

BAB 4

KESIMPULAN

Seiring perkembangan zaman, muncullah aktor-aktor non-negara yang memainkan peran penting dalam dunia internasional. Salah satunya adalah *Multinational Corporation* (MNC) yang aktivitas usahanya bersifat lintas batas negara dan berorientasi pada profit. Namun, kegiatan MNC dalam rangka mengejar profit seringkali menimbulkan dampak yang merugikan, seperti pencemaran lingkungan dan pemanasan global yang berdampak pada kualitas hidup masyarakat sekitarnya. Hal ini memicu pandangan masyarakat yang cenderung negatif terhadap kegiatan MNC tersebut. Oleh karena itu, MNC menjalankan program *Corporate Social Responsibility* sebagai respon atas pandangan negatif masyarakat terhadap kegiatan usahanya.

Kampanye *Pink Voice* yang diluncurkan oleh Starbucks Indonesia merupakan salah satu implementasi program CSR yang dilakukan oleh MNC. *Pink Voice* didasari oleh tingginya angka kanker payudara di Indonesia, yang salah satunya disebabkan oleh kurangnya edukasi seputar deteksi dini. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan tiga hal. Pertama, program CSR bertajuk kampanye *Pink Voice* merupakan perwujudan dari salah satu komitmen Starbucks yaitu *community involvement*. Dalam konteks ini, Starbucks berkomitmen untuk menginspirasi perubahan dan mendorong kualitas hidup masyarakat ke arah yang lebih baik, salah satunya dengan menekankan kesadaran akan kanker payudara.

Kedua, kampanye *Pink Voice* sesuai dengan konsep piramida CSR, di mana kegiatan ini termasuk ke dalam tanggung jawab filantropi yang sifatnya sukarela. Dengan menjalankan tanggung jawab filantropi, Starbucks Indonesia menunjukkan bahwa perusahaannya ingin ‘memberi kembali’ kepada masyarakat dengan membangkitkan kesadaran akan kanker payudara, serta memberi bantuan dana kepada Lovepink Indonesia untuk membantu program-program seputar kanker payudara. Selain itu, implementasi kampanye *Pink Voice* sesuai dengan prinsip *Corporate Social Responsibility*, yaitu perusahaan perlu melindungi (*protect*) dan meningkatkan (*improve*) kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Ketiga, kolaborasi Starbucks dan Lovepink Indonesia membawa keuntungan bagi kedua pihak, serta mencerminkan tiga tahap hubungan antara MNC dan NGO, yaitu tahap filantropis, transaksional, dan integratif. Pada tahap filantropis, Starbucks Indonesia memberikan bantuan dana kepada Lovepink Indonesia dari sebagian hasil penjualan *Pink Drinks*. Selanjutnya, pada tahap transaksional, Starbucks dan Lovepink melakukan aktivitas bersama yaitu *Pink Talk*, *Pink Zumba*, dan USG payudara gratis, di mana terdapat hubungan yang saling menguntungkan dan pertukaran manfaat antara keduanya. Terakhir, kemitraan keduanya mencapai tahap integratif, di mana terdapat integrasi nilai (*value*), misi, dan strategi. Dalam konteks ini, Starbucks dan Lovepink memiliki nilai dan tujuan yang sama, yaitu mendorong kesadaran masyarakat dengan harapan angka kanker payudara di Indonesia dapat berkurang.

Berdasarkan ketiga penemuan di atas, maka penelitian ini menjawab pertanyaan riset “Bagaimana Kolaborasi Starbucks dan Lovepink Indonesia dalam

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampanye *Pink Voice* terhadap Isu Kanker Payudara di Indonesia pada tahun 2017-2019?” Kolaborasi antara Starbucks dan Lovepink Indonesia dalam kampanye *Pink Voice* dilakukan melalui rangkaian kegiatan seperti donasi hasil penjualan *Pink Drinks*, *Pink Talk*, *Pink Zumba*, serta kampanye melalui media sosial. Program ini mendapatkan respon yang baik dari masyarakat dan berdampak positif karena menyebarkan semangat dan keberanian untuk melawan kanker payudara, serta membangkitkan kesadaran masyarakat akan pentingnya deteksi dini kanker payudara.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak luput dari kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap penelitian ini dapat membawa manfaat dan wawasan baru bagi para pembaca mengenai program CSR perusahaan, khususnya terkait kampanye *Pink Voice* yang dicanangkan oleh Starbucks Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan, bahan komparasi, dan membuka kesempatan pengembangan bagi penelitian-penelitian dengan topik terkait di masa yang akan datang.

