-isu yang terjadi dalam hubungan internasional telah bergeser dari isu tradisional menjadi isu non-tradisional. Hal ini kemudian membuat negara-negara saling bekerja sama dan menimbulkan ketergantungan satu sama lain. Hubungan antar negara yang menjadi semakin kompleks pun menyiratkan bahwa negara bukan lagi merupakan satu-satunya aktor penting namun terdapat juga aktor non-negara lainnya yang turut terlibat dalam hubungan yang kompleks tersebut dan tentunya memainkan peranan penting dalam hubungan internasional. Menurut pemikiran liberalisme, hubungan internasional pada saat ini dipenuhi oleh berbagai jenis aktor dan bukan hanya hubungan antar negara namun juga terdapat hubungan yang bersifat transnasional

---

<sup>20</sup>Ibid.

<sup>21</sup>Robert Jackson dan Georg Sorensen, *Introduction to International Relations: Theories and Approaches 5<sup>th</sup> edition*, (Oxford: Oxford University Press, 2013): 4.

(antar individu, kelompok, organisasi milik negara yang berbeda) sehingga cenderung diidentifikasi dengan istilah “**pluralisme**”.<sup>22</sup>

Dalam hal ini, fokus baru dalam hubungan internasional yakni mempelajari hubungan antar para aktor (*state actor* dan *non-state actors*) yang sifatnya lintas batas negara dan kemudian saling bekerja sama. Istilah transnasional sendiri kemudian digunakan untuk mendeskripsikan aktor atau pola perilakunya seperti misalnya MNCs yang bertindak secara transnasional.<sup>23</sup> Melalui penjelasan tersebut, hal ini mencerminkan bahwa aktor non-negara kemudian semakin berkembang dan dianggap menjadi salah satu entitas penting dalam hubungan internasional.

Perusahaan multinasional sebagai salah satu aktor non negara kemudian turut memainkan peranan penting khususnya dalam aktivitas ekonomi global. Menurut **Robert Gilpin**, perusahaan multinasional (MNCs) merupakan perusahaan yang mengelola unit ekonomi atau beroperasi di dua atau lebih negara disertai dengan investasi langsung dari perusahaan tersebut dan kepemilikan unit ekonomi (jasa, industri atau manufaktur).<sup>24</sup> Perusahaan multinasional biasanya memiliki kantor pusat di negara asal (*home country*) yang kemudian menjalankan aktivitas bisnis di beberapa negara (*host country*) sehingga sifatnya lintas batas negara. Adapun biaya produksi (*cost of production*) menjadi pertimbangan bagi perusahaan

---

<sup>22</sup> Ibid, 103.

<sup>23</sup>Paul R. Viotti dan Mark V. Kauppi, *Internation Relations Theory 5<sup>th</sup> Edition*, (Pearson Education, Inc, 2010): 143.

<sup>24</sup>Robert Gilpin, *The Political Economy of International Relation*, (New Jersey: Princeton University Press, 1987): 231.

untuk bisa menghasilkan profit secara maksimal dengan cara berekspansi ke tempat lain dan salah satunya perusahaan melihat dari sisi *variable cost* yang berkaitan dengan bahan baku, tenaga kerja, biaya operasional modal tetap, seperti bahan bakar, perbaikan dan pemeliharaan rutin.<sup>25</sup>

Lebih lanjut, pengaruh perusahaan multinasional yang besar disertai dengan jangkauan pasar yang luas kemudian membuat aktor non-negara ini dianggap sangat penting dalam aktivitas perdagangan internasional. Bahkan kehadiran MNCs dianggap dapat mempengaruhi arah kebijakan suatu negara baik secara domestik maupun global. Selain itu, kehadiran MNCs dianggap dapat membawa dampak positif khususnya kepada *host country* seperti membuka lapangan kerja baru, mengadakan pelatihan terhadap tenaga kerja, dan meningkatkan aktivitas perdagangan di suatu negara. Menurut perspektif liberal, MNCs merupakan sumber modal, pekerjaan dan teknologi sehingga negara-negara di seluruh dunia akan bersaing untuk mencari dan mendapatkan investasi asing atau *Foreign Direct Investment*.<sup>26</sup> Hal ini dilakukan oleh negara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta pembangunan infrastruktur di negaranya. Di sisi lain, seringkali aktivitas MNCs membawa pengaruh negatif seperti adanya eksploitasi terhadap tenaga kerja dan lain sebagainya. Beberapa kritikus berpendapat bahwa ketika negara-negara berkembang bersaing untuk mendapatkan FDI, mereka pada

