



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
“Children’s Safe Drinking Water” oleh Procter & Gamble Co. Di
Nusa Tenggara Timur pada Tahun 2015-2016

Skripsi

Oleh

Monika Ardine Primantari

2013330015

Bandung

2018



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
“Children’s Safe Drinking Water” oleh Procter & Gamble Co. Di
Nusa Tenggara Timur pada Tahun 2015-2016

Skripsi

Oleh

Monika Ardine Primantari

2013330015

Pembimbing

Dr. Aknolt Kristian Pakpahan

Bandung

2018

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



Tanda Pengesahan Skripsi

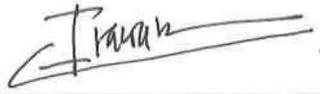
Nama : Monika Ardine Primantari
Nomor Pokok : 2013330015
Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility*
"Children's Safe Drinking Water" oleh Procter & Gamble
Co. di Nusa Tenggara Timur pada Tahun 2015-2016

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 11 Januari 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Adelbertus Irawan J. Hartono

: 

Sekretaris

Dr. Aknolt Kristian 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 : Monika Ardine Primantari

NPM : 2013 330 015

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility*
"Children's Safe Drinking Water" oleh Procter & Gamble Co. di
Nusa Tenggara Timur pada Tahun 2015-2016

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 di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 19 Januari 2018



Monika Ardine Primantari

Abstrak

Nama : Monika Ardine Primantari
NPM : 2013330015
Judul : Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* “*Children’s Safe Drinking Water*” oleh Procter & Gamble Co. di Nusa Tenggara Timur pada Tahun 2015-2016

Penelitian ini akan berfokus pada implementasi program tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh Procter & Gamble Co. (P&G). Pertanyaan riset dari tulisan ini adalah *Bagaimana Implementasi Program Corporate Social Responsibility “Children’s Safe Drinking Water” oleh Procter & Gamble Co. di Nusa Tenggara Timur pada Tahun 2015-2016?*.

Di Indonesia, P&G menjadi salah satu perusahaan multinasional yang memproduksi barang konsumsi harian yang besar. P&G Indonesia tidak hanya memproduksi barang untuk pasar Indonesia saja, namun juga untuk pasar Asia Tenggara. Kehadirannya di negara berkembang memiliki sisi pro dan kontra dari masyarakat. P&G lantas menerapkan program CSR untuk mengurangi pandangan negatif terhadap kehadirannya dan tetap menjaga citra baiknya di publik.

Dalam menganalisa implementasinya, penulis menggunakan teori dan konsep-konsep yang ada dalam CSR. Teori pluralisme bisa menjelaskan kemunculan PMN sebagai aktor yang sah dalam Hubungan Internasional. Konsep-konsep CSR akan menjawab kesesuaian implementasi program yang sudah berjalan. Nilai-nilai dasar yang menjadi pegangan P&G selama ini juga bisa menjelaskan alasan P&G melakukan CSR di NTT.

Implementasi CSR yang sudah dilakukan sangat membantu pemerintah dalam menangani permasalahan air bersih yang layak minum bagi warga NTT. P&G hadir dengan teknologi yang jauh lebih maju daripada pemerintah, sehingga kebutuhan air bersih dapat lebih cepat terpenuhi.

Kata kunci : perusahaan multinasional, tanggung jawab sosial, Procter & Gamble, krisis air bersih, Nusa Tenggara Timur

Abstract

Name : Monika Ardine Primantari
NPM : 2013330015
Title : *The Implementation of Corporate Social Responsibility Program "Children's Safe Drinking Water" by Procter & Gamble Co. in East Nusa Tenggara in 2015-2016*

This research will be focusing on the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) program conducted by Procter & Gamble Co. (P & G). The research question of this paper is How was the Implementation of Corporate Social Responsibility Program "Children's Safe Drinking Water" by Procter & Gamble Co. in East Nusa Tenggara in 2015-2016 ?.

In Indonesia, P & G became one of the multinational companies that produce a substantial amount of fast-moving consumer goods. P & G Indonesia does not produce goods for Indonesian market only, but also for Southeast Asia market. Its presence in developing countries has its pros and cons side of society. P & G then implemented the CSR program to reduce the negative view of its presence and keep its good image in public.

In analyzing the implementation, the author uses theories and concepts that exist in CSR. Pluralism theory can explain the emergence of MNCs as a legitimate actor in International Relations. The concepts of CSR will answer the suitability of the existing program implementation. The basic values that P & G have been working on can also explain why P & G chose to do CSR in NTT.

The implementation of CSR has been very helpful for the government in handling clean drinking water problem for the citizens of NTT. P & G comes with far-reaching technology than the government, so the need for clean water can be fulfilled more quickly.

Keywords : multinational corporations, corporate sosial responsibility, Procter & Gamble, clean water crisis, Nusa Tenggara Timur

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena hanya atas berkat-Nya skripsi yang berjudul “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* “*Children’s Safe Drinking Water*” oleh Procter & Gamble Co. di Nusa Tenggara Timur pada Tahun 2015-2016” dapat diselesaikan. Penelitian ini bermaksud untuk mengevaluasi implementasi program CSR dengan menggunakan konsep-konsep CSR yang ada.

