



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Oleh *The Coca-Cola Company* dalam Bantuan dan Rekonstruksi Pasca
Bencana *Super Typhoon Yolanda* di Filipina**

Skripsi

Oleh
Timothy Ariel Wijaya
2012330125

Bandung
2017

No. Kode	: HI Wj 1/17
Tanggal	: 19 April 2017
No. Ind.	: 7700 - FISIP / Skp 33005
Divisi	:
Hadiah / Bell	:
Dari	: FISIP



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Oleh The
Coca-Cola Company dalam Bantuan dan Rekonstruksi Pasca
Bencana *Super Typhoon Yolanda* di Filipina**

Skripsi

Oleh
Timothy Ariel Wijaya
2012330125

Pembimbing
Dr. phil. Aknolt Kristian Pakpahan

Bandung
2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Timothy Ariel Wijaya
Nomor Pokok : 2012330125
Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Oleh *The Coca-Cola Company* dalam Bantuan dan Rekonstruksi Pasca Bencana *Super Typhoon Yolanda* di Filipina.

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 10 Januari 2016
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Atom Ginting Munthe, M.S. :

Sekretaris

Dr. phil. Aknolt K. Pakpahan :

Anggota

Stanislaus Risadi Apresian S.IP, M.A. :

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Timothy Ariel Wijaya
NPM : 2012330125
Jurusan/Program Studi: Ilmu Hubungan Internasional
Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Oleh *The Coca-Cola Company* dalam Bantuan dan Rekonstruksi Pasca Bencana *Super Typhoon Yolanda* di Filipina

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah 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, 10 Januari 2017



Timothy Ariel Wijaya



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kasih karunia dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian akhir yang berjudul:

Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Oleh The Coca-Cola Company dalam Bantuan dan Rekonstruksi Pasca Bencana *Super Typhoon Yolanda* di Filipina

Pada penelitian akhir ini, penulis memberikan deskripsi mengenai implementasi program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh The Coca-Cola Company dalam bentuk bantuan dan rekonstruksi pasca-bencana Super Typhoon Yolanda di Filipina. Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan studi Ilmu Hubungan Internasional. Selain itu, penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi persyaratan akademik yang harus dipenuhi dalam menempuh Program Strata-1 Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Pada kesempatan ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis membuka kritik dan saran yang dapat menyempurnakan penelitian ini. Penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak-pihak yang terlibat baik dalam masa perkuliahan penulis hingga pada masa proses penulisan penelitian ini.

Pertama, Terima Kasih untuk Tuhan Yesus Kristus. Saya percaya atas berkat, bimbingan dan karunia yang diberikan-Nya, saya mampu melakukan dan menyelesaikan penelitian ini.

Kedua, tentunya kepada kedua orang tua saya Tommy Samsu dan Meina Samsu. Terima Kasih papi dan mami atas segala doa, dukungan, kasih, dan sayang yang papi dan mami berikan buat Timmy selama ini. Terima Kasih juga atas jerih payah papi mami dalam menanggung seluruh beban biaya pendidikan Timmy sampai saat ini. Terima Kasih juga karena telah menjadi orang tua yang sempurna dan lebih dari cukup buat Timmy. Juga untuk kakak dan adik saya Cheryl Ariella Wijaya dan Bryant Ariel Wijaya yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian ini baik dukungan moril dan juga dukungan materil.

Ketiga, untuk dosen pembimbing tercinta Dr. phil Aknolt Kristian Pakpahan. Terima kasih bang Tian buat segala bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Lebih dari itu, terima kasih juga karena telah menjadi sahabat penulis selama masa perkuliahan penulis.

Keempat, berterima kasih kepada Kezia Yemima Tuju sebagai sahabat dan kekasih penulis, teman dalam senang dan duka, dalam kesepakatan dan perbedaan yang membuat tidak hanya perjalanan perkuliahan penulis menjadi lebih baik, tetapi lewat cinta dan kasihnya membuat penulis menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Thanks a lot ya Kei! Semoga lewat proses yang kita lalui ini dapat membantumu dalam menyelesaikan skripsimu nanti.

Selanjutnya untuk Kabinet LKM Bangsa, Stephen, Gema, Machiel, Benny, Michelle, Claudia, Robby, Bhareno, Bobby, Nadia, Rawa, Frans, Alvin, Indah, Afi, Ryan, Ayank dan Iwil. Bersama dengan Direktorat Jenderal Unit Kegiatan Mahasiswa, Anly, Ayta, Daniel, Merlyn, Ocha, Thessa, Gumi, dan Dea. Terima kasih untuk pengalaman luar biasa selama menjalankan tugas di Lembaga Kepresidenan Mahasiswa! Kalian menyadarkan bahwa kekeluargaan masih dapat di raih di masa perkuliahan.

Kemudian untuk Himpunan Mahasiswa Program Studi Ilmu Hubungan Internasional (HMPSIHI) UNPAR periode 2014/2015. Terimakasih karena telah mengajarkan banyak hal kepada penulis selagi menjabat sebagai ketua HMPSIHI. Terimakasih juga untuk divisi inti HMPSIHI UNPAR, Monic, Chelle, Gin-Gin, Aya, Karin, dan Abel. Dan juga untuk seluruh koordinator divisi, para presiden organisasi internal, dan juga pemimpin redaksi. Sungguh merupakan sebuah kebanggaan bagi penulis untuk mengenal pribadi-pribadi luar biasa di HMPSIHI UNPAR periode 2014/2015.

Untuk divisi Advance Sadajiwa dan Bhaladika, Terimakasih telah memberikan nilai-nilai dan pengalaman di luar bidang akademis kepada penulis. Khususnya untuk Tantra, Andy, Omar, Faza, Dio, Reno, Chelle, Ovi, Helmi, Abang, Abib, Dika, dan Felix, terimakasih telah mengubah penulis dari anak rumahan menjadi anak desa yang mampu bergaul dengan warga Bandung dengan seluruh bahasa Sunda yang diajarkan kepada penulis.

Kemudian, untuk Parahyangan Model United Nations Society. Terimakasih atas bimbingan dan pengalaman yang diberikan. Sehingga, selama masa kuliah penulis mampu menuangkan kegemaran untuk menjadi diplomat, dan berprestasi dalam simulasi sidang Perserikatan Bangsa-Bangsa. Tentunya, juga untuk teman-teman Hubungan Internasional 2012, Ello, Kenzi, Denaya, Nael, Robot, dan angkatan 2012 lainnya. Masih banyak lagi teman-teman yang mendukung dan menjadi sahabat bagi penulis selama masa perkuliahan yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Tidak lupa teman-teman SMAK Tiara Kasih, Grady, Pipin, Wilson, Jojo, Arie, Samuel, Rey, Jupe, Raje, Yondy, Kocir, Wincent, Aldo, Tepen, dan Solo.

Bandung, 10 Januari 2017

Timothy Ariel Wijaya



ABSTRAK

Nama : Timothy Ariel Wijaya

NPM : 2012330125

Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Oleh *The Coca-Cola Company* dalam Bantuan dan Rekonstruksi Pasca Bencana *Super Typhoon Yolanda* di Filipina

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh salah satu Perusahaan Multi Nasional (PMN) terbesar di dunia yaitu *The Coca-Cola Company*. Lewat CSR perusahaan melakukan kegiatan-kegiatan suka rela dan bentuk tanggung jawab sosial lainnya sebagai bentuk keperdulianya kepada masyarakat. Sehingga, penelitian ini mengambil pertanyaan penelitian sebagai berikut “*Bagaimana Implementasi Program Corporate Social Responsibility Oleh The Coca-Cola Company dalam Bantuan dan Rekonstruksi Pasca Bencana Super Typhoon Yolanda di Filipina.*”

