



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* PT.
Coca-Cola Amatil Indonesia di bidang lingkungan dalam
program *Bali Beach Clean Up* di Bali tahun 2014-2016**

Skripsi

Oleh

Clara Santi Rejeki

2013330054

Bandung

2017



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* PT.
Coca-Cola Amatil Indonesia di bidang lingkungan dalam
program *Bali Beach Clean Up* di Bali tahun 2014-2016**

Skripsi

Oleh

Clara Santi Rejeki

2013330054

Pembimbing

Dr. Aknolt Kristian Pakpahan

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi



Nama : Clara Santi Rejeki
Nomor Pokok : 2013330054
Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility*
PT. Coca-Cola Amatil Indonesia di bidang lingkungan
dalam program *Bali Beach Clean Up* di Bali tahun 2014-
2016

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 11 Juli 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. A. Irawan Justiniarto Hartono, Drs., M. A.

:

Sekretaris

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

:

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 : Clara Santi Rejeki

NPM : 2013330054

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia di bidang lingkungan dalam program *Bali Beach Clean Up* di Bali tahun 2014-2016.

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

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

Bandung, 31 Juli 2017



Clara Santi Rejeki

Abstrak

Nama : Clara Santi Rejeki

NPM : 2013330054

Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia di bidang lingkungan dalam program *Bali Beach Clean Up* di Bali tahun 2014-2016

Penelitian ini membahas bagaimana suatu perusahaan dapat mengimplementasikan program tanggung jawab social-nya pada bidang lingkungan. Dalam penelitian ini penulis memilih satu perusahaan yakni Coca-Cola Amatil Indonesia dengan meneliti salah satu program tanggung jawab social-nya yaitu *Bali Beach Clean Up*. Maka penelitian ini memiliki pertanyaan penelitian sebagai berikut : **“Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia di bidang lingkungan dalam program *Bali Beach Clean Up* di Bali tahun 2014-2016?”**

Untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian tersebut maka penulis menggunakan teori-teori sebagai berikut ; teori pluralisme merupakan sebuah teori yang menyebutkan bahwa MNC hadir sebagai aktor non-negara dalam dunia Hubungan Internasional. Teori CSR dimana perusahaan melaksanakan program tanggung jawab sosialnya bukan hanya karena bentuk tanggung jawab kepada masyarakat dan pemerintah tetapi juga adanya suatu kepentingan ekonomi.

Penelitian ini menemukan bahwa: (1) PT. Coca-Cola Amatil Indonesia telah menjalankan Program *Bali Beach Clean Up* sejak tahun 2008 yang bertujuan untuk mendukung program pemerintah yaitu *Bali Clean and Green*. (2) Program ini dilaksanakan setiap harinya di 5 pantai ikonik Bali yakni: Pantai Kuta, Pantai Legian, Pantai Seminyak, Pantai Jimbaran dan Pantai Kedonganan. (3) PT. Coca-Cola Amatil Indonesia mempunyai tim kebersihan yang berada di setiap pantainya dan berjumlah lebih dari 50 anggota tim secara keseluruhan.

Keywords : Perusahaan Multinasional, tanggung jawab sosial, lingkungan, Bali Beach Clean Up, Coca-Cola Amatil Indonesia.

Abstract

Name : Clara Santi Rejeki
Student Number : 2013330054
Title : The Implementation of Coca-Cola Amatil Indonesia's Corporate Social Responsibility in the Environmental Sector for the Bali Beach Clean Up Program on Bali from 2014-2016

This research discusses the way a company implements its corporate social responsibility program in the environmental field. In this research, one company has been selected, namely Coca-Cola Amatil Indonesia and one of Coca-Cola's corporate social responsibility program namely the Bali Beach Clean Up has been chosen. The research question is : "How is the Implementation of Coca-Cola Amatil Indonesia's Corporate Social Responsibility in the environmental sector for Bali Beach Clean up program on Bali from 2014-2016?"

To be able to answer the research question, the following theories have been used; The theory of pluralism. This theory identifies MNC as a non-state actor in the world of International Relations. The other theory is the CSR theory in which the company carries out its social responsibility program not only due to the form of responsibility to the community and the government but also the existence of an economic interest.

The research findings are: (1) PT. Coca-Cola Amatil Indonesia has been implementing the Bali Beach Clean Up Program since 2008 to support the government program, namely Bali Clean and Green. (2) This program is implemented every day at 5 iconic beaches of Bali namely: Kuta Beach, Legian Beach, Seminyak Beach, Jimbaran Beach and Kedonganan Beach. (3) PT. Coca-Cola Amatil Indonesia has a clean-up team located on every beach, totaling more than 50 members of the team as a whole.

Keywords : Multinational Corporations, Corporate Social Responsibility, Environment, Bali Beach Clean Up, Coca-Cola Amatil Indonesia.

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penelitian dengan judul “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia di bidang lingkungan dalam program *Bali Beach Clean Up* di Bali tahun 2014-2016” dibuat untuk memenuhi syarat menyelesaikan program sarjana program studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Penelitian ini menjelaskan bagaimana sebuah Perusahaan Multinasional yang beroperasi di Indonesia yakni PT. Coca-Cola Amatil Indonesia melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial-nya dalam program *Bali Beach Clean Up*. Pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan penelitian ini dari awal hingga akhir, serta kepada seluruh pihak yang berada selalu ada dalam kehidupan penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Parahyangan.