Skripsi ini tentu tidak luput dari kekurangan. Penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran dari para pembaca untuk menyempurnakan hasil penelitian maupun sebagai masukan untuk penulis pada masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembacanya.

Bandung, 19 Januari 2018

Penulis

Ucapan Terima Kasih

Perkenankan penulis untuk mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

- Tuhan Yesus Kristus, yang selalu hadir dan ada ketika saya mulai stress atau stuck saat mengerjakan skripsi ini. God is always good.
- Bapak Yoseph Daulat Kristanto, the greatest man in my life, dan Ibu A.C. Sri Yuliani, my personal wonder woman. Terima kasih karena tanpa dukungan dan kesabaran papa dan mama, saya tidak mampu menyelesaikan skripsi ini. Untuk adikku, Priscila Devina Primaresti, terima kasih juga untuk selalu mengingatkan untuk mengerjakan skripsi. Sebentar lagi giliranmu!
- Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Aknolt Kristian Pakpahan alias Bang Tian, yang sudah sangat sabar dalam membimbing saya. Terima kasih pencerahan dan bimbingannya. Maaf sudah menjadi anak bimbinganmu terlalu lama.
- Teruntuk Anggia Pithaloka, Monica Donnavina, Maria Veronika, dan Moudy Alfiana, yang sudah menemani dari hari pertama kuliah hingga kita semua lulus. Terima kasih banyak!
- Pihak-pihak lain yang mendukung terselesaikannya skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih.

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Abstract	ii
Kata Pengantar.....	iii
Ucapan Terima Kasih.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	vii
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.2.1. Pembatasan Masalah.....	8
1.2.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.4. Kerangka Pemikiran	
1.4.1. Kajian Teoritis.....	10
1.4.2. Kajian Literatur.....	21
1.5. Metode Penelitian dan Pengumpulan Data.....	22
1.6. Sistematika Penulisan.....	23
II. TENTANG PROCTER & GAMBLE	
2.1. Sejarah Procter & Gamble.....	25
2.2. Nilai-Nilai Dasar Procter & Gamble.....	32
2.3. Aktivitas Procter & Gamble	

2.3.1. Lokasi Kantor Pusat dan Cabang Seluruh Dunia.....	36
2.3.2. Struktur Korporasi.....	39
2.4. Produk Procter & Gamble.....	42
2.5. Program CSR oleh P&G.....	45
III. MASALAH AIR BERSIH DI NUSA TENGGARA TIMUR DAN IMPLEMENTASI PROGRAM CSDW	
3.1. Profil Nusa Tenggara Timur.....	48
3.2. Permasalahan Air di NTT.....	53
3.3. Dampak Masalah Air Layak Minum	
3.3.1. Dampak terhadap Kesehatan.....	56
3.3.2. Dampak terhadap Ekonomi.....	58
3.3.3. Dampak terhadap Pendidikan.....	59
3.3.4. Dampak terhadap Sosial.....	60
3.4. Upaya Pemerintah dalam Menanggulangi Masalah Air.....	61
3.5. Children's Safe Drinking Water.....	62
3.5.1. Mitra Kerja P&G.....	65
3.5.2. Implementasi Program CSDW.....	68
IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
Daftar Pustaka	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>The Pyramid of Corporate Social Responsibility</i>	17
Gambar 2.1	Negara Jangkauan Aktivitas P&G.....	34
Gambar 2.2	<i>Board of Directors</i>	35
Gambar 2.3	Daftar Merk P&G.....	38
Gambar 3.1	Tingkat Ketersediaan Air Tanah di Indonesia.....	53

Bab I

PENDAHULUAN

Globalisasi dan segala kemajuannya telah mengakibatkan samarnya batas antar negara dan juga batas lingkup kegiatan aktor di dalamnya. Perusahaan multinasional misalnya, akan terus mengembangkan bisnisnya di luar negeri dengan alasan mendekati pangsa pasar, maupun mendekati sumber bahan mentahnya. Kehadiran perusahaan multinasional yang dianggap mengeksploitasi lingkungan sekitarnya menimbulkan banyak protes dari masyarakat lokal. Perusahaan kemudian melakukan program CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan untuk ‘memberi kembali’ ke masyarakat.

Pada bab I ini akan membahas mengenai latar belakang pemilihan masalah penelitian. Di awal akan dijelaskan mengenai masalah apa yang dipilih penulis dan bagaimana pembatasannya, lalu dilanjutkan dengan landasan teori yang digunakan oleh penulis. Dari masalah yang ada akan muncul perumusan masalah yang harus dijawab pada tulisan ini, tujuan dan kegunaan penelitian serta metode pengumpulan data dan sistematika penulisan akan menutup bahasan bab ini.

1.1 Latar Belakang Masalah

Ekonomi dan segala kegiatannya tidak dapat dilepaskan dari kegiatan keseharian manusia. Sebagian besar kegiatan yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhannya merupakan kegiatan ekonomi seperti kebutuhan sandang, pangan, dan papan, yang merupakan

kebutuhan dasar manusia, membutuhkan transaksi jual-beli dalam pemenuhannya.