Dalam menjawab pertanyaan penelitian tersebut, penulis menggunakan disiplin ekonomi politik internasional (EPI), teori pluralisme, dan dua buah konsep yaitu konsep Perusahaan Multi Nasional (PMN) dan *Corporate Social Responsibility*. Pertama yaitu disiplin EPI dan teori pluralisme digunakan untuk menjelaskan kemunculan serta peningkatan peran dari aktor non-negara serta kontribusinya dalam permasalahan global. Kedua, konsep PMN menjelaskan tendensi PMN untuk terus mengembangkan bisnisnya diluar batas negara yang juga diiringi dengan dampak negatif akibat eksploitasi yang dilakukan dalam operasionalnya. Kemudian, konsep *Corporate Social Responsibility* alat bagi PMN dalam melaksanakan tanggung jawabnya dengan melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pada penelitian ini, penulis menemukan implementasi program CSR oleh TCCC dalam bantuan dan rekonstruksi pasca-bencana *Super Typhoon Yolanda* yang dilakukan sejak akhir tahun 2013. Dalam CSR yang diterapkan TCCC pada pasca bencana di Filipina, terdapat beberapa program yaitu donasi persediaan air bersih, *Water, Sanitation, and Hygiene (WASH)*, *Rebuild Philippines (RebuildPH)*, dan *Sari-Sari Store and Access to Resources (STAR)*. Program-program tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mendesak pasca bencana; memberikan edukasi kepada masyarakat tentang metode penyaringan air dan pembangunan instalasi air; melakukan kampanye dan penggalangan dana untuk pembangunan kembali 30,000 rumah warga dan distribusi 30,000 alat reparasi perumahan; serta membantu proses pemulihan ekonomi dan mata pencaharian masyarakat melalui pelatihan dan pembinaan bisnis, dan membangun lebih banyak *Sari-Sari Store* untuk memaksimalkan usaha pembangunan kembali sektor ekonomi dan mata pencaharian masyarakat.

**DAFTAR ISI**

Kata Pengantar.....	i
Abstrak	iv
Abstract.....	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar	ix
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.1 Deskripsi Masalah.....	5
1.2.2 Pembatasan Masalah	8
1.2.3 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Kajian Literatur.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran	15
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.6.1 Metode Penelitian.....	24
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.7 Sistematika Pembahasan.....	26
Bab 2 Profil Perusahaan Coca-Cola.....	28
2.1 Sejarah The Coca-Cola Company	28
2.1.1 The Coca-Cola Company	30
2.1.2 The Coca-Cola FEMSA Philippines	31
2.2 Visi, Misi, dan Nilai The Coca-Cola Company	32
2.2.1 Prinsip Keberlanjutan The Coca-Cola Company	36
2.2.2 Prinsip Bisnis Strategis The Coca-Cola Company	40

2.2.3 Pedoman Perilaku Bisnis The Coca-Cola Company	43
2.3 Produk-Produk The Coca-Cola Company	46
Bab 3 Filipina dan <i>Super Typhoon Yolanda</i>	48
3.1 Profil Filipina	48
3.2 Badai Typhoon	51
3.2.1 Badai <i>Super Typhoon Yolanda</i> 2013	54
3.3 Upaya Pemerintah dan Masalah yang Dihadapi	60
Bab 4 Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> oleh <i>The Coca-Cola Company</i> dalam Bantuan dan Rekonstruksi Pasca Bencana <i>Super Typhoon Yolanda</i> di Filipina ...	68
4.1 Aktor-Aktor yang Terlibat	68
4.2 <i>Corporate Social Responsibility The Coca-Cola Company</i> dalam Bantuan Bencana	74
4.2.1 <i>US\$ 2.5 Million Typhoon Relief Aid</i>	77
4.2.2 <i>Sari-Sari Store and Access to Resources (STAR) program</i>	83
4.3 Penilaian Keterkaitan Program dan Masalah	90
Bab 5 Kesimpulan	94
Daftar Pustaka	100



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kronologi Super Typhoon Yolanda	58
Tabel 3.2 Usaha Pemerintah dalam Tingkatan Prioritas	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Coca-Cola.....	31
Gambar 2.2 Beberapa Produk TCCC	47
Gambar 3.1 Lambang Negara Filipina	49
Gambar 3.2 Peta Negara Filipina	50
Gambar 3.3 Sirkulasi Badai Typhoon	53
Gambar 3.4 Pusaran Super Typhoon Yolanda	56
Gambar 4.1 Pegawai Coca-Cola Mengemas Paket Bantuan untuk Korban Bencana Super Typhoon Yolanda.....	79
Gambar 4.2 Kampanye dan Penggalangan Dana Rebuild Philippines Oleh TCCC, Habitat For Humanity Philippines dan Philippine Red Cross.....	82
Gambar 4.3 Coca-Cola dan P&G Memasok Produk untuk Dijual di Sari-Sari Store	88
Gambar 4.4 Pelatihan Pemilik Sari-Sari Store di Kota Taeloban.....	89
Gambar 4.5 Pelatihan Peserta Program Star.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dimulai dari abad ke 21 ini, pola dari hubungan internasional telah berkembang dan meluas menjadi semakin dinamis dalam perkembangannya. Perkembangan dalam sektor politik, ekonomi, sosial, budaya, dan teknologi telah berhasil merubah ritme dari perilaku negara terhadap dunia global. Perubahan dari perilaku negara ini secara signifikan merubah perspektif hubungan internasional dimana perang tidak lagi menjadi sebuah fokus yang mendominasi ilmu hubungan internasional. Munculnya isu non-tradisional seperti Hak Asasi Manusia, Terrorisme Global, Lingkungan, Pembangunan; serta aktor non-negara yaitu Perusahaan Multi Nasional (PMN), *Non-Governmental Organization*, Media, dan lainnya di tengah-tengah maraknya globalisasi memberikan dampak besar terhadap bagaimana ilmuan pada hari ini mengkaji dan memahami hubungan internasional. Perluasan skala hubungan internasional dari perspektif tradisional yang memandang bahwa negara merupakan aktor utama hubungan internasional telah melibatkan aktor-aktor lain di tingkat domestik dan global. Walaupun negara merupakan aktor terpenting di dalam hubungan internasional, akan tetapi keberadaan negara sangatlah dipengaruhi oleh keberadaan dari aktor non-negara. Tidak dapat dipungkiri bahwa di abad ke 21 dan didalam era globalisasi ini negara membutuhkan aktor pendukung sebagai mitra kerjasama untuk menyokong perkembangan dan pembangunan negara.

Peningkatan jumlah serta keberadaan dari *Non-Governmental Organization* (NGO), Perusahaan Multi Nasional (PMN), dan *International Governmental Organization* (IGO), secara konsisten dan signifikan telah mempengaruhi sektor politik, ekonomi, sosial dan budaya dari sebuah negara. Di dalam alam prosesnya, salah satu aktor non-negara yang mempengaruhi perkembangan negara adalah Perusahaan Multi Nasional (PMN). PMN juga memegang peranan penting di dalam dinamika perkembangan ekonomi internasional, politik domestik, dan juga pasar global.¹

PMN sangatlah variatif di dalam strategi dan strukturnya. Terdapat 5 tingkatan dari internasionalisasi yang merupakan langkah-langkah alternative untuk mengembangkan serta memperluas bisnis kepada pasar luar negeri. Tingkatan tersebut adalah penjualan *export*, kantor penjualan asing, lisensi, investasi asing / *foreign direct investment*, dan produksi global². Kehadiran dari PMN telah memberikan banyak dampak dan pengaruh besar terhadap sektor ekonomi negara. Akan tetapi, di sisi lain kehadiran dan keberadaan dari PMN di dalam sebuah negara juga menghadirkan dilema ditengah-tengah lingkungan dan masyarakat atas tujuan utama PMN yang mengutamakan keuntungan maksimal dari tempat operasionalnya. Meningkatnya jumlah dan perluasan cabang dari PMN ke berbagai negara berkembang pada akhirnya menimbulkan pandangan negatif terhadap keberadaan dari PMN itu sendiri. Mulai dari eksploitasi sumber daya alam, pelanggaran hak ketenagakerjaan, dan perusakan lingkungan menjadi pandangan negatif yang kerap timbul atas keberadaan dan kehadiran dari PMN. Tidak bisa dipungkiri bahwa impresi awal dari banyak masyarakat terhadap keberadaan korporasi

¹ Thomas Oatley, *International Political Economy (2006)- Chapter 8 Multinational Corporations in the Global Economy*, Pearson Education Inc, New York, hal. 164.