REFERENCES

Buku

- Bakry, Umar Suryadi. *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Blomstrom, Robert L. dan Keith Davis. *Business and Society, 3rd edition*. New York: McGraw-Hill, 1975.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches, third edition*. California: SAGE Publication, 2009.
- Elkington, John. *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line Of 21st Century Business*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers, 1998.
- Gilpin, Robert. *The Political Economy of International Relations*. New Jersey: Princeton University Press, 1987.
- Hadiwinata, Bob Sugeng. *Politik Bisnis Internasional*. Yogyakarta: Kanisius, 2002.
- Viotti, Paul R. dan Mark V. Kauppi. *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism, and Beyond*. Boston : Allyn and Bacon, 1999.
- Visser, Wayne, dkk. *The A-Z of Corporate Social Responsibility*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd, 2010.

Jurnal

- Ardani, Ni Ketut Sri dan Luh Putu Mahyuni. "Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan." *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 1 (Januari, 2020): 12-23. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2339>.
- Brammer, Stephen J., Stephen Pavelin, dan Lynda A. Porter. "Corporate Charitable Giving, Multinational Companies and Countries of Concern." *Journal of Management Studies* 46, no. 4 (February, 2008): 575-596. doi: 10.1111/j.1467-6486.2008.00827.x.

- Carroll, Archie B. "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders." *Business Horizons* 34, no. 4 (July-August, 1991): 39-48. doi: 10.1016/0007-6813(91)90005-G.
- Kusumawaty, Jajuk, dkk. "Efektivitas Edukasi SADARI (Pemeriksaan Payudara Sendiri) Untuk Deteksi Dini Kanker Payudara." *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2021): 497-501. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v4i1.1177>.
- Marnelly, T. Romi. "Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 2, no. 2 (2012): 49-59. <https://jab.ejournal.unri.ac.id/index.php/JAB/article/view/910>.
- Shidiq, Alima Fikri, dkk. "Strategi Tanggung Jawab Sosial Starbuck Dalam Mewujudkan Lingkungan Yang Berkelanjutan." *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 3 (Desember 2019): 192-201. <https://doi.org/10.24198/jppm.v6i3.26207>.
- Zain, Qurratie. "Collaboration Strategy dalam Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR): Studi Kasus Aqua Danone Klaten." *Jurnal Hubungan Internasional* 8, no. 2 (Juli – Desember, 2015): 81-98. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jhi8835eaa814full.pdf>.

Website

- "A Dream 33 Years in the Making, Starbucks to Open in Italy." *Starbucks*, 28 Februari, 2016. <https://stories.starbucks.com/stories/2016/howard-schultz-dream-fulfilled-starbucks-to-open-in-italy/>.
- "Apa itu kanker payudara?" *Indonesia Cancer Care Community*, diakses pada 10 April, 2023. <https://iccc.id/apa-itu-kanker-payudara>.
- "Bakti Sosial Lovepink Indonesia bersama Yakult." *Yakult*, 20 November, 2020. <https://yakult.co.id/berita/bakti-sosial-lovepink-indonesia-bersama-yakult-NA==>.
- "Bank Sinarmas Gelar Peduli Kanker Payudara." *Sinarmas*, 20 Februari, 2017. <https://www.sinarmas.com/blog/?p=517>.