---

<sup>25</sup>Nwokoye, Ebele Stella & Ilechukwu, Nneamaka Ifeoma, "Principle of Economics: Theory of Cost," *Departemen of Economics, Nnamdi Azikiwe University Awka Nigeria* (2018): 151.

<sup>26</sup>David N. Balaam dan Bradford Dillman, *Introduction to International Political Economy 6<sup>th</sup> edition*, (New Jersey: Pearson Education.Inc, 2013): 275.

dasarnya saling melemahkan dengan mencoba memberikan persyaratan yang paling menguntungkan kepada investor asing dalam bentuk tenaga kerja yang sangat murah dan peraturan yang longgar sehingga membuat perusahaan multinasional serta para investor pun tidak akan berpindah tempat ke lokasi yang lebih ramah terhadap mereka.<sup>27</sup> Akibatnya, hal ini menimbulkan dampak yang negatif baik dari sisi sosial maupun lingkungan.

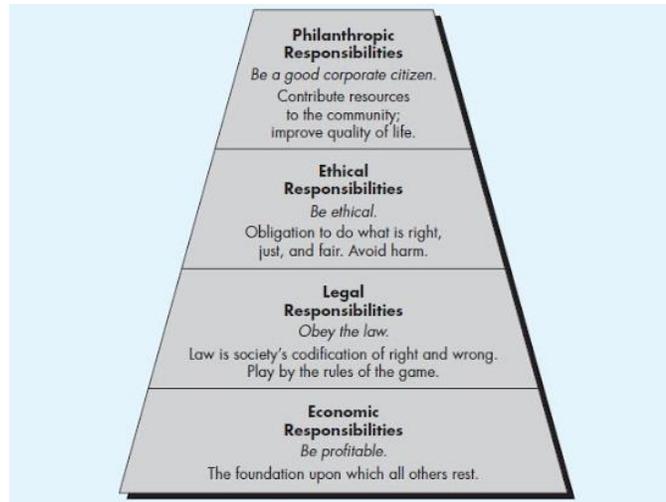
Dikarenakan aktivitas MNCs seringkali mendapatkan pandangan negatif akibat adanya masalah baik dari sisi sosial maupun lingkungan maka perusahaan pun harus melakukan bentuk tanggung jawab sosial. *Corporate Social Responsibility (CSR)* hadir sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan untuk meminimalisir dampak negatif yang timbul dalam aktivitas bisnis. Menurut **Keith Davis**, gagasan CSR menyiratkan bahwa para pelaku bisnis harus melakukan kewajibannya untuk melindungi (*to protect*) dan memperbaiki (*to improve*) tingkat kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan bersama dengan kepentingannya.<sup>28</sup> Hal ini dilakukan agar hubungan antara aktivitas bisnis dan komunitas/masyarakat dapat berjalan harmonis dengan terpenuhinya keinginan masyarakat. Dikarenakan seringkali aktivitas bisnis menimbulkan efek/dampak bagi sekitar maka perusahaan pun diharuskan untuk melakukan kewajibannya melalui perbaikan kualitas hidup yang lebih baik serta layak bagi masyarakat.

---

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup>Keith Davis, "Social Responsibility is Inevitable," *California Management Review*, Vol XIX, No.1 (1976): 14.