² *Multinational Corporations: Learning Objectives*, diakses pada 8 September 2015 dari <http://www2.uh.edu/chapao/MGMT4322/Summaries/Chapter%2011%20Summary.pdf>

adalah untuk mengambil keuntungan dari konsumen dan masyarakat. Di dalam pemikiran masyarakat, umumnya bisnis hanyalah tentang memaksimalkan keuntungan dan bisnis pun memiliki kepedulian yang minim terhadap lingkungan, masyarakat, dan isu-isu yang terkait dengan hak asasi manusia³.

Banyaknya pandangan negatif akan kehadiran PMN pun akhirnya menimbulkan kesadaran kepada PMN untuk menciptakan hubungan yang baik dan juga fokus yang lebih besar terhadap lingkungan dan masyarakat. PMN hari-hari ini juga bertekad untuk mereduksi dan menghapus pandangan buruk masyarakat terhadap PMN dan membuktikannya lewat aksi-aksi yang mampu dilakukan PMN sebagai suatu bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat sosial. Hal ini menghasilkan sebuah tren bagi korporasi untuk terlibat di dalam kegiatan tanggung jawab sosial. Korporasi, termasuk usaha kecil dan medium sekarang sedang berlomba-lomba untuk menciptakan program dan strategi variatif yang dapat menyeimbangkan profitabilitas dengan tanggung jawab sosial. Kemudian, bentuk dari tanggung jawab sosial telah umum dipahami dalam istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR lebih jauh diartikan sebagai sebuah sistem bisnis yang memungkinkan peningkatan produksi dan distribusi kekayaan melalui implementasi dan integrasi dari sistem etika dan praktek pengelolaan berkelanjutan⁴. Dengan implementasi dan integrasi dari sistem etika dan keberlanjutan, PMN meyakini bahwa perusahaan mampu untuk mereduksi dan menghapus pandangan negatif ditengah-tengah masyarakat. Langkah ini juga kemudian mampu menciptakan sebuah pandangan kepada

³LokYiu Chan, *Corporate Social Responsibility of Multinational Corporations*, diakses pada tanggal 8 September 2015 dari http://digitalcommons.tacoma.uw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1018&context=gh_theses ,

⁴Richard E. Smith, *Defining Corporate Social Responsibility: A Systems Approach For Socially Responsible Capitalism*, diakses pada 9 September 2015 dari http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=od_theses_mp ,

masyarakat bahwa PMN merupakan aktor penting dalam menyokong pertumbuhan sektor ekonomi, sosial, dan politik dari negara tempat ia berdiri. Lebih jauh lagi, CSR dapat diimplementasikan dalam berbagai macam bentuk yang kemudian dapat membantu PMN untuk memperbaiki citranya kepada masyarakat. Seiringan dengan lingkungan yang dewasa ini memberikan banyak tantangan dan ancaman, PMN berpotensi untuk terlibat diberbagai isu untuk menerapkan CSRnya.

Dalam penelitian kali ini, penulis akan mengkaji tentang program CSR oleh *The Coca-Cola Company* dalam bantuan dan rekonstruksi pasca bencana Super Typhoon Yolanda oleh (TCCC) di Filipina. Seperti yang kita ketahui, Filipina merupakan negara kepulauan yang berada di garis khatulistiwa dan juga berada pada titik *Golden Triangle*. Kondisi geografis negara ini membuat dirinya rentan akan terjadinya bencana seperti badai dan gempa bumi. Bahkan di abad ke-21 ini, Filipina tidak dapat menghindari kenyataan bahwa terdapat lebih dari 20 badai yang melanda teritorinya per tahunnya. Hal ini menimbulkan keresahan bagi masyarakat Filipina dimana setiap badai yang datang menghasilkan kerusakan dan kerugian bagi masyarakat. Mulai dari kerusakan pada sektor infrastruktur, ekonomi, sosial, sampai kepada titik dimana banyaknya korban meninggal atas bencana yang ada. Dalam penelitian ini penulis menjadikan badai *Super Typhoon Yolanda* sebagai tragedi yang dibahas. *Super Typhon Yolanda* dikenal sebagai badai typhoon terdasyat yang pernah terjadi di sepanjang sejarah terjadinya badai typhoon. Badai ini memberikan dampak langsung kepada 14,1 juta masyarakat Filipina dan menghasilkan kerusakan parah dan juga banyak nyawa melayang akibat besarnya badai. Tentunya dengan dampak tersebut, pemerintah dan juga masyarakat Filipina memiliki beban berat untuk pulih dan membangun kembali seluruh kerusakan yang dihasilkan oleh badai ini. Sebagai salah satu negara yang menjadi pasar terbesar bagi TCCC, Filipina merupakan

negara yang mendapatkan konsentrasi lebih dari TCCC demi mempertahankan pangsa pasar perusahaan ini serta juga untuk menerapkan prinsip bisnis berkelanjutan di Filipina. Atas terjadinya badai Super Typhoon Yolanda, TCCC memberikan komitmennya untuk membantu Filipina melalui pernyataan perusahaan yaitu bahwa perusahaan ini akan memberikan total bantuan berupa paket bantuan bencana US\$ 2,5 juta dollar untuk membantu Filipina dalam usaha memberikan bantuan dan melakukan rekonstruksi pasca bencana. Langkah ini dilakukan atas komitmen Coca-Cola untuk membantu memulihkan kembali kondisi masyarakat⁵.

1.2 Identifikasi Masalah

Di bagian ini, penulis akan menjelaskan mengenai hal yang mendorong TCCC sebagai PMN untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility* serta menerapkan program tersebut dalam bentuk bantuan dan rekonstruksi pasca bencana Super Typhoon Yolanda di Filipina. Dalam sub-bab ini pun penulis akan menjelaskan perumusan masalah yang kemudian dibungkus dalam pertanyaan penelitian dengan pembatasan masalah yang telah disesuaikan.

1.2.1 Deskripsi Masalah

Salah satu PMN yang secara aktif menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah *The Coca Cola Company* (TCCC). Sejak berdirinya TCCC di Atlanta, Georgia, pada tahun 1886, Coca-Cola telah menjadi promotor bagi aktivitas interaksi sosial dan inspirasi inovasi. Hari ini konsumen dari seluruh dunia telah menikmati produk TCCC sebanyak 1.7 miliar produk disetiap harinya dan sebanyak 19,400 botol minuman disetiap detiknya. TCCC

⁵ The Coca-Cola Company, "Coca-Cola Contributes More Than US\$ 2.5 Million in Typhoon Relief Aid", diakses pada 9 September 2015 dari <http://www.coca-colacompany.com/press-center/press-releases/coca-cola-contributes-more-than-us-25-million-in-typhoon-relief-aid>

juga merupakan PMN terbesar di dunia yang telah beroperasi selama 129 tahun dan produknya tersedia di 200 negara dunia⁶. Berdasarkan nilai yang terkandung dalam perusahaan serta visi dan misi yang menempatkan sektor manusia dan planet sebagai komponen dalam mendukung perusahaan ini dalam menghadirkan perbedaan, Coca-Cola memberikan konsentrasi besar terhadap sebuah bentuk tanggung jawab sosial kepada masyarakat yang merupakan pemeran penting dalam membentuk bisnis Coca-Cola di masa depan.

TCCC memiliki lebih dari 15 bentuk program CSR yang merupakan realisasi dari komitmen perusahaan ini akan prinsip *sustainability*. Atas komitmen tersebut, Coca-Cola melakukan banyak kegiatan CSR yang salah satunya diterapkan di Filipina dalam bentuk bantuan dan rekonstruksi pasca bencana Super Typhoon Yolanda. Tidak dapat dipungkiri bahwa bencana alam merupakan sebuah kondisi yang memerlukan respon langsung serta perencanaan yang cepat dalam penyaluran bantuannya. Maka dari itu, perusahaan ini hadir dengan memberikan program bantuan dan rekonstruksi pasca bencana yang akan sangat membantu pemerintah Filipina dalam membangun kembali stabilitas negara pasca bencana.