Selain itu, kegiatan ekonomi juga merupakan salah satu kekuatan yang dimiliki oleh negara, di samping kekuatan lain seperti geografi, sumber daya, kualitas populasi, dan militer.¹ Kekuatan-kekuatan tersebut yang mendukung negara untuk terus berjalan. Kekuatan itu juga dapat digunakan sebagai sumber daya untuk meningkatkan apa yang sudah dimiliki. Sama halnya dengan perekonomian yang digunakan negara untuk terus membangun kekuatan di luar wilayah negaranya.

Dorongan negara untuk memperkuat ekonomi memunculkan yang kemudian disebut dengan *international political economy* (IPE). IPE memuat tidak hanya ekonomi namun juga politik, karena tidak mungkin keputusan ekonomi yang diambil tidak melibatkan unsur politik di belakang pengambilan keputusannya. Dalam IPE ada banyak aktor yang terlibat, tidak hanya negara tapi juga individu, organisasi internasional, *Non-Governmental Organizations* (NGOs), dan *Multinational Corporations* (MNCs) atau *Transnational Corporations* (TNCs).²

Aktor-aktor IPE akan bertanggung jawab dalam pendistribusian produk, modal, teknologi, inovasi. MNCs misalnya, akan terus melakukan ekspansi ke berbagai penjuru dunia untuk mengembangkan bisnisnya, sekaligus menjadi sarana untuk transfer kapital dan teknologi dari negara

¹ David Jablonsky, "National Power," in *The U.S. Army War College Guide to National Security Issues (Vol. 1): Theory of War and Strategy* (Pennsylvania, n.d.).

² David N. Balaam & Bradford Dillman, *Introduction to International Political Economy*, (Pearson, 2014), PDF, hal. 8

maju ke negara berkembang. Kehadiran MNCs di sebuah negara tujuan bisa mengembangkan perekonomian lokal, melalui cara pembangunan unit produksi baru yang bisa menyerap tenaga kerja lokal, profit dari produksi dan penjualan, pemasukan pajak dan meningkatnya pendapatan daerah.

Meskipun kehadiran MNCs di negara tujuan terlihat menguntungkan, ternyata tidak selamanya semua masyarakat pro dengan keberadaannya. Akan selalu ada sekelompok masyarakat tertentu yang berpandangan negatif terhadap hadirnya MNCs. Kehadirannya dianggap merusak tatanan ekonomi dan pasar domestik yang sudah ada. Proses produksi dan pabrik baru yang dibangun juga dianggap menyumbang pencemaran lingkungan bagi sekitarnya, baik polusi udara, suara, tanah, dan air.

Adanya berbagai penolakan dan pandangan negatif dari masyarakat membuat MNCs harus menemukan jalan tengah agar tetap dapat mendapatkan keuntungan namun juga dapat diterima masyarakat sebagai badan usaha yang baik. Solusi yang dilakukan MNCs ini kemudian disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mempertanggungjawabkan kegiatan ekonominya dengan melakukan kegiatan yang berhubungan kepedulian sosial dan lingkungan, dengan tujuan memperbaiki citranya sebagai sebuah badan usaha yang tidak hanya mencari keuntungan.

Salah satu perusahaan yang melakukan program CSR di Indonesia adalah *Procter & Gamble Co.* (P&G). Perusahaan yang berinduk di Illinois ini telah melakukan kegiatan filantropis sejak tahun 1952. Saat itu jangkauan CSR yang dilakukan masih di negara induknya, Amerika Serikat. P&G telah hadir di Indonesia sejak tahun 1979, setelah mengakuisisi PT Richardson Merrel Indonesia.³ P&G hadir di Indonesia karena melihat pangsa pasar yang besar di Indonesia dan negara-negara Asia sekitarnya sekaligus melihat faktor sumber bahan mentah yang lebih dekat dan murah di sini. Kebanyakan kegiatan produksi P&G memanfaatkan hasil perhutanan seperti kayu untuk membuat kemasan-kemasan kertas, getah pohon, dan tanaman-tanaman bunga lain untuk wewangiannya. Meskipun belum pernah ada protes yang besar dari masyarakat, P&G sudah melakukan CSR terlebih dahulu.

Sesuai dengan produk yang dihasilkan, program CSR yang dilakukan P&G berhubungan juga dengan produk-produk konsumsi harian, seperti program Pampers yang berkolaborasi dengan UNICEF untuk memberikan vaksin tetanus untuk ibu dan bayi yang baru lahir di negara-negara berkembang. Program CSR yang dilakukan P&G mengikutsertakan konsumen dengan cara ikut menyumbang saat melakukan pembelian produknya.

Dengan pengalaman CSR yang sudah tidak diragukan lagi, P&G hadir dengan program *Children's Safe Drinking Water* (CSDW) di

³ Procter & Gamble Indonesia, *Warisan Kami*, diakses dari https://www.pg.com/id_ID/company/our_heritage.shtml pada 13 Oktober 2017.

Indonesia. Program tersebut didatangkan ke Indonesia karena meskipun negara ini dikelilingi oleh badan air yang besar, namun ketersediaan air yang bersih dan layak dikonsumsi hanya sedikit. Kekhawatiran P&G lainnya adalah posisi Indonesia yang berada di garis khatulistiwa sekaligus pada jalur rangkaian gunung berapi, sehingga Indonesia sangat rentan terhadap kekeringan dan kelangkaan air bersih ketika bencana alam melanda.