Akhirnya penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan perkembangan Ilmu Hubungan Internasional. Penulis juga berharap akan segala masukan dan kritik yang dapat membangun dikarenakan penelitian ini jauh dari sempurna.

Ucapan Terimakasih

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang menyertai perjalanan penulis sebagai mahasiswi di Universitas Katolik Parahyangan terutama pada proses penyusunan penelitian ini dari awal hingga akhir. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya perhatian, bantuan dan dukungan dari pihak-pihak lain penelitian ini tidak akan terselesaikan dengan lancar, dan secara khusus penulis ingin berterimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selalu mendengarkan keluh kesah dan selalu memberikan cahaya di kala dunia terasa gelap dan tiada jalan.
2. Kedua orang tua penulis, kepada mami yang selalu ada dikala sakit maupun sehat terimakasih atas segala dukunganmu. Kepada almarhum papi, inilah persembahan anakmu pih. Terimakasih sudah menjadikan penulis menjadi pribadi yang seperti saat ini.
3. Kedua kakak penulis, Petrus Teguh dan Indra Santoso, terimakasih sudah selalu mendukung penulis dalam segala keadaan.
4. Dosen pembimbing Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, yang senantiasa sabar dalam membimbing dan selalu memberikan masukan demi kemajuan penelitian ini.
5. Seluruh dosen di Universitas Katolik Parahyangan terutama dosen program studi Hubungan Internasional yang telah memberikan ilmu-ilmu selama perkuliahan maupun di luar perkuliahan.

6. Coca-Cola Amatil Indonesia Denpasar, Ibu Indah dan Mas Pandu, terimakasih atas segala informasi dan kesempatan yang diberikan untuk mendukung penelitian ini. Tim CSR CCAI, Bli Wayan, Bli Putu, Pak Man, Bli Agung dan seluruh tim kebersihan di seluruh pantai, terimakasih atas segala suka duka dan pengalaman yang diberikan kepada penulis.
7. Rekan-rekan di Pusat Pengembangan Karir, Universitas Katolik Parahyangan : Ibu Dewiyani, Ibu Anggi, Ibu Indar, Ko Yulio dan teman-teman magang yang sering berganti. Terimakasih telah memberikan banyak pengalaman dan pelajaran selama 2 tahun magang di PPK.
8. Ibu Kristining Seva, terimakasih karena selalu sabar membimbing dan selalu memberikan masukan kepada penulis dalam proses penyusunan penelitian ini serta tidak pernah bosan mendengarkan keluhan penulis dan selalu mendukung penulis dalam menjalani lika-liku kehidupan ini. Terimakasih sudah menjadi ibu juga teman bagi penulis.
9. Tamara Septiani, terimakasih atas tumpangan gratisnya dari semester 1 hingga penulis punya motor sendiri dan terimakasih sudah mendengarkan semua keluhan penulis. Cardita, teman sejak awal semester, bareng-bareng jadi maskot negara kemudian barengan di Kakak Asuh, terimakasih karena telah menemani dan mendukung penulis dari sebelum masuk ruang sidang sampai akhirnya selesai. Adella Anna, teman sedari SMA, terimakasih tetap menjadi teman penulis hingga saat ini.
10. Herdiani Dewi, terimakasih atas segala kebersamaan yang genah dan ga genah, terimakasih atas segala kata-kata pedas yang membangun. Hyacinta Louisa, teman ter-genah yang pernah ada, terimakasih atas segala

kebaikanmu caa! Kamu paling genah! Christian Arifin, terimakasih sudah jadi laki-laki yang sabar menghadapi cewe-cewe ribet ini. Hahaha, kapan-kapan main lagi gengs!

11. Vinsensius Kevin, terimakasih atas kehadirannya di hidup penulis. Terimakasih atas segala bentuk dukungan yang kamu kasih dari jaman seminar, magang di Bali, dan selama penyusunan penelitian ini. Terimakasih selalu sabar menghadapi penulis yang keras kepala ☺ love you :*
12. Teman-teman SMA, Diah terimakasih sudah rela menjemput dan penulis dikala penulis datang ke Bali. Indah dan Novita terimakasih atas segala cerita dan kebaikan kalian.
13. Teman SMP, Shella terimakasih masih selalu ngajak ketemu di kala sedang sibuk dan makasih atas dukungannya. Monica Ratnasari terimakasih atas segala kenangan yang pernah ada sejak SMP hingga kini, cepet nyusul yaa!! Fransiskus Evan terimakasih atas tumpangan gratisnya wo! Semoga lu cepat nyusul juga!
14. Teman-teman HI 2013, teman-teman daftar ulang mahasiswa baru, teman-teman ambassador, dan teman-teman kakak asuh yang tidak disebutkan namanya. Terimakasih atas segala pengalaman dan pembelajaran yang berharga selama penulis menjadi mahasiswi di Universitas Katolik Parahyangan.

“Love begins with a smile, grows with a kiss and ends with a tear. The brightest future will always be based on a forgotten past. You can’t go on well in life until you let go of your past failures and heartaches.”