Program-program yang terdapat dalam bentuk bantuan dan rekonstruksi pasca bencana yang diimplementasikan oleh TCCC dimulai pada tahun 2013 dan ditargetkan sampai tahun 2020. Program-program yang ternaung dalam bentuk bantuan dan rekonstruksi pasca bencana ini mencakup respon langsung dan rekonstruksi jangka panjang. Respon langsung yang diberikan Coca-Cola ditujukan untuk memenuhi kebutuhan fundamental pasca bencana seperti kebutuhan akan pasokan air bersih, obat-obatan, dan bantuan materil lainnya. Kemudian rekonstruksi jangka panjang bertujuan untuk memulihkan dan membangun kembali sektor ekonomi negara

⁶A Short History of The Coca Cola Company, diakses pada 10 September 2015 dari http://assets.coca-colacompany.com/a7/5f/95ccf35a41d8adaf82131f36633c/Coca-Cola_125_years_booklet.pdf

yang rusak akibat bencana melalui pemberian pelatihan bisnis dan pembangunan sarana-sarana yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat. Hal ini sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan yang ada di Filipina pada masa pasca bencana. Pada saat bencana berakhir, pemerintah Filipina memiliki hambatan dalam usaha bantuan bencana dimana tidak tersedianya pasokan air bersih di banyak wilayah. Hal ini membuat pasokan air bersih untuk memberikan pertolongan kepada para korban bencana. Kemudian, banyaknya rumah-rumah yang rusak juga membuat banyaknya korban bencana menjadi terlantar dan tidak memiliki tempat untuk berlindung. Hal lain yang menjadi masalah yang ditimbulkan oleh bencana Super Typhoon Yolanda adalah rusaknya infrastruktur yang menopang perekonomian masyarakat Filipina. Dengan kategori badai 5 (Category 5 Hurricane), badai ini merusak toko, gudang, serta aset ekonomi lain yang dimiliki masyarakat. Selain itu, akses distribusi bantuan juga terhambat karena pohon dan puing-puing yang menutupi jalan. Tentunya dengan kerusakan tersebut, masyarakat akan terhambat apabila tidak adanya sumber mata pencaharian yang mampu memulihkan kondisi mereka seperti semula. Ditambah lagi, 4,400 keluarga menjadi terdampak dan tidak memiliki tempat tinggal. Dampak dari hal ini juga jelas yaitu memburuknya sektor ekonomi dengan hilangnya mata pencaharian masyarakat Filipina serta berpotensi meningkatkan angka kemiskinan pada negara ini. Sehingga dapat kita lihat bahwa program bantuan dan rekonstruksi pasca bencana merupakan hal yang sangat tepat untuk dilakukan di Filipina demi membantu dan memulihkan kondisi masyarakat setelah terjadinya bencana. Dengan bentuk *CSR* ini, penulis meyakini bahwa menjadi sangatlah penting dan menarik untuk mengkaji lebih dalam tentang implementasi program *CSR* TCCC dalam bentuk bantuan dan rekonstruksi pasca bencana *Super Typhoon Yolanda* di Filipina.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Pada riset ini, penulis berniat untuk membatasi fase dari tragedi yang terjadi dari akhir bulan November 2013 dimana TCCC pertama kali menyalurkan bantuan dan rekonstruksi pasca bencana sampai pada tahun 2015. Penulis lebih jauh berharap aktor pendukung yang terlibat dalam bencana ini yaitu pemerintah Filipina dapat mengambil bagian didalam menyempurnakan penelitian ini. Lebih lagi, penelitian ini hanya akan fokus terhadap Filipina sebagai area implementasi dari CSR TCCC.

1.2.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, deskripsi masalah, dan juga pembatasan masalah, penulis ingin menyimpulkan permasalahan di dalam penelitian ini menjadi sebuah pertanyaan riset yaitu, “ Bagaimana Implementasi dari Program *Corporate Social Responsibility* oleh The Coca-Cola Company dalam Bantuan dan Rekonstruksi Pasca Bencana *Super Typhoon Yolanda* di Filipina?”.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penulis menyadari bahwa menganalisa *Multi National Corporation* (MNCs) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukanlah lagi hal baru di dalam ilmu hubungan internasional. Namun, penulis yakin bahwa menganalisa bagaimana sebuah Perusahaan Multi Nasional menerapkan dan mengeksekusi program CSR demi meraih kepercayaan dari masyarakat adalah sebuah hal yang penting. Kemudian, tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian ini tentang bagaimana implementasi program CSR TCCC

dalam bantuan dan rekonstruksi pasca bencana bencana *Super Typhoon Yolanda* di Filipina.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap bahwa penelitian ini akan sangat bermanfaat dan berguna bagi aspek akademis mahasiswa dan juga memberikan pengetahuan luas bagi pembaca. Sehingga, para pembaca mampu memiliki pandangan serta pengertian mendalam tentang *Multi National Corporations* (MNCs), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan juga mampu mengetahui tentang bentuk bantuan dan rekonstruksi pasca bencana sebagai bentuk CSR dari TCCC di Filipina dalam tragedi Super Typhoon Yolanda (Haiyan).

1.4 Kajian Literatur

*Mutlinal Corporations dan Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Perekonomian Global*⁷

Oleh Aknolt Kristian Pakpahan

Kehadiran dan ekspansi pesat PMN ke berbagai belahan dunia turut memancing pandangan negatif terhadap kegiatannya. Terdapat 2 pandangan negatif utama, pertama adalah hilangnya lapangan pekerjaan dari negara asal PMN. Dengan pendirian dan perpindahan dari fasilitas produksi, negara asal dari PMN akan mengalami kehilangan lapangan pekerjaan akan tenaga kerja yang lebih murah di negara yang menjadi tempat PMN melakukan investasi. Selain hilangnya lapangan pekerjaan di negara asal, negara penerima / *host country* pun terkena dampak akan kegiatan PMN. Atas tujuan PMN yaitu upah buruh dan harga bahan baku yang murah,

⁷ Aknolt Kristian Pakpahan dalam Yulius P. Hermawan, Transformasi dalam Studi Ilmu Hubungan Internasional, *Multinational Corporations dan Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Perekonomian Global*, hal. 211-238.

banyak dari PMN yang mengeksploitasi sumber daya dan juga buruh lokal. Kemudian adalah soal kedaulatan sebuah negara. Sering kali, PMN menggunakan teknik akuntansi yang mengakibatkan kerugian bagi negara dari sektor pajak. Untuk memaksimalkan profit, PMN seringkali menghindari dari negara yang memiliki sistem pajak dengan mendistribusikan produknya ke negara lain yang memiliki sistem pajak yang meringankan PMN dan membayar pajak di negara tersebut. Dengan begitu secara tidak langsung, PMN telah melanggar dan merusak kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah di negara tersebut.