1.2 Identifikasi Masalah

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki kekayaan alam yang luar biasa. Di sisi lain, kekayaan dan keberagaman ini sangat tidak merata pembagiannya. Tanah Jawa yang subur dan maju namun sudah terlalu padat penduduk, tanah Nusa Tenggara yang masih jarang penduduk namun sangat kering dan kurang subur. Tidak semua daerah bisa mendapatkan semua aspek yang baik. Seperti yang telah disebutkan, salah satu masalah berada di Nusa Tenggara, khususnya Nusa Tenggara Timur.

Secara nasional, provinsi NTT menjadi provinsi yang cukup tertinggal dibandingkan dengan provinsi-provinsi lainnya. Dari segi pendidikan, tingkat penyerapan peserta didik dan kualitas lulusannya jauh di bawah standar nasional. Banyak yang tidak melanjutkan pendidikannya ke Sekolah Menengah Atas atau bahkan Sekolah Menengah Pertama dengan alasan keterbatasan biaya. Di saat data nasional menunjukkan rata-rata penyerapan peserta didik ke Sekolah Menengah Atas periode 2003-

2004 sebesar 80%, di NTT hanya tercatat sebesar 39%.⁴ Sebelas persen fasilitas pendidikan tercatat tidak layak atau rusak, serta kekurangan tenaga pengajar.

Efek domino dari pendidikan yang rendah adalah besarnya angka pengangguran karena kesulitan mendapat pekerjaan. Akhirnya, kebanyakan pencari kerja lebih memilih menjadi tenaga kerja ilegal sebagai tenaga kerja Indonesia (TKI) di luar negeri. Korban yang menjadi tenaga kerja secara ilegal kemudian dikategorikan sebagai korban *human trafficking*. Sepanjang tahun 2016, tercatat sebanyak 400 kasus *human trafficking*, sementara tahun 2017 angka tersebut menurun hingga tinggal 137 kasus.⁵ Standar tahapan penempatan tenaga kerja sebenarnya sudah ada dan sangat jelas, namun lebih banyak yang memilih jalur ilegal karena minim birokrasi. Biasanya keluarga korban akan diberi uang sirih pinang sebesar Rp 2.000.000,00 hingga Rp 3.000.000,00 agar korban terikat dengan agen penyalur ilegal.⁶

Dari segi kesehatan, sulitnya akses menuju air bersih, sanitasi yang layak, dan fasilitas kesehatan, membuat angka kematian bayi tinggi, sebesar 71 kematian per 1000 kelahiran, dan angka malnutrisi anak sebesar

⁴ Benny K. Harman, Kompas.com, *Mendikbud dan Cara Melihat Pendidikan di NTT*, 13 Desember 2016, diakses dari <http://nasional.kompas.com/read/2017/12/13/08472011/mendikbud-dan-cara-melihat-pendidikan-di-ntt> pada 20 Desember 2017.

⁵ Vox NTT, *Tahun 2017 Tercatat 137 Kasus Human Trafficking di NTT*, 5 Oktober 2017, diakses dari <http://voxntt.com/2017/10/05/tahun-2017-tercatat-137-kasus-human-trafficking-di-ntt/> pada 21 Desember 2017.

⁶ Ibid.

32%.⁷ Besarnya angka kematian ibu dan bayi di NTT diakibatkan jangkauan fasilitas kesehatan yang tidak mencapai hingga desa-desa terpencil. Bahkan penyakit malaria masih terus ada dan banyak merenggut nyawa di NTT, di saat bagi masyarakat di pulau lain malaria adalah penyakit yang sudah lama hilang.

Presiden Joko Widodo, dalam kunjungannya ke Kupang tahun 2015 lalu, menekankan bahwa masalah utama NTT adalah air.⁸ Akar dari semua masalah di NTT adalah air karena air merupakan kebutuhan paling dasar dari setiap makhluk hidup untuk bertahan hidup. Tumbuhan pangan juga membutuhkan air untuk bertumbuh dan bisa dikonsumsi ketika panen. Manusia membutuhkan setidaknya 30 liter air seharinya, untuk minum dan kegiatan sanitasi lainnya. Jika permasalahan air tidak segera diselesaikan, permasalahan lainnya akan terus menumpuk dan sulit diselesaikan juga.

P&G yang telah memperkenalkan CSR dalam menangani kebutuhan air bersih masyarakat mencoba untuk masuk dan hadir di NTT sebagai aktor non-negara yang bisa memberikan solusi dalam masalah krisis air tersebut. Kapabilitas pemerintah daerah yang kurang dan kapasitas pemerintah pusat yang sudah terlalu banyak, memberikan ruang untuk P&G masuk dan memberi opsi untuk menyelesaikan masalah. Keberhasilan P&G di daerah lain, seperti Aceh dan Yogyakarta, juga

⁷ Yemris Fointuna, The Jakarta Post, *Babies in East Nusa Tenggara face threat of malnutrition*, 30 Maret 2011, diakses dari <http://www.thejakartapost.com/news/2011/03/30/babies-east-nusa-tenggara-face-threat-malnutrition.html> pada 20 Desember 2017.