Daftar Singkatan

ASITA	: Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia
BBCU	: Bali Beach Clean Up
BLH	: Badan Lingkungan Hidup
CCAI	: Coca-Cola Amatil Indonesia
CSR	: Corporate Social Responsibility
DKP	: Dinas Kebersihan dan Pertamanan
DSL	: Desa Sadar Lingkungan
HAM	: Hak Asasi Manusia
PHRI	: Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia
PMN	: Perusahaan Multinasional
TPA	: Tempat Pembuangan Akhir
TPS	: Tempat Pembuangan Sementara

Daftar Gambar

Gambar 3. 1	39
Gambar 3. 2	41
Gambar 3. 3	43
Gambar 3. 4	45
Gambar 3. 5	49
Gambar 3. 6	50
Gambar 3. 7	52
Gambar 3. 8	55
Gambar 3. 9	57
Gambar 3. 10	57
Gambar 3. 11	59
Gambar 3. 12	61
Gambar 3. 13	62
Gambar 3. 14	64
Gambar 3. 15	65
Gambar 3. 16	67
Gambar 3. 17	67

Daftar Isi

Abstrak.....	i
<i>Abstract</i>	ii
Kata Pengantar.....	iii
Ucapan Terimakasih.....	iv
Daftar Singkatan	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Isi.....	ix
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.1 Deskripsi Masalah.....	3
1.2.2 Pembatasan Masalah	5
1.2.3 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4 Kajian Literatur	6
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	15
1.6.1 Metode Penelitian	15
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	16
1.7 Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II Geografis Bali dan Permasalahan Lingkungan Bali.....	18
2.1 Letak Geografis dan Sejarah Pariwisata Bali.....	18
2.1.1 Permasalahan Lingkungan Bali	22
2.1.2 Permasalahan Sampah di Bali	26
2.2 Peran Pemerintah Bali dalam mengatasi permasalahan lingkungan Bali....	28
2.2.1 Badan Lingkungan Hidup (BLH)	28
2.2.2 Peran BLH dalam menghadapi permasalahan lingkungan Bali	31
BAB III Implementasi <i>Bali Beach Clean Up</i>	35

3.1 Sejarah dan Perkembangan Coca-Cola Amatil Indonesia	35
3.1.1 Visi dan Nilai Coca-Cola Amatil Indonesia	37
3.1.2 Produk Coca-Cola Amatil Indonesia	39
3.2 Program CSR Coca-Cola di Bidang Lingkungan	41
3.2.1 <i>Water for Life</i>	42
3.2.2 <i>Water Stewardship</i>	43
3.2.3 <i>Coca-Cola Forest</i>	44
3.2.4 Efisiensi Energi	45
3.2.5 Pengelolaan Limbah.....	47
3.2.6 Big Drop & Small Drop	49
3.2.7 Kuta Beach Sea Turtle Conesevation	50
3.3 Implementasi Program <i>Bali Beach Clean Up</i>	53
3.3.1 Pantai Seminyak.....	58
3.3.2 Pantai Legian	60
3.3.3 Pantai Kuta	61
3.3.4 Pantai Kedonganan	63
3.3.5 Pantai Jimbaran.....	64
3.3.6 <i>Beach Clean Up Every Month</i>	66
3.3.7 Implementasi <i>Bali Beach Clean Up</i> berkaitan dengan Visi-Misi Coca-Cola Amatil Indonesia	68
3.3.8 Implementasi <i>Bali Beach Clean Up</i> berkaitan dengan Teori & Konsep	70
3.3.9 Kendala dalam implementasi <i>Bali Beach Clean Up</i>	72
BAB IV Kesimpulan dan Saran.....	74
Daftar Pustaka	

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan studi Hubungan Internasional era globalisasi menjadi sangat beragam, salah satu isu yang mulai dibahas adalah Ekonomi Politik Internasional.¹ Perusahaan Multinasional (PMN) merupakan salah satu bahan kajian dari Ekonomi Politik Internasional. Kehadiran PMN sebagai aktor non Negara menjadi penting, perang tidak lagi menjadi alat utama sebuah Negara memenuhi kepentingan nasional, namun banyak Negara yang memenuhi kepentingan nasionalnya melalui PMN.

Dalam melakukan bisnisnya PMN melakukan pengembangan bisnisnya di banyak Negara.² Sasaran utama dalam memperluas bisnisnya adalah Negara-negara berkembang seperti Indonesia. Negara berkembang menjadi pasar yang menguntungkan bagi PMN karena daya beli konsumen yang cukup tinggi serta tingginya tingkat pengangguran. Sehingga kehadiran PMN di Negara berkembang menjadi salah satu lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Kehadiran PMN di Negara berkembang menimbulkan pandangan positif dan negatif dari masyarakat maupun pemerintahan Negara itu sendiri.³ Di sisi positif kehadiran PMN membuka lapangan kerja bagi masyarakat, namun di sisi negatif

¹ Yulius P. Hermawan. "Perkembangan Studi Hubungan Internasional : Karakteristik Interdisipliner dan Eurosentris dalam Disiplin Hubungan Internasional." *Perubahan Global & Perkembangan Studi Hubungan Internasional*. (Bandung PT Citra Aditya Bakti.1999) hlm 8-9.