Gambar 1. 1 *The Pyramid of Corporate Social Responsibility*



Sumber: The Pyramid of CSR (Archie B. Carroll, 1991)

Sedangkan **Archie B. Carroll** memperkenalkan 4 prinsip dasar yang menjadi bentuk dari tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Prinsip ini dikenal dengan sebutan “Carroll Pyramid of CSR” yang mana nantinya prinsip tersebut akan dijadikan sebagai patokan bagi perusahaan dalam melaksanakan program CSR. Pertama, *Economic Responsibility* yakni tanggung jawab ekonomi yang harus dijalankan perusahaan dengan cara menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat dan dijual dengan harga yang wajar. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan pun dapat memperoleh keuntungan atau profit sehingga keberlangsungan dan pertumbuhan suatu perusahaan dapat terjamin. Kedua, *Legal Responsibility* yakni berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan untuk mematuhi segala hukum serta mengikuti segala bentuk regulasi yang berlaku di suatu negara, tempat dimana bisnis tersebut dijalankan. Ketiga, *Ethical Responsibility* yakni tanggung jawab perusahaan untuk bertindak etis dengan menjalankan praktek

bisnis yang benar meskipun hal tersebut tidak diharuskan atau terkodifikasi secara hukum. Tanggung jawab etis mencakup seluruh norma, standar, nilai, dan harapan yang mencerminkan apa yang dianggap adil dan konsisten oleh konsumen, karyawan, pemegang saham, dan komunitas dengan penghormatan atau perlindungan terhadap para *stakeholders*.<sup>29</sup> Keempat, *Philanthropy Responsibility* yakni bentuk tanggung jawab perusahaan untuk bertindak sebagai *corporate citizenship* dengan berkontribusi pada sejumlah kegiatan sosial seperti melakukan kegiatan amal/donasi. Kemudian melakukan kerja sama dengan pihak lain seperti pemerintah setempat, LSM, dan lain sebagainya untuk membangun suatu program (edukasi, kesehatan, dan lainnya) bagi komunitas dengan tujuan untuk memperbaiki kualitas hidup komunitas tersebut.<sup>30</sup>

Dari keempat prinsip yang diperkenalkan oleh Carroll, PT. Mondelez International berusaha untuk memenuhi tanggung jawabnya dengan melakukan prinsip ke-4 yakni *Philanthropy Responsibility*. Dimana prinsip keempat ini dilakukan sebagai bentuk kontribusi perusahaan untuk melindungi dan memperbaiki kualitas hidup sebuah komunitas. Hal ini pun sejalan dengan gagasan Keith Davis mengenai program CSR yang ditujukan untuk melindungi (*to protect*) dan memperbaiki (*to improve*) tingkat kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini, target utama yang disasar oleh PT. Mondelez adalah para petani kakao di beberapa

---

<sup>29</sup>Archie B. Carroll dan Ann K. Buchholtz, *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*, 7<sup>th</sup> Edition, (Mason, Ohio: Cengage Learning, 2008): 43.

<sup>30</sup>Ibid, 40-45.

negara, salah satunya Indonesia yang memasok biji kakao kepada Mondelez sehingga dibentuklah program Cocoa Life sebagai bentuk komitmen perusahaan.

Berkaitan dengan hal tersebut, terdapat sebuah konsep bernama “Triple Bottom Line” yang diperkenalkan oleh **John Elkington**. Konsep ini berupaya untuk merangkum komunitas bisnis yang seperti apa yang secara tradisional dipandang berkelanjutan, meliputi tiga bidang yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan.<sup>31</sup> Secara sederhana, konsep TBL merujuk pada 3 aspek penting yakni *profit*, *people*, dan *planet* dengan penekanan pada komitmen perusahaan untuk tidak mengejar keuntungan atau profit semata melainkan terdapat juga aspek penting lainnya seperti mengurus masalah sosial dan lingkungan. Perusahaan pun dituntut untuk memiliki tanggung jawab kepada para *stakeholders* termasuk siapa saja yang terpengaruh dari adanya aktivitas bisnis yang dijalankan, mulai dari para pekerja hingga masyarakat/komunitas setempat.<sup>32</sup> Oleh karena itu, tujuan utama dari konsep TBL sendiri yakni menginginkan adanya *sustainability* dengan menggabungkan 3 dimensi sebagai ukuran dari kerangka kerja.