⁸ Angkasa Yudhistira, Okezone.com, *Jokowi : Masalah Besar di NTT adalah Air*, 25 Juli 2015, diakses dari <https://news.okezone.com/read/2015/07/25/337/1185318/jokowi-masalah-besar-di-ntt-adalah-air> pada 19 Desember 2017.

meyakinkan pemerintah atas kemampuan P&G. Di sisi lain, ada tertulis di Undang-Undang, mengenai kewajiban sebuah perusahaan yang bergerak di bidang eksplorasi alam untuk melakukan CSR. Jika menurut Undang-Undang tersebut P&G tidak wajib melakukan CSR, masih ada peraturan daerah di mana perusahaan menanamkan modalnya, yang mencantumkan kewajiban perusahaan untuk melakukan kegiatan sosial. Sebagai bentuk tanggung jawab filantropis P&G dan kewajibannya terhadap pemerintah daerah yang ada, program CSR CSDW ini dijalankan di NTT.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Penulis memilih program CSR yang dilakukan oleh P&G sebagai fokus penelitian karena P&G merupakan salah satu pemain besar dalam pasar *fast-moving consumer goods* (FMCG) di Indonesia. *Share* pasar P&G di Indonesia juga besar, bersaing dengan Unilever. Skala produksi P&G yang besar di Indonesia sejalan dengan tuntutan masyarakat yang besar akan kegiatan filantropis perusahaan. P&G juga harus tetap menjaga citra baik perusahaan agar konsumen tetap setia dengan produk-produknya, salah satu caranya melalui CSR.

Provinsi NTT dipilih menjadi daerah tujuan CSR yang dibahas karena seperti yang banyak orang sudah ketahui, provinsi NTT seringkali lebih dikenal akan berbagai macam masalah dan bencana daripada wisata dan keindahannya. Orang lebih mengenal Pulau Komodo sebagai salah satu kekayaan Indonesia, tanpa mengetahui bahwa pulau tersebut

merupakan bagian dari provinsi NTT. Labuan Bajo dan Danau Kelimutu seperti berada di daerah yang berbeda dengan NTT yang sering mengalami kekeringan. Permasalahan tentang air memang akan selalu menyelimuti NTT. Setiap harinya meski bukan musim panas sumber air bersih sangat jauh dari rumah. Sumber air yang dekat sebenarnya ada, namun seringkali dalam keadaan tercemar dan tidak layak untuk dikonsumsi. Provinsi NTT seperti jauh dari sentuhan pemerintah pusat, sehingga muncul P&G sebagai perpanjangan tangan pemerintah untuk menyentuh masyarakat.

Pembatasan waktu dari tahun 2015 hingga tahun 2016 dipilih penulis karena tahun 2015 menjadi titik awal program CSR P&G di NTT efektif berjalan. Program CSR telah direncanakan mulai pada tahun 2015 dan berakhir pada 2018. Penulis memilih membatasi hingga tahun 2016 saja karena ketersediaan publikasi mengenai program yang dijalankan, sekaligus menjadi peringatan 10 tahun program CSR ini berjalan di Indonesia.

1.2.2 Perumusan Masalah

Dengan berbagai identifikasi yang telah dipaparkan di atas, maka pertanyaan penelitian timbul sebagai berikut, *Bagaimana Implementasi Program Corporate Social Responsibility “Children’s Safe Drinking Water” oleh Procter & Gamble Co. di Nusa Tenggara Timur pada Tahun 2015-2016?*

1.3 Tujuan & Kegunaan Penelitian

Penelitian ini ditulis untuk mengetahui bagaimana implementasi program CSR yang dilakukan oleh *Procter & Gamble Co.* Indonesia khususnya di provinsi NTT untuk menangani permasalahan air bersih melalui program *Children's Safe Drinking Water* pada tahun 2015 sampai 2016.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi kalangan akademis maupun non akademis, untuk memahami lebih lanjut mengenai MNCs dan CSR. Bagi kaum awam yang belum mengetahui tentang CSR, semoga penelitian ini dapat membantu memberikan penggambaran. Bagi yang sudah mengetahui tentang CSR bisa memahami lebih jauh lagi dan bisa beropini mengenai CSR lain yang ada di Indonesia. Selain itu bagi pihak P&G dan program CSR yang dibahas penulis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi evaluasi dan masukan untuk menjalankan program-program berikutnya.

1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 Kajian Teoritis

Hubungan internasional secara dangkal diartikan sebagai hubungan antar negara bangsa. Dalam kenyataannya, hubungan internasional (HI) juga mencakup aktor lain seperti organisasi internasional, organisasi lingkungan, organisasi non-pemerintah, perusahaan multinasional, bahkan grup teroris juga termasuk

sebagai salah satu aktor HI.⁹ Hal ini dimuat dalam salah satu proposisi teori Liberalisme, yaitu aktor negara maupun non-negara sama pentingnya dalam urusan politik global, hanya saja perlu dijelaskan lebih lanjut bagaimana, sejauh apa, dan dalam kondisi apa aktor tersebut mempengaruhi politik global.¹⁰

Selain cakupan aktor HI yang makin luas, cakupan pembicaraan HI juga turut meluas. HI tidak lagi hanya berfokus pada urusan antar negara atau pemerintah, tentang kedaulatan, ataupun batas wilayah dan perang, yang biasa disebut sebagai *hard politics* atau *high politics*. HI juga mulai merambah ke bahasan ekonomi, hubungan antar komunitas atau masyarakat, lingkungan, kesejahteraan sosial, yang kemudain biasa disebut dengan *soft politics* atau *low politics*.