² Bob Sugeng Hadiwinata, "Investasi Asing dan Perusahaan Multinasional." *Politik Bisnis International*. (Penerbit Kanisius, 2002). Hlm 117

³ Bob Sugeng Hadiwinata, "Pro dan Kontra Terhadap Aktivitas Perusahaan Multinasional di Negara Berkembang." *Politik Bisnis International*. (Penerbit Kanisius, 2002). Hlm 135

kehadiran PMN menimbulkan permasalahan baru, salah satunya permasalahan lingkungan dan tidak jarang timbul permasalahan HAM karena adanya pekerja di bawah umur.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial maupun lingkungan secara sukarela dengan para pemangku kepentingan dalam bisnisnya.⁴ CSR berdasarkan ISO 26000 adalah kemauan sebuah organisasi atau unit usaha untuk mempertimbangkan aspek sosial dan aspek lingkungan dalam mengambil keputusan serta bertanggung jawab atas dampak keputusan tersebut yang memengaruhi masyarakat dan lingkungan⁵.

Salah satu PMN yang melebarkan bisnisnya di Indonesia adalah PT. Coca-Cola Amatil Indonesia. Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) merupakan produsen dan distributor minuman non-alkohol siap minum yang telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1992.⁶ CCAI memproduksi dan mendistribusikan produk di bawah lisensi *The Coca-Cola Company*.⁷ Dalam menjalankan bisnisnya Coca-Cola Amatil Indonesia mempunyai filosofi '*sustainability*' dimana dikatakan bahwa bisnis yang kuat karena adanya ketergantungan yang kuat kepada masyarakat.⁸ Adanya filosofi tersebut membuat Coca-Cola Amatil Indonesia memiliki beberapa program tanggung jawab (CSR) kepada masyarakat dalam

⁴ Crowther, David. "Defining CSR according to EU Commission". Corporate Sosial Responsibility.

⁵ "ISO 26000 sebagai standar Global dalam pelaksanaan CSR". ISO Center Indonesia. <http://isoindonesiacenter.com/sekilas-tentang-iso-26000/> last modified : 1 Maret 2016. diakses pada 30 September 2016.

⁶ "Sejarah CCAI", COCA-COLA AMATIL INDONESIA. <http://coca-colaamatil.co.id/pages/index/45.40.107/coca-cola-di-indonesia> diakses pada 10 Oktober 2016.

⁷ "Sejarah CCAI", COCA-COLA AMATIL INDONESIA. <http://coca-colaamatil.co.id/pages/index/45.40.107/coca-cola-di-indonesia> diakses pada 10 Oktober 2016.

⁸ "Sejarah CCAI", COCA-COLA AMATIL INDONESIA. <http://coca-colaamatil.co.id/pages/index/45.40.107/coca-cola-di-indonesia> diakses pada 10 Oktober 2016.

banyak bidang.⁹ Dalam penelitian ini akan dibahas salah satu program CSR Coca-cola Amatil Indonesia di bidang lingkungan.

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Deskripsi Masalah

Bali merupakan salah satu tujuan wisata yang diminati oleh wisatawan asing karena keindahan pantainya. Tiap tahunnya wisatawan asing selalu bertambah, hal ini tentunya membawa dampak positif dan negatif bagi pemerintahan provinsi Bali dan pemerintahan pusat. Wisatawan asing yang terus berdatangan membuat Bali semakin dikenal di dunia internasional. Banyaknya wisatawan asing pun membuat pemerintah daerah Bali harus selalu menjaga keamanan dan kenyamanan bagi para wisatawan.

Manusia di bumi ini mengalami pertambahannya setiap tahunnya, banyaknya angka kehidupan menandakan banyaknya sampah yang dihasilkan tiap harinya. Pengolahan sampah yang baik dan benar sudah mulai diterapkan beberapa wilayah, namun tidak sedikit sampah yang masih hanyut di sungai, danau, atau pun laut akibat ulah manusia yang tidak bertanggung jawab. Setiap tahun pantai Kuta mendapatkan kiriman sampah dari barat akibat angin muson barat¹⁰ yang bertiup. Untuk menaggulangi sampah yang bertumpuk tersebut pemerintah bali

⁹ “Sejarah CCAI”, COCA-COLA AMATIL INDONESIA. <http://coca-colaamatil.co.id/pages/index/45.40.107/coca-cola-di-indonesia> diakses pada 10 Oktober 2016.

¹⁰ Angin muson barat merupakan angin yang bertiup dari arah barat yaitu benua asia yang terjadi pada bulan November-April. Budaya Bahari. Hlm. 109.

merencanakan program *Bali Clean and Green* dengan tujuan, Bali sebagai tujuan wisata dunia menjadi bersih, sehat, nyaman, lestari dan indah.¹¹

Tumpukan sampah itu mencapai 26 juta kg yang terbagi ke dalam 3 jenis yaitu, 60% sampah organik, 30% sampah plastik dan 10% lain-lain.¹² Plastik merupakan sampah yang tidak dapat terurai dengan cepat secara alami, tidak akan terbayangkan apabila setiap tahunnya 780rb kg sampah plastik terus bertumpuk. Menanggapi hal ini PT. Coca-Cola Amatil Indonesia sebagai sebuah PMN turut serta membantu pemerintahan provinsi Bali untuk menanggulangi tumpukan sampah ini. Mengingat PT. Coca-Cola Amatil adalah perusahaan yang mendistribusikan minuman kemasan plastik & kaleng, maka CCAI turut andil dalam permasalahan sampah.