- “Being a Responsible Company.” *Starbucks*, diakses pada 30 Maret, 2022. <https://www.starbucks.co.id/responsibility>.
- Bestari, Dinda. “Starbucks Cups of Courage.” *Sugar & Cream*, 17 Oktober, 2019. <https://sugarandcream.co/starbucks-cups-of-courage-starbucksindonesia-lovepink-pedulikankerpayudara-liryawati-samanthabarbara-online-magazine-sugarandcream-sugarandcreamco-sc-jakarta-interiormagazine/>.
- “Broadening Historical Knowledge through Ayo ke Museum Program.” *Starbucks*, diakses pada 2 April, 2023. <https://www.starbucks.co.id/community-service/broadening-historical-knowledge-through-ayo-ke-museum-program>.
- Davita, Annissa Widya. “Serba Pink di Central Park, Zumba Bareng Sambil Kampanye Kanker Payudara.” *Detik Health*, 13 Oktober, 2018. https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4254993/serba-pink-di-central-park-zumba-bareng-sambil-kampanye-kanker-payudara?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter.
- Debora, Yantina Debora. “Indeks Kesehatan Indonesia Masih Sangat Rendah.” *Tirto.id*, 17 Desember, 2017. <https://tirto.id/cBRnhttps://tirto.id/indeks-kesehatan-indonesia-masih-sangat-rendah-cBRn>.
- “Deteksi Dini Kanker Payudara dengan SADARI dan SADANIS.” *P2PTM Kementerian Kesehatan RI*, 19 September, 2017. <https://p2ptm.kemkes.go.id/kegiatan-p2ptm/subdit-penyakit-kanker-dan-kelainan-darah/deteksi-dini-kanker-payudara-dengan-sadari-dan-sadanis>.
- Dihni, Vika Azkiya. “Perempuan Lebih Rentan Alami Keluhan Kesehatan ketimbang Laki-laki.” *Katadata*, 10 Maret, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/10/perempuan-lebih-rentan-alami-keluhan-kesehatan-ketimbang-laki-laki>.
- “Donate with Starbucks Indonesia Through Drop of Hope.” *Starbucks Indonesia*, diakses pada 2 April, 2023. <https://www.starbucks.co.id/community-service/donate-with-starbucks-indonesia-through-drop-of-hope>.
- “Howard Schultz.” *Starbucks*, diakses pada 23 Maret, 2023. <https://archive.starbucks.com/record/howard-schultz>.

“In the Spirit of Doing Good, Starbucks Donated Over IDR 500 Million to Support Lovepink.” *Starbucks Indonesia*, diakses pada 11 April, 2022. <https://www.starbucks.co.id/responsibility/community/details/pink-voice-handover>.

“In the Spirit of Doing Good, Starbucks Donated Over IDR 500 Million to Support Lovepink.” *Starbucks*, diakses pada 2 Mei, 2023. <https://www.starbucks.co.id/community-service/in-the-spirit-of-doing-good-starbucks-donated-over-idr-500-million-to-support-lovepink>.

“Kanker Bisa Dicegah, Deteksi Dini Kanker Payudara dan Serviks Ditanggung Pemerintah.” *Kemkes RI*, 11 Juni, 2017. <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20170610/1321288/kanker-dicegah-deteksi-dini-kanker-payudara-dan-serviks-ditanggung-pemerintah/>.

“Our Company.” *Starbucks*, diakses pada 23 Maret, 2023. <https://www.starbucks.com/about-us/>.

“Our Founders.” *Starbucks*, diakses pada 23 Maret, 2023. <https://archive.starbucks.com/record/our-founders?collection=the-early-years>.

“Our Mission and Value.” *Starbucks*, diakses pada 1 April, 2023. <https://www.starbucks.co.id/about-us/company-information/mission-statement>.

“Our Mission.” *Starbucks*, diakses pada 1 April, 2023. <https://archive.starbucks.com/record/our-mission>.

“Panduan Program Nasional Gerakan Pencegahan Dan Deteksi Dini Kanker Leher Rahim Dan Kanker Payudara.” *Kementerian Kesehatan RI*, 21 April, 2015.

“Penyakit Kanker di Indonesia Berada Pada Urutan 8 di Asia Tenggara dan Urutan 23 di Asia.” *Kementerian Kesehatan RI*, 31 Januari, 2019. <http://p2p.kemkes.go.id/penyakit-kanker-di-indonesia-berada-pada-urutan-8-di-asia-tenggara-dan-urutan-23-di-asia/>.

“Peringati Hari Kartini : Lindungi Perempuan Dari Kanker Serviks dan Payudara.” *Kemkes RI*, 17 April 2017. <https://www.kemkes.go.id/article/print/>

17041800002/peringati-hari- kartini-lindungi-perempuan-dari-kanker-serviks-dan-payudara.html.