Bagi kaum pluralis, agenda yang dibahas dalam politik internasional sangat luas dan tidak hanya berfokus pada isu keamanan dan militer. Agenda lain seperti ekonomi dan sosial mulai muncul setelah berbagai peperangan, mulai dari Perang Dunia I, Perang Dunia II, dan Perang Dingin berakhir. Pasca perang, persoalan kemandirian dan militer sudah diselesaikan, namun berbagai masalah lain seperti pemulihan sumber daya, energi,

⁹ Paul R. Viotti & Mark V. Kauppi, *International Relations Theory 3rd Edition*, (Massachusetts: Allyn & Bacon, 1999), hal 1.

¹⁰ Paul R. Viotti & Mark V. Kauppi, *Ibid.*, hal 199.

lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat muncul sebagai masalah yang serius dan harus segera diselesaikan.¹¹

Kemunculan salah satu cabang disiplin ilmu HI seperti IPE juga merupakan akibat dari meluasnya bahasan ilmu HI. Bahasan IPE lebih mudah dijelaskan dan dipahami karena aktivitas ekonomi tidak hanya dilakukan oleh aktor bisnis yang besar saja seperti MNCs atau negara dalam urusan ekspor-impor, namun juga dilakukan oleh masyarakat sendiri dari berbagai kalangan. Singkatnya, aktivitas ekonomi bersentuhan langsung dengan masyarakat dalam berbagai tingkatan dan kalangan. Sehingga segala keputusannya juga mempengaruhi ekonomi secara keseluruhan.

Fokus yang lebih mendalam dari proposisi tersebut adalah adanya konsep transnasionalisme. Transnasionalisme diartikan sebagai sebuah fenomena sosial dimana keterhubungan antar masyarakat atau *societies* meningkat daripada hubungan antar negara atau pemerintah, sehingga berbagai aspek kehidupan seperti urusan politik, sosial, dan ekonomi terjadi lintas batas negara.¹² Konsep ini yang kemudian dapat menjelaskan adanya aktor selain negara yang berperan penting, seperti MNCs.

MNCs bisa diartikan sebagai unit bisnis yang melakukan kegiatan produksi, distribusi, dan pemasaran yang bersifat lintas

¹¹ Paul R. Viotti & Mark V. Kauppi, *Ibid.*, hal 8.

¹² Paul R. Viotti & Mark V. Kauppi, *Ibid.*, hal. 211.

batas negara.¹³ Bagian yang perlu digarisbawahi adalah perusahaan tersebut harus melakukan produksi di lebih dari dua negara, tidak hanya kegiatan distribusi atau pemasaran saja. Selain itu, MNCs juga memegang kendali untuk pemakaian teknologi, pengembangan sistem manajemen, dan aliran modal di setiap cabang perusahaannya.¹⁴

MNCs memiliki empat karakteristik menurut Michael J. Carbaugh, yaitu sebagai berikut¹⁵ :

1. MNCs beroperasi di dua atau lebih negara tujuan
2. Biasanya MNCs melakukan aktivitas *research and development* di negara tujuan.
3. Kegiatan operasional perusahaan bersifat lintas batas negara.
4. Adanya pemindahan modal yang ditandai dengan arus *foreign direct investment* dari negara induk ke negara tujuan maupun antar negara tujuan.

Sudah menjadi sifat alami MNCs untuk terus melakukan ekspansi ke negara-negara lain, terutama negara berkembang, karena biasanya perusahaan induk MNCs berada di negara maju yang pasarnya sudah jenuh dengan produk-produk yang

¹³ David N. Balaam & Bradford Dillman, Op. Cit., hal 550.

¹⁴ Bob Sugeng Hadiwinata, *Politik Bisnis Internasional*, (Yogyakarta:Penerbit Kanisius:2013), hal 117.

¹⁵ 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. 212-213.

dihasilkan.¹⁶ Ada beberapa motif yang melatarbelakangi sebuah perusahaan melakukan ekspansi ke negara lain. Motif pertama dan yang paling dasar adalah motif *profit* atau keuntungan.¹⁷ Sudah menjadi hakikat bagi sebuah badan usaha untuk terus mencari keuntungan agar bisnisnya tetap berjalan. Cara untuk menaikkan keuntungan ada tiga. Pertama, menaikkan harga barang atau produk. Namun jika perusahaan bukan berada di posisi *price setter*, cara ini sulit untuk dilakukan. Kedua, meningkatkan pangsa pasar. Cara kedua bisa dilakukan dengan memperluas jangkauan distribusi produk atau bisa juga dengan cara diversifikasi produk. Diversifikasi produk bisa dilakukan dengan cara horizontal (merger atau akuisisi perusahaan saingan) atau cara vertikal (mengendalikan produksi barang dari hulu/barang mentah hingga hilir/pendistribusian barang). Cara ketiga untuk meningkatkan keuntungan adalah ekspansi ke luar negara. Cara ini dilakukan jika cara pertama dan kedua sudah tidak mungkin lagi dilakukan karena persaingan di pasar domestik sudah terlalu padat. Cara ini pula yang kemudian menjadi alasan sebuah MNC melakukan ekspansi.