Sebuah PMN mempunyai tanggung jawab sosial (CSR) yang harus dilaksanakan demi mempertahankan eksistensinya. Dalam hal ini Coca-Cola Amatil Indonesia mengimplementasikan program CSR di bidang lingkungan yaitu *Bali Beach Clean Up* program dengan tujuan meminimalkan dampak limbah di pantai Bali agar memperkuat industri pariwisata yang berdampak pada masyarakat sekitar serta untuk mendukung pemerintah Bali dalam program "*Bali Clean and Green*".¹³

¹¹ "Bali Clean dan Green Komitmen Jadikan Bali Bersih, Sehat, Nyaman dan Indah", Pemerintah Provinsi Bali <http://www.baliprov.go.id/id/Bali-Clean-dan-Green-Komitmen-Jadikan-Bali-Bersih--Sehat--Nyaman-dan-Indah> diakses pada 15 Oktober 2016

¹² "Bali Beach Clean Up", COCA-COLA AMATIL INDONESIA. <http://coca-colaamatil.co.id/pages/index/45.40.107/coca-cola-di-indonesia> diakses pada 15 Oktober 2016.

¹³ "Bali Beach Clean Up", COCA-COLA AMATIL INDONESIA. <http://coca-colaamatil.co.id/pages/index/45.40.107/coca-cola-di-indonesia> diakses pada 15 Oktober 2016.

Dalam penelitian ini, penulis akan membahas secara mendalam tentang program “*Bali Beach Clean Up*” yang dilakukan oleh PT. Coca-Cola Amatil Indonesia, bagaimana hasil dari program ini serta perkembangannya.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Jangka waktu yang penulis batasi dalam penelitian ini adalah tahun 2014 hingga tahun 2016. Program ini sendiri dimulai tahun 2008, namun untuk data yang lebih dini maka penulis memilih tahun 2014 sampai dengan 2016.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, indentifikasi masalah dan pembatasan masalah yang sudah penulis jabarkan di atas maka perumusan masalah utama dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia di bidang lingkungan dalam program *Bali Beach Clean Up* di Bali tahun 2014-2016?”**

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat untuk dapat mengetahui bagaimana sebuah PMN mengimplementasikan program *Corporate Social Responsibility* serta bagaimana sebuah PMN ikut berkontribusi dalam menangani isu lingkungan melalui program CSR dan apa saja dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat sekitar.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan Srata 1 serta diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi akademisi lain yang ingin membahas perilaku PMN dalam memenuhi program *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menginformasikan masyarakat mengenai peranan PMN dalam memenuhi program *Corporate Social Responsibility* terutama dalam mengatasi isu lingkungan.

1.4 Kajian Literatur

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Soloraya terhadap Upaya Pelestarian fungsi Lingkungan Hidup Daerah Aliran Sungai Bengawan Solo Hulu (Pemikiran Kritis terhadap Implementasi)” oleh AL. Sentot Sudarwanto. Dalam jurnal tersebut dikatakan bahwa perusahaan selayaknya melaksanakan komitmen perusahaan yaitu CSR sebagaimana diatur dalam UU no. 40 tahun 2007, terutama perusahaan yang secara langsung memanfaatkan air sungai Bengawan Solo. Berkenaan dengan hal tersebut, kondisi sungai saat ini menjadi semakin kritis maka Daerah Aliran Sungai (DAS) Bengawan Solo memerlukan upaya konservasi guna menghindari degradasi lahan yang semakin parah dan menyebabkan kepunahan ekosistem yang berada di sungai.¹⁴

¹⁴ Sudarwanto, Al. Sentot. “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Soloraya terhadap Upaya Pelestarian fungsi Lingkungan Hidup Daerah Aliran Sungai Bengawan Solo Hulu (Pemikiran Kritis terhadap Implementasi).” Jurnal EKOSAINS Vol. III no. 3, November (2011) : 53-65. Diakses pada 10 Maret 2017.
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=106970&val=4048>

“Corporate Social Responsibility : Dari etika Bisnis Menuju Implementasi Good Corporate Governance” oleh Kharis Raharjo. Dalam jurnal tersebut dikatakan bahwa CSR mewakili kompromi antara etika dan perilaku-perilaku tertentu. CSR dilakukan untuk membangun *image* perusahaan di masyarakat daerah kegiatan usaha. Biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan CSR merupakan sebuah investasi jangka panjang bagi perusahaan. *Image* perusahaan yang sudah terbentuk dari program CSR membuat perusahaan menjadi lebih mudah menguasai pasar.¹⁵