Di dalam merespon kritik dan kontroversi yang ada, PMN cenderung untuk menciptakan citra lain bahwa sebenarnya PMN bukanlah monster yang harus ditakuti oleh masyarakat. *Corporate Social Responsibility* adalah sebuah cara untuk memperlihatkan kepada masyarakat bahwa PMN memiliki tanggung jawab besar kepada masyarakat atas kehadirannya di sebuah negara. Terdapat empat prinsip fundamental dari PMN yaitu *Economic responsibilities*, *Legal responsibilities*, *Ethical responsibilities*, *Philanthropic Responsibilities*. Pertama, *Economic responsibilities* adalah sebuah bentuk tanggung jawab PMN untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan harga yang rasional serta beralasan. Kedua yaitu *Legal responsibilities*, menekankan bagaimana PMN dengan konsisten menjalankan bisnisnya seiring dengan mematuhi aturan dan hukum yang berlaku. Ketiga yaitu *Ethical responsibilities*, adalah kewajiban moral dan etika yang harus dilakukan PMN dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Didalam prinsip ini, PMN dituntut untuk menjalankan bisnisnya secara adil. Yang terakhir adalah *Philanthropic Responsibilities* dimana MNC secara sukarela berpartisipasi didalam kegiatan masyarakat. Prinsip ini juga menjadi kewajiban yang paling melekat dalam CSR, dimana PMN berkontribusi secara sukarela didalam aktivitas masyarakat. Didalam melakukan

dan mengimplementasi program CSR, PMN memiliki berbagai program yang merujuk kepada pendidikan, lingkungan dan kesehatan. Semua program yang telah diimplementasikan di negara berkembang bertujuan untuk memberikan perubahan yang signifikan terhadap pendidikan, lingkungan, kesehatan, dan juga sektor lainnya. Sehingga, CSR dapat dilihat sebagai bentuk dari tanggung jawab PMN terhadap masyarakat dan juga negara. Dengan hasrat untuk melakukan *Philanthropic Responsibilities*, pada dewasa ini banyak PMN yang mengakselerasi banyak bentuk tanggung jawab sosial. Bentuk dari CSR pada hari-hari ini, tidak hanya memberikan pandangan positif terhadap PMN, tetapi juga memberikan keuntungan kepada penjualan dan konsumsi dari produk-produk PMN. Salah satu bentuk CSR yang unik adalah bantuan dan rekonstruksi pasca bencana. Dengan meraih atensi masyarakat ditengah-tengah masa sulit, PMN dapat menggunakan kesempatan untuk menunjukkan fokusnya kepada masyarakat dengan melakukan aksi sosial dalam merespon bencana alam yang terjadi.

Corporate Social Responsibility: Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia⁸

Oleh Lina Anatan

Makin meningkatnya perhatian akan implementasi CSR menandai era kebangkitan masyarakat sehingga sudah seharusnya CSR tidak hanya menekankan pada aspek philantropy (dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial) maupun level strategi, melainkan harus makin diperluas pada tingkat kebijakan yang lebih makro dan riil. Untuk menjamin keberhasilan CSR, pengalaman dan pengetahuan khusus sangat diperlukan, sehingga perusahaan harus dapat belajar dari

⁸ Lina Anatan, *Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktis di Indonesia*, diakses pada 10 September 2015 dari majour.maranatha.edu/index.php/jurnal-manajemen/article/view/220/pdf

pengalaman perusahaan-perusahaan yang telah melaksanakan program CSR sebagai salah satu kebijakan manajemen perusahaan.

Zaidi (2003) dalam Ambadar (2008) mengemukakan bahwa dalam perkembangannya telah terjadi pergeseran paradigma pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang meliputi *corporate charity*, *corporate philanthropy*, dan *corporate citizenship*. Tahap pertama, *corporate charity* merupakan dorongan amal berdasarkan motivasi keagamaan. Tahap kedua adalah *corporate philanthropy*, yakni dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial. Tahap ketiga adalah *corporate citizenship*, yaitu motivasi kewargaan demi mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial. CSR menjadi isu penting dalam menjamin kelangsungan hidup dunia usaha saat ini. Dunia usaha tidak akan bisa berkembang tanpa memperhatikan situasi dan kondisi lingkungan sosial dimana perusahaan sehingga pelaksanaan CSR menjadi suatu keharusan bagi perusahaan dalam mendukung aktivitas bisnisnya, bukan hanya sekedar pelaksanaan tanggung jawab tetapi menjadi suatu kewajiban bagi dunia usaha. Implementasi CSR harus menjadi suatu bagian dalam peran bisnis dan termasuk dalam kebijakan bisnis perusahaan, sehingga dunia bisnis bukan hanya merupakan suatu organisasi yang berorientasi pada pencapaian laba maksimal tetapi juga menjadi suatu organisasi pembelajaran, dimana setiap individu yang terlibat didalamnya memiliki kesadaran sosial dan rasa memiliki tidak hanya pada lingkungan organisasi saja melainkan juga pada lingkungan sosial dimana perusahaan berada.

CSR merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan yang didasari tiga prinsip dasar yang meliputi *profit*, *people* dan *planet* (3P). *Profit*, sebagai lembaga usaha dengan profit oriented, perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari

keuntungan ekonomi untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dan berkembang. *People*, untuk menjamin kelangsungan hidup dan meningkatkan daya saing perusahaan, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan dan manusia yang merupakan aset berharga dalam organisasi maupun negara. Wujud program CSR yang berorientasi sosial atau *people* adalah pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan. *Planet*, kepedulian terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati bisa dilakukan melalui pelaksanaan program penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata.

Corporate Social Responsibility and Disaster Reduction: A Global Review⁹

Oleh John Twigg

Bencana yang dihasilkan oleh badai alam merupakan ancaman besar pada pembangunan berkelanjutan. Menurut *International Federation of Red Cross dan Red Crescent Societies* (IFRC), bencana alam telah membunuh kurang lebih 56.000 orang setiap tahunnya diantara tahun 1988 dan 1997. Di periode yang sama, bencana alam memberikan dampak langsung kepada 171 juta jiwa setiap tahunnya (dalam konteks kerusakan pada rumah, property, tumbuhan dan ternak, dan juga infrastruktur lokal), selagi jumlah yang terkena dampak tidak langsung (misalnya kenaikan harga bahan baku, hilangnya lapangan pekerjaan) tidak dapat dihitung. Rata-rata kerugian ekonomi global akibat bencana alam diantara 1998 dan 1997, terhitung sejumlah \$62 juta di Eropa dan Amerika Serikat, serta \$32 juta di benua Asia. Pada realitanya ternyata negara berkembang terkena dampak yang lebih. Diantara tahun 1998 dan 1997, ditemukan rata-

⁹ John Twigg, *Corporate Social Responsibility and Disaster Reduction: A Global Overview*, Benfield Greig Hazard Research Centre, University College London, hal.12

rata 88% kematian akan bencana alam setiap tahunnya terdapat di negara berkembang. Di waktu yang sama, dengan estimasi 98% bagi mereka yang terkena dampak hidup di negara berkembang.

Kebanyakan dari kerugian ekonomi terasa di negara yang lebih makmur, tetapi dampak ekonomi dari bencana alam pada negara berkembang juga dapat dibilang parah, dan dampak relatifnya pun lebih besar. Penelitian telah membuktikan bahwa secara umum mereka yang berada di posisi lemah dalam masyarakat adalah pihak yang paling menderita akibat bencana alam; kaum miskin, kaum yang paling muda dan yang paling tua, perempuan, difabel, dan bagi mereka yang termarginalisasi oleh ras maupun kasta. Kebutuhan akan aksi untuk mereduksi dampak bencana alam telah disadari untuk beberapa waktu. Kesadaran ini didasari oleh United Nations International Decade for Natural Disaster Reduction (UNDNDR) di era 1990an. Namun, resiko bahaya dan reduksi bencana meninggalkan isu marginal di dalam prosesnya seperti buruknya perencanaan pembangunan, komitmen politik yang buruk, dan aksi nyata yang dilakukan tidaklah kolektif dan jangka panjang.

Sebagai investor dan pemilik lapangan pekerjaan, sektor swasta (MNCs, NGOs, dan perusahaan swasta) merupakan aktor penting pada penanggulangan bencana alam. Mereka adalah mitra bagi pemerintah untuk mengambil langkah yang signifikan terhadap penanggulangan bencana dan juga rekonstruksi pasca bencana. Dengan parameter ini, TCCC mengambil kesempatan untuk menjadi mitra bagi Filipina dalam mengeksekusi bantuan dan rekonstruksi pasca bencana Super Typhoon Yolanda (Haiyan). Dengan langkah ini, bentuk CSR yang diterapkan TCCC akan menguntungkan bagi TCCC dan juga pemerintah Filipina.

1.5 Kerangka Pemikiran

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, penelitian ini membutuhkan fondasi yang komprehensif dan juga konsep-konsep yang akan membuat penelitian ini terstruktur. Penulis juga menyadari pentingnya perspektif fundamental untuk mengarahkan penelitian ini demi mencapai hasil yang diharapkan. Maka dari itu, pada bagian ini penulis akan menjelaskan pengertian dasar mengenai hubungan antara perspektif dan konsep demi menciptakan pengertian yang seimbang diantara penulis dan pembaca terhadap penelitian ini.