Motif kedua bagi MNCs untuk melakukan ekspansi adalah daur hidup produk (*product life cycle theory*).¹⁸ Pasar di negara

¹⁶ Hadiwinata, Op. Cit., hal 119.

¹⁷ Hadiwinata, Op. Cit., hal 118-120.

¹⁸ C. Roe Goddard, "Defining the Transnational Corporation in the Era of Globalization," dalam *International Political Economy 2nd Edition : State-Market Relations in a Changing Global Order*, diedit oleh C. Roe Goddard, Patrick Cronin, Kishore C. Dash (Hampshire: Palgrave Macmillan, 2003), hal 443.

asal perusahaan yang sudah terlalu jenuh dengan produk yang dihasilkan, mendorong perusahaan untuk mengalihkan produknya untuk pasar di negara lain, sekaligus bisa membuka cabang perusahaan yang lebih dekat dengan bahan mentah produk.

Daur hidup produk terdiri dari empat fase :¹⁹

1. Pengembangan awal (*early development*) – produk mulai diminati masyarakat karena produk tersebut masih baru memasuki pasar.
2. Pertumbuhan (*growth*) – permintaan akan produk semakin tinggi karena semakin banyak konsumen sudah mengenal produknya.
3. Pendewasaan (*maturity*) – produsen lain melihat peluang produk yang besar, sehingga memproduksi produk yang serupa dan muncul persaingan pangsa pasar.
4. Kadaluwarsa (*obsolescence*) – konsumen jenuh dengan produk tersebut karena sudah terlalu banyak produsen dengan produk yang serupa.

Pada tahap keempat itulah biasanya perusahaan melakukan ekspansi ke negara lain dengan tujuan untuk mencari pangsa pasar baru di negara yang lebih berpotensi sehingga bisa menjaga daya saing produk.

¹⁹ Hadiwinata, Op. Cit., hal. 121-123.

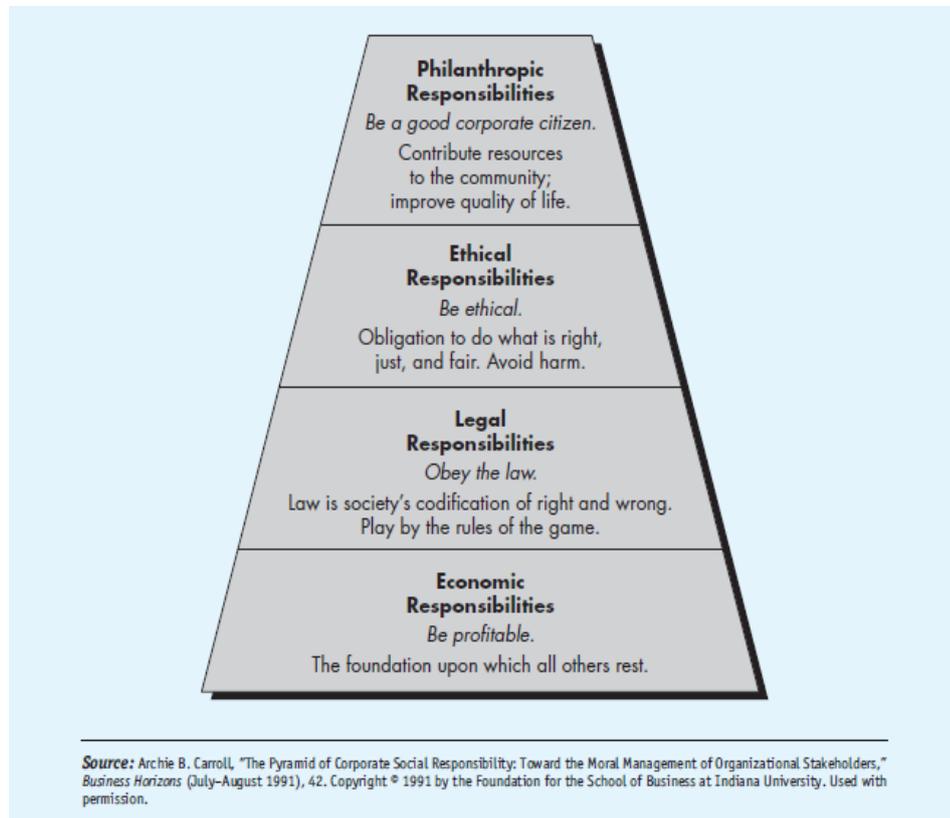
Motif ketiga dalam ekspansi MNCs adalah faktor teknologi. Perkembangan teknologi yang cukup pesat mendorong MNCs untuk memperluas jangkauan operasionalnya. Dua bidang strategis dalam mempengaruhi MNCs adalah transportasi dan telekomunikasi.²⁰ Perkembangan transportasi sangat membantu sebuah perusahaan untuk memindahkan bahan mentah maupun produk jadi ke mana saja barang dibutuhkan. Kemudahan yang tersedia akibat perkembangan teknologi transportasi dan komunikasi memberikan kemudahan dan keleluasaan juga bagi MNCs untuk melakukan kegiatan operasional lintas batas negara.