“Multinational Corporations and Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Perekonomian Global” oleh Aknolt Kristian Pakpahan. Dalam tulisan tersebut, dikatakan bahwa melalui CSR perusahaan menanamkan investasi etis di masyarakat, yang pada akhirnya perusahaan mendapatkan profit yang timbul dari *public image* atau citra yang muncul di masyarakat. Dengan menjadikan CSR sebagai nilai dasar perusahaan maka tidak hanya memberikan kontribusi pembentukan masyarakat yang baik tetapi juga dapat lebih dikenal di masyarakat.¹⁶

“Tinjauan Yuridis Corporate Social Responsibility (CSR) Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Studi di PT. Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java)” oleh Ely

¹⁵ Kharis, Raharjo. “Corporate Social Responsibility : Dari etika Bisnis Menuju Implementasi Good Corporate Governance.” (2013). Diakses pada 10 Maret 2017.
<http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/dinsain/article/viewFile/144/141>

¹⁶ Aknolt, Kristian Pakpahan. *Multinational Corporations and Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Perekonomian Global* dalam Yulius P. Hermawan (2007) Transformasi dalam Studi Hubungan Internasional-Aktor, Isu, dan Metodologi. Yogyakarta : Penerbit Kanisius. Hlm 223-236.

Kusumardani. Dalam tulisan tersebut, dikatakan bahwa PT. Coca-Cola Amatil Botling Indonesia Central Java merupakan salah satu Perseroan Terbatas yang berada di Indonesia dan mempergunakan sumber daya alam sekitar perusahaan. PT. Coca-Cola Amatil Botling Indonesia Central Java dalam melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya sudah sesuai dengan pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Coca-Cola Amatil Botling Indonesia Central Java berkaitan dengan kegiatan sosial serta lingkungan.¹⁷

Dari kelima jurnal tersebut dalam disimpulkan bahwa sebuah perusahaan multinasional yang berada di Indonesia sudah selayaknya menaati segala peraturan yang berlaku di Indonesia terutama dalam menjalankan program tanggung jawab sosial. Program tanggung jawab sosial dijalankan bukan semata-mata untuk kepentingan negara tetapi juga untuk mempertahankan eksistensi sebuah perusahaan tersebut yang berdampak pada keuntungan perusahaan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Perkembangan studi hubungan internasional saat ini sudah sangat pesat dan beragam. Pasca Perang Dunia 2 pembahasan dalam studi Hubungan Internasional menjadi sangat luas, beberapa isu internasional menjadi bahasan yang menarik

¹⁷ Kusumardani, Ely, "Tinjauan Yuridis Corporate Social Responsibility (CSR) Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (Studi di PT. Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java)," 2016. Diakses pada 14 Juli 2017.
https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiDx66TvrLVAhUKLI8KHcwRCb8QFgg5MAE&url=http%3A%2F%2Fprints.ums.ac.id%2F43065%2F1%2FNASKAH%2520PUBLIKASI.pdf&usg=AFQjCNFhaO-2UVdhWEO1I41c0_nAPxX2_g

seperti Ekonomi Politik Internasional, Organisasi Internasional, Isu Lingkungan serta Komunikasi Internasional¹⁸.

Berangkat dari pemikiran kaum pluralisme, ada 4 asumsi dasar dalam melihat hubungan internasional¹⁹;

1. Aktor non-Negara merupakan aktor yang penting dalam studi hubungan internasional.
2. Negara bukanlah aktor tunggal, ada entitas lain yang juga berperan dalam hubungan internasional seperti; individu, kelompok kepentingan dan lembaga birokrasi.
3. Menurut kaum pluralis, Negara bukanlah aktor yang rasional. Negara mempunyai kepentingan dan kebutuhan tersendiri dalam mengambil sebuah keputusan, keputusan tersebut tentunya melewati proses kompromi terlebih dahulu sehingga keputusan belum tentu bersifat rasional.
4. Agenda politik internasional bersifat berkembang dan meluas, tidak hanya isu politik yang dibahas namun juga ada isu lain seperti ekonomi dan lingkungan yang saat ini sering dibahas.

Atas dasar keempat asumsi pluralisme tersebut, maka Perusahaan Multinasional (PMN) masuk ke dalam aktor non-negara yang turut serta berperan dalam dunia internasional dan peran perusahaan multinasional dalam hubungan internasional menjadi penting untuk dibahas.

¹⁸ Loc cit, hlm 8-9.

¹⁹ Paul R. Viotti & Mark Kauppi, 1990, "International Relation Theory : Realism, Pluralism, Globalism" (New York : Macmillan Publishing Co) Hlm 192-193.

Dalam buku Politik Bisnis Internasional, Perusahaan Multinasional (PMN) didefinisikan oleh Colman dan Nixon adalah

“unit-unit usaha yang memiliki atau mengontrol asset-aset seperti pabrik, pertambangan, perkebunan, outlet (pusat penjualan) dan perkantoran yang terdapat di dua atau lebih Negara.”²⁰

Ada beberapa ciri spesifik Perusahaan Multinasional (PMN), diantaranya²¹ ;

1. Kegiatan perdagangan PMN dilakukan keluar dari batas Negara.
2. Perdagangan PMN tersebut kebanyakan terjadi di dalam lingkup perusahaan itu sendiri, namun dilakukan antar Negara.
3. Kontrol pemakaian teknologi dan modal menjadi utama karena dua hal tersebut merupakan keuntungan kompetitif PMN.
4. Pengembangan sistem manajemen dan distribusi melintasi batas-batas Negara, terutama sistem modal ventura, lisensi dan *franchise* (waralaba).