“Pertamina-Lovepink: Support adalah Kunci Bagi Penderita Kanker Payudara.” *Pertamina*, 10 Oktober, 2020. <https://www.pertamina.com/id/newsroom/energia-news/pertamina-lovepink-support-adalah-kunci-bagi-penderita-kanker-payudara>.

“Pink Talk.” *Lovepink Indonesia*, diakses pada 20 April, 2023. <http://lovepinkindonesia.org/pinktalk>.

“Pink Visit.” *Lovepink Indonesia*, diakses pada 20 April, 2023. <http://lovepinkindonesia.org/pinkvisit>.

“Riset Penyakit Tidak Menular: Tumor Payudara Dan Lesi Prakanker Serviks.” *Laporan Kementerian Kesehatan RI*, Desember 2016.

“Siapa itu Lovepink?” *Lovepink Indonesia*, diakses pada 20 April, 2023. <http://lovepinkindonesia.org/whoweare>.

“Starbucks Celebrates Coffee Artistry for Espresso Lovers with its Latest ‘Art in a Cup’ Campaign.” *Starbucks Indonesia*, diakses pada 2 April, 2023. <https://www.starbucks.co.id/community-service/starbucks-celebrates-coffee-artistry-for-espresso-lovers-with-its-latest-art-in-a-cup-campaign>.

“Starbucks Company Profile.” *Starbucks*, diakses pada 1 April, 2023. <https://globalassets.starbucks.com/assets/f62c45cd8a8b4699befc60a2618f0431.pdf>.

“Starbucks Goes Pink with #PINKVOICE.” *Starbucks*, diakses pada 2 Mei, 2023. <https://www.starbucks.co.id/community-service/starbucks-goes-pink-with-pinkvoice>.

“Starbucks in Indonesia.” *Starbucks Indonesia*, diakses pada 1 April, 2023. <https://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>.

“Talk About It, Share It, and Save More Lives through PINKVOICE.” *Starbucks Coffee Company*, diakses pada 30 Maret, 2022. https://www.starbucks.co.id/responsibility/community/details/pinkvoice_2018.

- “Talk About It, Share It, and Save More Lives through PINKVOICE.” *Starbucks*, diakses pada 2 Mei 2023. <https://www.starbucks.co.id/community-service/talkabout-it-share-it-and-save-more-lives-through-pinkvoice>.
- “Starbucks encourages Indonesians to unleash their ‘pink voice’ for Breast Cancer Awareness Month.” *Mumbrella Asia*, 26 oktober, 2017. <https://www.mumbrella.asia/2017/10/starbucks-encourages-indonesians-unleash-pink-voice-breast-cancer-awareness-month>.
- Galesha, Puti. “Sadari Untuk Deteksi Dini Kanker Payudara,” *Kemkes RI*, 29 Juli, 2022. https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/669/sadari-untuk-deteksi-dini-kanker-payudara.
- Lahitani, Sulung. “Kembali Adakan Indonesia Goes Pink, Love Pink Ajak Masyarakat Peduli Deteksi Kanker Payudara Sejak Dini.” *Liputan6*, 15 September, 2022. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5070929/kembali-adakan-indonesia-goes-pink-love-pink-ajak-masyarakat-peduli-deteksi-kanker-payudara-sejak-dini>.
- Pangribowo, Supriyono. “Beban Kanker di Indonesia.” *PUSDATIN Kementerian Kesehatan RI*, 17 Oktober, 2019. <https://pusdatin.kemkes.go.id/download.php?file=download/pusdatin/infodatin/Infodatin-Kanker-2019.pdf>.
- Rizaty, Monavia Ayu. “Starbucks Miliki 32,8 Ribu Gerai Resmi di Seluruh Dunia, Terbanyak di AS.” *Katadata*, 26 Agustus, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/starbucks-miliki-328-ribu-gerai-resmi-di-seluruh-dunia-terbanyak-di-as#:~:text=Starbucks%20menjadi%20perusahaan%20minuman%20kopi,Serikat%20negara%20total%206.451%20gerai>.
- Widowati, Hari. “Kasus Kanker Payudara Paling Banyak Terjadi di Indonesia.” *Databoks*, 3 Juni, 2019. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/06/03/kasus-kanker-payudara-paling-banyak-terjadi-di-indonesia>.