Ekonomi Politik Internasional (EPI) merupakan perspektif fundamental dari penelitian ini. EPI merupakan salah satu disiplin dalam ilmu hubungan internasional yang muncul di awal era 1970an dan 1980an. Robert Gilpin dan Roger Tooze mendefinisikan Ekonomi Politik sebagai disiplin yang menjelaskan interaksi diantara kegiatan politik dan ekonomi yang beragam dengan menggunakan paradigma, perspektif, dan metode yang diambil dari disiplin ilmu politik dan ekonomi¹⁰. Kondisi ekonomi dan politik sebuah negara tidak dapat lagi dibahas dalam isolasi, posisi dari semua negara didalam jaring pertukaran ekonomi dan hubungan politik harus dipertimbangkan. Perkembangan teknologi dan perdagangan global telah membawa masyarakat untuk terkoneksi lebih dekat. Bisnis telah dijalankan di kancah global, dengan PMN yang menjaga fasilitas produksi di beberapa negara dan juga sektor barang yang telah diperdagangkan ke penjuru dunia. Pasar modal memiliki respon dalam hitungan detik pada sinyal pasar dari jarak jauh. Perjalanan internasional, komunikasi, dan media elektronik telah membuka pintu yang lebar terhadap pertukaran sosial dan budaya. Dunia politik dituntut untuk merespon perubahan dramatis ini, seiring dengan ketergantungan ekonomi dan sosial yang juga telah menciptakan

¹⁰ Bob Sugeng Hadiwinata, Ph.D (2002), *Politik Bisnis Internasional, Politik Bisnis dalam Konteks Internasional*, Yogyakarta: Kanisius, hal. 27.

peluang dan ancaman bagi negara dan masyarakat. Hal ini juga menuntut pemimpin politik untuk dapat mampu bersikap atas tantangan dari era globalisasi yang kemudian akan menentukan nasib dari masyarakatnya akan ketergantungan yang terus berkembang¹¹.

Pakar hubungan internasional pun mencoba menyatukan ilmu hubungan internasional dengan ekonomi politik internasional (Gilpin, Keohane, Ruggie, dan Krasner), mereka memprediksi analisisnya dengan perspektif liberalisme yang menyatakan bahwa transaksi bisnis antar negara hanya dapat berkelanjutan dibawah pasar bebas, keterbukaan, dan prinsip non-diskriminasi¹². Lebih lagi, kaum ekonomi liberal tidak hanya melibatkan perusahaan nasional, tetapi juga aktor multinasional dan transnasional diluar batas negara. Selagi aktor multinasional dan transnasional menjadi pemain yang signifikan dalam globalisasi, aktor-aktor ini pada akhirnya mendapatkan perhatian serius dari studi ekonomi politik internasional. Aspek lainnya yang mengsignifikansi perpindahan menuju sistem ekonomi global adalah ketergantungan ekonomi intensif yang melibatkan aktor dalam hubungan ekonomi dalam pertumbuhan perekonomian nasional. Globalisasi ekonomi juga melibatkan pergeseran kualitatif terhadap perekonomian dunia yang tidak lagi didasarkan oleh otonomi perekonomian nasional, melainkan didasarkan pada konsolidasi pasar global pada sektor produksi, distribusi, dan konsumsi.

Seiring globalisasi telah membuka kesempatan bagi aktor non-negara untuk bersaing di kancah global, tensi dan integrasi ekonomi diantara aktor telah sepenuhnya berubah setelah akhir perang dunia ke 2. Salah satu aktor non-negara yang paling berpengaruh adalah PMN. Atas ekspansinya menuju seluruh benua dunia, PMN hadir di setiap negara. Kaum ekonomi liberal

¹¹ R. Falkner, *International Political Economy*, University of London, International Program, diakses pada 16 September 2015 dari http://www.londoninternational.ac.uk/sites/default/files/programme_resources/lse/lse_pdf/subject_guides/ir3026_ch1-3.pdf,

¹² *Loc. Cit.* pg. 28

memperdebatkan bahwasanya pasar ekonomi adalah lingkup otonom masyarakat yang beroperasi berdasarkan hukum ekonomi domestik. Tantangan ekonomi merupakan sebuah *positive-sum game* dan pasar akan cenderung untuk memaksimalkan keuntungan secara rasional, individual, dan berpartisipasi dalam pertukaran pasar¹³. Sama halnya seperti aktor non-negara yang beraktivitas dalam lingkup internasional. Mereka terus meningkatkan produksi barang dan jasa dalam skala global. Segmentasi produksi yang variatif, dari pembangunan dan desain, sampai kepada bidang manufaktur, ditempatkan di lokasi yang menawarkan kondisi terbaik bagi masing-masing sektordalam konteks harga buruh, ketersediaan masukan, serta keterjangkauan pasar¹⁴.

Colman dan Nixon lebih jauh mendefinisikan PMN sebagai unik perusahaan yang memiliki dan mengatur asset seperti pabrik, tambang, perkebunan, dan perkantoran yang dapat ditemukan di dua negara atau lebih. PMN juga memiliki karakteristik utama, yaitu¹⁵:

- Skala aktivitasnya adalah menghasilkan pendapatan, dimana PMN didirikan melampaui batas negara,
- Transaksi dari PMN kebanyakan berlangsung dalam skala perusahaan meskipun transaksi ini terjadi antar negara,
- PMN memprioritaskan kontrol atas penggunaan teknologi dan modal, menimbang kedua faktor ini merupakan keuntungan kompetitif bagi PMN,
- Pengembangan sistem manajemen dan distribusi antar negara umumnya dilakukan dengan sistem modal ventura, lisensi, dan waralaba.

¹³ Jackson and Sorensen, *Economic Liberalism in Introduction to International Relations* hal. 189

¹⁴ *ibid* hal. 214

¹⁵ *Loc. Cit.* Bob Sugeng Hadiwinata hal. 117

Di dalam aktivitasnya PMN memiliki tekanan yang membuatnya cenderung untuk mengekspansi bisnisnya melampaui batas negara (*demand and cost factor*). *Demand factor* seringkali menjadi tekanan bagi PMN untuk meraih keuntungan. Bob S. Hadiwinata menyatakan bahwa tujuan fundamental dari PMN adalah untuk menguasai pasar akan produk yang dihasilkan, dan untuk meningkatkan aktivitas bisnis demi mendapatkan profit maksimal¹⁶. Kemudian, *cost factor* cenderung membuat PMN mereduksi biaya produksi demi memaksimalkan profit dan menjaga persaingan internasional akan produknya¹⁷. Hal-hal tersebut menjadi alasan akan keberadaan PMN di setiap negara dunia dan terus mengembangkan kegiatan bisnisnya melampaui batas negara. Kehadiran PMN sebagai aktor non-negara kemudian didukung oleh teori pluralisme yang sangat berkaitan dengan konsep ekonomi liberal. Dalam teori pluralisme ini terdapat empat prinsip fundamental yang menjelaskan hubungan negara dengan PMN sebagai aktor non-negara. Prinsip-prinsip tersebut adalah:

1. Negara, aktor-non negara, dan aktor transnasional merupakan entitas penting dalam politik dunia. Entitas-entitas ini berjalan bersamaan sebagai *Global Civil Society* (Masyarakat Global) yang memiliki strategi dan tujuan yang sama seperti dalam memperjuangkan hak asasi manusia, meningkatkan kesejahteraan ekonomi, dan mencapai kebaikan bersama,
2. Negara bukanlah lagi satu-satunya aktor dalam hubungan internasional. Nyatanya peran dari aktor non-negara, lembaga swadaya masyarakat, dan organisasi internasional dapat

¹⁶ *ibid.* pg 119

¹⁷ Aknolt Kristian Pakpahan dalam Yulius P. Hermawan, Transformasi dalam Studi Ilmu Hubungan Internasional, Multinational Corporations dan Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Perekonomian Global, Yogyakarta: Graha Ilmu, hal. 211-238

memberikan pengaruh besar kepada hasil dan proses dari sebuah keputusan, serta menengahi sengketa,

3. Kaum liberal melihat bahwa sektor ekonomi, maupun bentuk ketergantungan serta keterhubungan lain diantara negara dengan aktor non-negara memiliki tendensi untuk menentramkan atau paling tidak melunakkan perilaku negara,
4. Politik global telah mengalami ekspansi dimana hubungan antara negara dan masyarakat merupakan hal yang penting untuk dapat memahami hubungan internasional. Kemudian, agenda dari politik internasional juga tidak lagi terbatas kepada isu militer dan keamanan. Isu ekonomi dan sosial juga muncul yang kemudian menuntut negara untuk melibatkan aktor non-negara dalam menyelesaikan permasalahan yang ada.