Ada beberapa faktor yang mendorong ekspansi PMN dalam melakukan bisnisnya²² :

1. Ekplanasi *Profit* (Keuntungan)

Dalam meningkatkan keuntungan, perusahaan mempunyai beberapa cara diantaranya; (1). Menaikkan harga sehingga margin keuntungan dapat diperbesar, namun tergantung dengan posisi perusahaan

²⁰Bob Sugeng Hadiwinata, “Investasi Asing dan Perusahaan Multinasional.” Politik Bisnis International. (Penerbit Kanisius, 2002). Hlm 117

²¹ Ibid, hlm 117

²² Ibid, hlm 118-127

juga apakah sebagai penentu harga atau sebagai penerima harga. (2). Meningkatkan pangsa pasar, dengan membuka usahanya di luar negeri apabila di Negara nya sudah terlampau banyak produsen yang membuat produk tersebut. (3) Diversifikasi perusahaan melalui pembentukan divisi-divisi baru, diversifikasi ini bisa bersifat horizontal maupun vertikal.

2. Eksplanasi Daur Hidup Product (*Product Cycle Life*)

Dalam konsep ini diasumsikan bahwa suatu pproduk memiliki empat tahap (fase) yaitu yang pertama adalah *early development* (pengembangan awal) dimana suatu produk baru diperkenalkan. Pada tahap ini permintaan terhadap produk cenderung tinggi karena adanya rasa penasaran konsumen terhadap produk baru tersebut. Setelah tahap *early development* pada tahap selanjutnya adalah tahap *Growth* (pertumbuhan) dimana produk yang sudah mulai dikenal oleh masyarakat dengan beredarnya informasi dari mulut ke mulut sehingga menimbulkan permintaan semakin meningkat. Selanjutnya produk memasuki tahap ketiga yaitu *maturity* (dewasa) dimana produk yang tadinya hanya 1 (satu) perusahaan yang memproduksi kemudian mulai ditiru oleh perusahaan lain yang mampu memproduksinya sehingga menimbulkan kompetisi pasar. Kemudian pada tahap akhir yaitu *obsolescence* (kedaluwarsa) , dimana persaingan pasar menjadi sangat ketat karena banyak produsen yang membanjiri pasar yang menimbulkan kejenuhan konsumen terhadap terhadap produk tersebut. Akibatnya permintaan mengalami penurunan, tidak jarang ada beberapa perusahaan yang bangkrut pada tahap ini.

3. Eksplanasi Teknologi

Perkembangan teknologi masa kini yang sudah semakin canggih membuat banyak PMN tidak ragu untuk mengembangkan bisnisnya ke luar negeri. Perkembangan teknologi transportasi dan komunikasi menjadi 2 (dua) faktor yang sangat penting. Teknologi Transportasi guna memindahkan bahan baku, produk dan sumber daya manusia dari perusahaan pusat ke cabang perusahaannya. Sedangkan teknologi komunikasi untuk memudahkan komunikasi lintas Negara, agar perusahaan pusat dapat dengan mudah mengontrol perusahaan cabang yang ada di Negara lain.

Dalam melakukan aktivitas bisnisnya PMN melintasi batas-batas Negara, kehadiran PMN di banyak Negara membuat adanya tanggapan positif dan negatif. Banyak Negara terutama Negara ketiga cenderung mengkritik bahwa kehadiran PMN membawa dampak negatif bagi masyarakat maupun lingkungan. Oleh karena itu, PMN melakukan beberapa kegiatan tanggung jawab sosial kepada masyarakat atau biasa disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Kegiatan ini dilakukan demi mempertahankan eksistensi PMN di sebuah Negara.

Berdasarkan *EU Commission (2002) Corporate Sosial Responsibility (CSR)* adalah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial maupun lingkungan secara sukarela dengan para pemangku kepentingan dalam bisnisnya.²³

Ada 4 prinsip CSR menurut Carroll's²⁴ yaitu

²³ Crowther, David and Guler Aras, *Corporate Social Responsibility* (2008), 1st edition.

²⁴ Archie B. Carroll (1996), "Business & Society : Ethics & Stakeholder Management" 3rd edition. Ohio : South-Western College Publishing. Hlm 34

1. *Economic responsibility* prinsip dimana perusahaan beroperasi untuk dapat memaksimalkan keuntungannya dan dapat menguasai pasar,
2. *Legal responsibility* prinsip dimana perusahaan menjalankan bisnisnya dengan sebaik-baiknya berdasar kepada hukum yang berlaku.
3. *Ethical responsibility*, prinsip dimana perusahaan melakukan kegiatan bisnisnya secara adil dan berdasar pada norma yang berlaku di masyarakat.
4. *Philanthropic responsibility*, prinsip dimana perusahaan melakukan suatu kegiatan yang melibatkan masyarakat dan bersifat sukarela. Untuk mencapai kewajiban ini, perusahaan harus sudah memenuhi ketiga prinsip tersebut.