Pertama, *people* dimana sebuah perusahaan memiliki sebuah bentuk tanggung jawab kepada para karyawan dan kepada komunitas yang lebih luas tempat dimana perusahaan tersebut dijalankan, dengan memperhatikan pada aspek masalah sosial seperti di bidang pendidikan, layanan kesehatan, dan lain

---

<sup>31</sup>Simon Zadek, *The Civil Corporation*, (London: Cromwell Press, 2007): 131.

<sup>32</sup>Omimi-Ejoor Osaretin Kingsley Atu, “Triple Bottom Line Accounting: A Conceptual Expose,” *IOSR Journal of Business and Management*, Vol. 13, Issue 4 (2013): 30.

sebagainya. Praktek yang dijalankan suatu perusahaan kepada masyarakat pun tentunya akan berdampak pada keberlanjutan suatu bisnis atau usaha. Kedua, *planet* yakni perusahaan diminta untuk menciptakan lingkungan yang sehat dengan melakukan program lingkungan yang berkelanjutan. Dalam hal ini, perusahaan dapat menghemat biaya pengeluaran akibat aktivitas bisnis yang mereka jalankan dengan melakukan sejumlah aktivitas seperti mengurangi limbah, menghemat energi, dan menjalankan proses manufaktur yang aman bagi lingkungan. Ketiga, *profit* dimana perusahaan dituntut untuk menghasilkan laba/keuntungan demi mencapai kesuksesan bisnis. Hal ini dimaksudkan agar keberlanjutan usaha dapat terjamin dengan adanya profit yang didapatkan. Selain itu, perusahaan juga mengakui bahwa kesesuaian bisnis terletak pada kemampuannya untuk bekerja secara harmonis dalam tatanan sosial dan lingkungan.<sup>33</sup>

Lebih lanjut, sasaran dalam program “Cocoa Life” yang dibentuk oleh Mondelez tentunya sejalan dengan konsep TBL yakni menginginkan adanya keberlanjutan pada bidang pertanian kakao yang mengacu pada 3P. Dalam hal ini, terdapat 3 bidang yang menjadi penekanan pada Cocoa Life yaitu keberlanjutan pada bisnis pertanian kakao (*profit*), memberdayakan komunitas khususnya para petani kakao (*people*), serta merestorasi dan melestarikan hutan (*planet*). Dengan fokus utama yang ingin dicapai adalah memberdayakan para petani kakao di negara

---

<sup>33</sup>Ibid, 33.

berkembang sehingga dengan melakukan pemberdayaan maka nantinya diharapkan akan timbul suatu keberlanjutan dalam bisnis pertanian kakao.

Di Indonesia, **pertanian berkelanjutan** disarankan atau diharapkan menjadi usaha yang dapat memberikan hasil panen secara optimal dari segi kuantitas dan kualitas yang secara implisit ditujukan untuk kesejahteraan para petani, disertai dengan upaya pelestarian mutu sumberdaya pertanian dan lingkungan agar sumberdaya pertanian tetap produktif dan mutu lingkungan terjaga bagi kehidupan generasi mendatang.<sup>34</sup> Menurut *Food and Agriculture Organization* (FAO), terdapat 5 prinsip utama dalam pertanian yang berkelanjutan yakni: (1) Meningkatkan efisiensi dalam penggunaan sumber daya yang krusial untuk pertanian berkelanjutan; (2) Keberlanjutan membutuhkan sebuah tindakan langsung untuk melestarikan, melindungi, dan meningkatkan sumber daya alam; (3) Pertanian yang gagal melindungi dan meningkatkan mata pencaharian pedesaan, kesetaraan dan kesejahteraan sosial bukanlah berkelanjutan; (4) Meningkatkan ketahanan individu, komunitas, dan ekosistem adalah kunci pertanian berkelanjutan; (5) Pangan dan pertanian berkelanjutan memerlukan mekanisme tata kelola yang bertanggung jawab serta efektif.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>Sumarno dalam forum komunikasi professor riset, Mewujudkan Pertanian Berkelanjutan: Agenda Inovasi Teknologi dan Kebijakan, *Pertanian Berkelanjutan: Persyaratan Pengembangan Pertanian Masa Depan*, (Jakarta: IAARD Press, 2018): 13.