Berdasarkan prinsip-prinsip ini, kita dapat melihat bahwa kehadiran aktor non-negara akan memberikan dampak positif bagi negara dengan kontribusinya dalam berbagai isu, serta dalam meningkatkan perekonomian sebuah negara. Kemudian, PMN juga memiliki hubungan saling ketergantungan dengan negara tujuannya. Dalam tujuannya, PMN memiliki tuntutan dalam memiliki akses control untuk mendapatkan sumber-sumber bahan mentah di negara tujuan dan memiliki tuntutan mobilitas untuk dapat meyalurkan produk-produknya ke berbagai belahan dunia. Negara dalam hal ini merupakan aktor yang berkompetisi satu sama lain untuk mengundang datangnya PMN ke negara mereka. Selanjutnya, tawaran akan pendapatan sektor pajak atas masuknya PMN dan juga tersedianya lapangan pekerjaan baru yang berarti mengurangi jumlah angka pengangguran membuat negara-negara berkompetisi untuk mengundang masuknya PMN ke negara mereka. Tidak hanya itu, negara tujuan juga memiliki posisi tawar yang cukup kuat demi menarik masuknya PMN ke negaranya. Dengan potensi pasar

yang ada, negara memiliki daya tawar kepada PMN. Dengan begitu, hal-hal tersebut membuktikan bahwa hubungan antara PMN dan negara tujuan saling mempengaruhi dan membutuhkan satu sama lain¹⁸.

Akan tetapi, melonjaknya jumlah PMN di seluruh negara dunia pada era globalisasi ini nyatanya tidak membawa aroma positif bagi masyarakat negara. Pertumbuhan dan perluasan wilayah PMN malah menciptakan pandangan umum yang negatif di mata masyarakat. Mulai dari eksploitasi sumber daya alam, pelanggaran hak ketenagakerjaan, penggelapan pajak, sampai kepada pencemaran kedaulatan negara. Pandangan negatif kepada PMN dengan jelas menekankan bahwa PMN belum sepenuhnya bertanggung jawab akan aktivitasnya. Melihat kondisi ini, PMN memerlukan aksi nyata dimana PMN mampu memenuhi tanggung jawab moral atas aktivitas bisnisnya di sebuah negara. Sehingga, PMN pada akhirnya dapat meraih pandangan positif serta kepercayaan dari masyarakat. Maka dari itu, seluruh PMN pada dewasa ini bertekad untuk menyusun sebuah bentuk strategi untuk memenuhi tanggung jawabnya kepada lingkungan dan masyarakat. Strategi ini diketahui sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR secara umum merupakan praktek bisnis transparan yang dilandaskan nilai etika, pemenuhan ketentuan hukum, serta rasa hormat kepada manusia, komunitas, dan juga lingkungan. Sehingga, selain menghasilkan keuntungan, perusahaan memiliki tanggung jawab sepenuhnya atas dampak yang mereka hasilkan kepada manusia dan juga lingkungan. Di dalam komunitas bisnis, CSR dikenal sebagai "*Corporate Citizenship*", yang berarti sebuah perusahaan harus menjadi tetangga yang baik di dalam negara tempat ia beroperasi¹⁹. Di dalam bukunya "*Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*", Archie B Carroll menekankan bahwa terdapat 4 prinsip

¹⁸ *Loc. Cit* Yulius P. Hermawan

¹⁹ Zynia L. Rionda, MPA (USAID), *Corporate Social Responsibility*, diakses pada 17 September 2015 dari http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnada498.pdf

dasar dari PMN yang dapat mengukur sebuah PMN telah memenuhi dan melakukan program CSR. Prinsip-prinsip tersebut adalah²⁰:

- *Economic Responsibilities* (required): mendapatkan keuntungan, memaksimalkan pendapatan, memperkecil pengeluaran, mengkonstruksi strategi bisnis yang efektif, serta menyadari kebijakan bagi hasil;
- *Legal Responsibilities* (required): Mematuhi hukum, mematuhi peraturan lingkungan, mematuhi segala peraturan yang berhubungan dengan konsumen, mematuhi peraturan yang melibatkan tenaga kerja, dan memenuhi segala kewajiban kontrak;
- *Ethical Responsibilities* (expected): Menghindar dari segala aktivitas yang dapat menimbulkan kontroversi di tengah-tengah masyarakat;
- *Philanthropic Responsibility* (desired): Kontribusi perusahaan dengan menyediakan aktivitas yang mendukung kegiatan komunitas, masyarakat, pendidikan, melibatkan dan memberdayakan masyarakat, serta kegiatan suka rela. Bentuk tanggung jawab ini merupakan tanggung jawab terpenting dalam CSR.

Lebih lagi, PMN pada hari-hari ini memosisikan dan menekankan dirinya sebagai aktor penyokong serta mitra bagi negara untuk menyelesaikan masalah-masalah lingkungan dan juga sosial. CSR, yang didefinisikan sebagai kondisi serius dimana perusahaan menyadari dampak dari keberadaannya terhadap masyarakat, serta merupakan obligasi dari pembuat keputusan untuk mengambil langkah dalam melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat seiring dengan pemenuhan kepentingannya. Davis dan Robert Blomstrom menekankan tentang dua hal penting di dalam proses eksekusi CSR yang adalah *to protect* dan *to improve*. *To protect*

²⁰Loc. Cit. Yulis P. Hermawan

memiliki arti bahwa PMN memiliki kewajiban dan tanggung jawab dalam menanggulangi efek negatif atas kehadiran dan juga aktivitas PMN. Kemudian, *to improve* diartikan bahwa PMN harus mampu memberikan kontribusi positif dengan memberdayakan manusia untuk memiliki kehidupan yang lebih baik serta memberanikan masyarakat untuk terlibat pada proses pembangunan negara²¹. Di sepanjang dekade terakhir, aktor bisnis telah menjadi semakin penting dalam politik internasional, memanfaatkan material dan sumber daya organisasional untuk melakukan CSR, serta berkontribusi kepada produksi barang-barang publik. Aktor bisnis juga pada akhirnya menjadi lebih aktif didalam aktivitas kemanusiaan dan telah memberikan kontribusi yang signifikan pada masyarakat²².

Lebih lagi, CSR telah ditetapkan menjadi standar internasional bagi PMN dalam menjalankan roda bisnisnya. ISO 26000 sebagai badan independen non-negara menjelaskan tentang pentingnya faktor hubungan antar perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan yang dapat meningkatkan efektifitas operasional perusahaan. ISO 26000 juga menyediakan panduan tentang bagaimana pelaku bisnis dan organisasi lainnya dapat beroperasi seiring dengan bertanggung jawab sosial. Hal ini berarti perusahaan berlaku etis dan transparan dengan berkontribusi kepada kesehatan dan kesejahteraan masyarakat²³. Terdapat beragam bentuk dari CSR.