Keempat prinsip ini digambarkan dengan pyramid di bawah ini.



Source: Carroll (1996)

Sedangkan CSR menurut *World Business Council for Sustainability Development* (WBSD) adalah komitmen berkelanjutan dari sebuah unit usaha untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta masyarakat umum.²⁵

Menurut ISO 26000²⁶ karakteristik dari tanggung jawab sosial adalah kemauan sebuah organisasi atau unit usaha untuk mempertimbangkan aspek sosial dan aspek lingkungan dalam mengambil keputusan serta bertanggung jawab atas dampak keputusan tersebut yang memengaruhi masyarakat dan lingkungan.²⁷ Ada 7 aspek utama dalam tanggung jawab sosial yaitu : tata kelola organisasi, hak asasi manusia, ketenagakerjaan, lingkungan, praktek bisnis yang adil, isu konsumen serta keterlibatan dan pengembangan masyarakat.²⁸

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat ada umumnya. Selanjutnya ketentuan mengenai kewajiban Perseroan Terbatas

²⁵ “*Corporate Social Responsibility (CSR)*”, *World Business Council for Sustainability Development*. <http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx> diakses pada 30 September 2016.

²⁶ ISO 26000 merupakan panduan dalam melaksanakan program tanggung jawab sosial yang disepakati oleh *International Organization for Standardization*. “ISO 26000 sebagai standar Global dalam pelaksanaan CSR”. ISO Center Indonesia. <http://isoindonesiacenter.com/sekilas-tentang-iso-26000/> last modified : 1 Maret 2016. diakses pada 30 September 2016.

²⁷ “ISO 26000 sebagai standar Global dalam pelaksanaan CSR”. ISO Center Indonesia. <http://isoindonesiacenter.com/sekilas-tentang-iso-26000/> last modified : 1 Maret 2016. diakses pada 30 September 2016.

²⁸ “ISO 26000 sebagai standar Global dalam pelaksanaan CSR”. ISO Center Indonesia. <http://isoindonesiacenter.com/sekilas-tentang-iso-26000/> last modified : 1 Maret 2016. diakses pada 30 September 2016.

untuk menjalankan Tanggung Jawab Sosial-nya diatur dalam BAB V Undang-Undang ini mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.²⁹

Lingkungan hidup merupakan kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup termasuk manusia serta perilakunya yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia dan juga makhluk hidup lain.³⁰ Manusia selama hidupnya akan terus berinteraksi dengan lingkungan karena saling memengaruhi dan dipengaruhi satu dengan yang lain. Adanya keterkaitan antara manusia dan lingkungan, tentunya sebagai manusia sudah selayaknya memelihara dan mengelola lingkungan dengan baik. Pengelolaan lingkungan hidup adalah suatu upaya terpadu untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup yang meliputi kebijaksanaan penataan, pemanfaatan, pengembangan, pemeliharaan, pemulihan, pengawasan, dan pengendalian lingkungan hidup.³¹

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah proses penelitian dengan memahami permasalahan sosial maupun politik dan berdasarkan pada hal yang kompleks,

²⁹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

³⁰ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

³¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

gambaran yang holistik, dan hipotesis dari literatur.³² Ada beberapa ciri metode penelitian kualitatif diantaranya³³; (1) Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dengan memanfaatkan data dari narasumber dan data berbentuk narasi. (2) Penelitian kualitatif bersifat deskriptif.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan adalah metode pengamatan yakni *Observer as participant*, dimana dalam penelitian ini penulis ikut terlibat secara langsung dalam implementasi program ini sebagai pegawai magang di PT. Coca-Cola Amatil Indonesia.³⁴ Data yang diperoleh di penelitian ini merupakan data primer dan sekunder. Data primer didapat dari hasil wawancara secara langsung dengan pihak terkait yakni *staff* PT. Coca-Cola Amatil Indonesia, tim kebersihan pantai Coca-Cola Amatil Indonesia, pedagang sekitar pantai serta tim kebersihan pemerintah daerah Bali serta dokumentasi penulis selama penelitian ini. Data sekunder didapat dari laporan CSR PT. Coca-Cola Amatil Indonesia serta berita dan jurnal terkait penelitian ini.

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam pembahasan penelitian ini akan terbagi menjadi 4 bagian, dimana BAB 1 akan berisi tentang pendahuluan, latar belakang mengenai

³² John W. Creswell, *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 2nd. Edition.

³³ John W. Creswell, *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 2nd. Edition.

³⁴ John W. Creswell, *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 2nd. Edition.

permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian, teori dan konsep, tujuan dan kegunaan penelitian serta metode penelitian yang penulis gunakan.

Pada BAB 2 akan dibahas mengenai keadaan geografi Pulau Bali serta permasalahan lingkungan yang terjadi dan usaha pemerintah daerah Bali dalam mengatasi permasalahan lingkungan tersebut.

BAB 3 akan membahas profil Coca-Cola Amatil Indonesia serta program CSR apa saja yang telah dilakukan oleh CCAI dalam bidang lingkungan serta bagaimana implementasi program *Bali Beach Clean Up* dalam mengatasi salah satu permasalahan lingkungan di Bali.

BAB 4 Kesimpulan dan saran dari penelitian ini.