<sup>35</sup> Food and Agriculture Organization of the United Nations (2014), "Building a common vision for sustainable food and agriculture: principles and approaches," hlm. 18-19, <http://www.fao.org/3/i3940e/i3940e.pdf>

Dalam hal ini, pemberdayaan para petani perlu diupayakan sehingga menghasilkan suatu target yang berkelanjutan di bidang pertanian. Menurut **Ross J. Gittel dan Avis C. Vidal**, tujuan jangka panjang dari setiap *community development* (pemberdayaan komunitas) adalah untuk mencapai hasil yang nyata dan berkelanjutan yang mencakup pada peningkatan kualitas hidup penduduk serta perluasan lapangan kerja dan peluang ekonomi untuk populasi yang ditargetkan.<sup>36</sup> Konsep mengenai *community development* digambarkan sebagai keterlibatan dalam proses untuk mencapai perbaikan dalam beberapa aspek kehidupan sebuah komunitas dimana biasanya tindakan tersebut mengarah pada penguatan pola hubungan manusia dan kelembagaan dalam komunitas.<sup>37</sup>

## 1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

### 1.6.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah **metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif**. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk memahami (*to understanding*) dan menafsirkan (*to interpret*) suatu interaksi sosial dengan menemukan makna, proses, dan konteks dari sebuah peristiwa sosial yang diamati.<sup>38</sup> Lebih lanjut, penulis akan mendeskripsikan

---

<sup>36</sup>Ross J. Gittel dan Avis C. Vidal, *Community Organizing: Building Social Capital as a Developmnet Strategy*, (California: Sage Publication, Inc., 1998): 23.

<sup>37</sup>Rhonda Philips dan Robert H. Pittman, *An Introduction to Community Development*, (New York: Routledge, 2009): 6.

<sup>38</sup>Umar Suryadi Bakry, *Metode Penelitian Hubungan Internasional*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016): 18.

masalah dengan mencari data atau bukti yang sesuai dengan fakta yang dapat dijadikan sebagai sumber untuk penelitian terkait implementasi CSR PT. Mondelez terhadap pemberdayaan para petani kakao di Sulawesi Selatan.

### **1.6.2 Teknik Pengumpulan Data**

Terkait teknik pengumpulan data, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sekunder. Dimana penulis akan menggunakan **metode berbasis internet** untuk mengkaji masalah terkait implementasi CSR PT. Mondelez. Dalam hal ini, penulis mengakses materi melalui sumber-sumber seperti buku, jurnal, website resmi, berita, dan *annual report* perusahaan yang kemudian dapat digunakan untuk membantu dan mendukung argumen dalam penelitian ini.

## **1.7 Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini akan terdiri dari empat bab dengan pembagian sebagai berikut.

Bab I merupakan pendahuluan, dimulai dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II dalam penelitian akan membahas tentang gambaran umum mengenai profil dan sejarah dari Mondelez International serta perkembangan perusahaan.

Dilanjutkan dengan pandangan perusahaan mengenai CSR yang harus dijalankan oleh perusahaan yang kemudian berkaitan dengan program CSR “Cocoa Life”.

Bab III dalam penelitian akan terlebih dahulu mendeskripsikan mengenai perkembangan industri kakao di Indonesia yang kemudian dilanjutkan dengan implementasi program CSR “Cocoa Life” yang dibentuk oleh PT. Mondelez. Dalam hal ini, implementasi akan difokuskan pada daerah Sulawesi Selatan dan secara spesifik pada Kabupaten Soppeng. Mondelez melalui program inipun berkomitmen untuk memberdayakan para petani kakao yang mana pada akhirnya akan mencapai keberlanjutan atau *sustainability* pada sektor kakao.

Bab IV dalam penelitian berisikan kesimpulan dari implementasi CSR PT. Mondelez International di Sulawesi Selatan.