Menurut ISO 26000, terdapat 7 pokok bentuk tanggung jawab sosial yang dapat dilakukan perusahaan dalam melakukan aktivitas bisnisnya dengan bentuk program yang ditentukan oleh masing-masing perusahaan. 7 pokok bentuk tanggung jawab sosial tersebut

²¹*Loc. Cit* Yulius P. Hermawan hal 225

²²Lotbar Rieth, Humanitarian Assistance and Corporate Social Responsibility, diakses pada 19 September 2015 http://www.disastergovernance.net/fileadmin/gppi/RTB_book_chp16.pdf ,

²³ ISO 26000-Social Responsibility, diakses pada 20 September 2015 dari <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>

yaitu²⁴:

1. Praktek Buruh (*Labour Practices*)
2. Lingkungan (*Environment*)
3. Praktek Operasi yang Adil (*Fair Operating Practices*)
4. Hak Asasi Manusia (*Human Rights*)
5. Tata Kelola Organisasi (*Organizational Governance*)
6. Pengembangan Komunitas dan Masyarakat (*Development of the Community and Society*)
7. dan isu-isu konsumen (*Consumer Issues*).

Di dalam penelitian ini, penulis akan mengkaji dan menganalisa tentang implementasi program CSR dari *The Coca-Cola Company* pada bantuan dan rekonstruksi pasca bencana Super Typhoon Yolanda di Filipina dengan menghubungkan teori dan beberapa konsep. Liberalisasi Ekonomi dan pluralisme akan menjadi teori yang akan dihubungkan oleh penulis untuk mengkaji pertumbuhan dan perkembangan PMN sebagai aktor penting dalam bisnis internasional pada era globalisasi serta menjawab hubungan PMN dengan negara sebagai aktor yang saling membutuhkan. Kemudian, penulis juga akan mengelaborasi konsep dari Perusahaan Multi Nasional dan *Corporate Social Responsibility* untuk memperkuat serta mendeskripsikan implementasi dari program CSR *The Coca-Cola Company* dalam program bantuan dan rekonstruksi pasca bencana Super Typhoon Yolanda. Dalam eksekusinya, penulis menggarisbawahi misi ke-tiga dari TCCC yaitu menciptakan nilai dan menghadirkan perbedaan. Sebagai salah satu negara yang menjadi pasar terbesar Coca-Cola, tentunya TCCC memberikan perhatian khusus kepada konsumennya di Filipina. Dengan program CSR dalam bentuk bantuan

²⁴ ISO 26000: Guidance of Social Responsibility, diakses pada 20 September 2015 dari https://www.tuv.com/media/india/informationcenter_1/systems/Corporate_Social_Responsibility.pdf

dan rekonstruksi pasca bencana Super Typhoon Yolanda, TCCC berusaha untuk memenuhi kebutuhan mendesak pasca bencana. Bukan hanya bantuan, tetapi juga rekonstruksi pasca bencana meliputi sektor mata pencaharian dan infrastruktur dilakukan demi memenuhi usaha *relief and rebuild* pasca bencana.

Sehingga, penulis mendapatkan dua bentuk kepentingan dalam hadirnya TCCC dalam membantu pemerintah melalui program bantuan dan rekonstruksi pasca bencananya. Pertama, sebagai salah satu negara yang menjadi pasar terbesar bagi TCCC, perusahaan ini bertekad untuk membantu masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan mendesak setelah bencana serta untuk mensejahterakan masyarakat Filipina melalui proses pembangunan kembali sektor mata pencaharian. Yang kedua, disamping usahanya dalam melakukan program ini, tentunya kepentingan lain yang ada adalah orientasi keuntungan. Sehingga, kedua kepentingan ini dapat menciptakan keseimbangan diantara aktivitas bisnis Coca-Cola dengan tanggung jawab sosialnya kepada lingkungan dan masyarakat. Dalam hal ini juga, penulis menemukan bahwa TCCC dengan pemerintah Filipina memiliki sebuah kepentingan yang sama yaitu pada aspek manusia dimana pada hal ini kedua pihak bertekad untuk memberikan bantuan dan rekonstruksi pasca bencana *Super Typhoon Yolanda* demi mencapai usaha *relief* dan *rebuild* yang maksimal.

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengambilan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif. Metode Kualitatif cenderung bersifat deskriptif, analitikal, dan menekankan progres serta definisi dari sebuah permasalahan. Penelitian ini juga menyediakan informasi atas sisi manusia dari sebuah isu seperti kepercayaan,

opini, emosi, dan hubungan antar individu. Metode kualitatif juga efektif dalam mengidentifikasi faktor yang tidak dapat dihitung seperti norma sosial, status sosio-ekonomi, keterlibatan gender, dan etnis yang memiliki peran pada penelitian ini²⁵. Maka dari itu, penulis akan menggunakan metode kualitatif untuk mengkaji implementasi program *Corporate Social Responsibility* dari The Coca Cola Company pada bantuan dan rekonstruksi pasca bencana Super Typhoon di Filipina.

1.6.2 Teknik Pengambilan Data

Dalam melakukan penelitian ini. Penulis mengumpulkan data penelitian melalui beberapa sumber. Pertama, untuk menjelaskan teori yang digunakan, peneliti menggunakan buku dalam mengumpulkan penjelasan tentang teori tersebut. Peneliti juga menggunakan buku dan jurnal ilmiah yang menjelaskan konsep *Corporate Social Responsibility* terutama yang dapat menjelaskan bentuk-bentuk dan standarisasi tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga akan menjelaskan tentang konsep *Corporate Social Responsibility* yang berbentuk bantuan bencana. Kemudian, data mengenai profil perusahaan TCCC diambil dari website resmi perusahaan dan juga dari laporan tahunan perusahaan. Dalam menjelaskan kronologi Super Typhoon Yolanda dan usaha pemerintah Filipina, penulis mengambil data dari beberapa situs media lokal maupun internasional serta dari situs resmi pemerintah. Laporan tahunan, hasil penelitian atau kajian serta jurnal-jurnal dari organisasi-organisasi resmi lainnya seperti USAID, P&G, *Philippine Red Cross* dan berbagai organisasi resmi lainnya juga akan mendukung pengumpulan data dalam penelitian ini. Berita dari media massa juga kemudian akan digunakan untuk memperkaya data dan mendukung penelitian ini.

²⁵Family Health International, *Qualitative Research Methods: A Data Collector's Field Guide*, diakses pada 20 September 2015 dari <http://www.ccs.neu.edu/course/is4800sp12/resources/qualmethods.pdf>,

1.7 Sistematika Pembahasan

BAB I: Pendahuluan

Di dalam bab pertama, penulis akan mengelaborasi perubahan pola dari hubungan internasional yaitu perkembangan isu di dalam hubungan internasional. Penulis juga secara padat menjelaskan kelahiran dari PMN, CSR, dan profil perusahaan singkat dari The Coca-Cola Company.

BAB II: Profil Perusahaan The Coca Cola Company

Bab ke II akan berisikan tentang profil perusahaan The Coca-Cola Company dan juga Coca-Cola FEMSA Philippines sebagai perusahaan yang mengeksekusi program CSR di Filipina.

BAB III: Super Typhoon Yolanda dan Upaya Pemerintah

Bab ke III akan membahas mengenai bencana Super Typhoon Yolanda yang terjadi di Filipina. Dalam bab ini juga akan membahas peran pemerintah Filipina dalam menangani bencana Super Typhoon pada tahun 2013.

BAB IV: Implementasi Program Bantuan dan Rekonstruksi Pasca Bencana Sebagai Bentuk CSR TCCC dalam Bencana Super Typhoon Yolanda

Pada bab ke IV, penulis akan menjelaskan aktor-aktor yang terlibat dalam implementasi program-program yang diimplementasikan oleh TCCC. Penulis juga akan menjelaskan beragam program yang dilakukan oleh TCCC dalam bantuan dan rekonstruksi pasca bencana. Kemudian,

pada akhir bab ini penulis akan memberikan penilaian terhadap program yang telah dilakukan oleh TCCC.

BAB V: Kesimpulan

Pada bab terakhir dari penelitian ini, penulis akan memberikan kesimpulan atas hasil dari penelitian ini. Penulis juga akan menjawab pertanyaan penelitian yang kemudian akan dengan jelas menjabarkan implementasi program CSR TCCC dalam bentuk bantuan dan rekonstruksi pasca bencana Super Typhoon Yolanda di Filipina.