Kehadiran MNCs di negara tujuan tidak selalu mendapat tanggapan positif, tidak sedikit pula yang berpandangan negatif. Untuk menyeimbangkan antara kegiatan mencari keuntungan dan menanggapi kekhawatiran masyarakat atas kehadirannya, MNCs melakukan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Keith Davis dan Robert Blomstrom dalam buku Archie B. Carroll juga menjelaskan CSR sebagai kewajiban dari pengambil keputusan untuk melindungi sekaligus mengembangkan kesejahteraan masyarakat namun tetap sejalan dengan kepentingan mereka.²¹ Archie B. Carroll juga menjabarkan 4 komponen yang menjelaskan prinsip CSR yang digambarkan dalam bentuk piramida sebagai berikut :

²⁰ Hadiwinata, Op. Cit., hal 124-127.

²¹ Archie B. Carroll & Ann K. Buchholtz, *Business & Society : Ethics and Stakeholder Management, Corporate Citizenship*, (Cengage Learning, 2008), Hal 39.

Gambar 1.1

The Pyramid of Corporate Social Responsibility

Sumber : Business & Society : *Ethics and Stakeholder Management*²²

Prinsip CSR atau bertanggung jawab pada komunitas sosial yang pertama adalah *economic responsibilities* yang berarti perusahaan harus mampu menghasilkan keuntungan secara maksimal dengan memenuhi kebutuhan masyarakat dengan produk-produknya. Tanggung jawab ini berada di paling bawah dan dengan proporsi terbesar karena tugas utama sebuah perusahaan memang untuk mencari keuntungan.

²² Archie B. Carroll & Ann K. Buchholtz, *Ibid.*, hal 45.

Prinsip yang kedua adalah *legal responsibilities* yaitu dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan harus tetap taat dan tunduk pada semua peraturan dan hukum yang berlaku di tempat dimana ia menjalankan bisnisnya. Dengan tunduk pada hukum yang berlaku, dapat tercipta lingkungan yang kondusif dan perusahaan terhindar dari tuntutan masyarakat atas ketidakpatuhan terhadap aturan yang berlaku.

Prinsip CSR yang ketiga adalah *ethical responsibilities* yang berarti sebuah perusahaan tetap harus menaati etika atau adat lokal di tempat ia beroperasi. Prinsip ini terletak di atas *legal responsibilities* karena meskipun harus sama-sama ditaati, *ethical responsibilities* lebih bersifat tidak wajib dan mengikat. Bisa jadi ada nilai-nilai adat lokal yang tidak sesuai dengan visi dan misi perusahaan, sehingga perusahaan tidak wajib menaati semuanya mentah-mentah.

Prinsip CSR yang terakhir adalah *philanthropic responsibilities* yang berarti perusahaan harus memberikan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kegiatan filantropis atau memberikan sumbangan untuk kegiatan yang mengembangkan dan menyejahterakan masyarakat luas secara sukarela dan dengan kesadaran sendiri. Tanggung jawab filantropis ini terletak di bagian paling atas piramida karena sebenarnya bukan tanggung jawab

wajib sebuah perusahaan, namun menjadi penting untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat lokal.

Di samping empat prinsip yang dikemukakan Carroll, ada 2 prinsip lain mengenai CSR yang dikemukakan oleh James E. Post dkk., yaitu *charity principle* dan *stewardship principle*.²³ *Charity principle* bermaksud bahwa memang sudah menjadi sebuah kewajiban bagi anggota masyarakat yang kaya untuk membantu anggota masyarakat yang lebih miskin darinya. *Stewardship principle* artinya perusahaan selalu memposisikan diri sebagai *steward* – pelayan, pengasuh, agen – bagi masyarakat yang ada di lingkungannya dengan bekerja untuk kepentingan publik atau masyarakat.

Dengan melaksanakan prinsip-prinsip CSR di atas, perusahaan telah membuktikan bahwa ia memang memiliki tanggung jawab sosial kepada komunitas masyarakat di sekitarnya. Secara tidak langsung pula, perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari perbaikan citra perusahaan setelah melakukan CSR.

Meskipun CSR terlihat sangat menggiurkan dan sangat membantu masyarakat, tidak sedikit pula pandangan yang menyatakan posisi yang berseberangan atas pelaksanaan CSR. Salah satunya yaitu CSR hanyalah bentuk kegiatan perusahaan

²³ Aknolt Kristian Pakpahan, Op. Cit., hal 229.

yang dilakukan untuk mengambil hati konsumennya saja dan membuat citra yang positif di masyarakat.²⁴ Bagi masyarakat dan konsumen yang kritis dan cerdas pasti akan berpikiran demikian, karena secara tidak sadar konsumen akan mengeluarkan uang lebih karena membawa atas nama perbaikan sosial. Untuk melakukan CSR tentu membutuhkan dana yang tidak kecil dan perusahaan tidak mau memotong beban biaya terlalu besar dari keuntungannya. Dengan begitu, beban biaya untuk melakukan kegiatan CSR akan beralih ke tanggung jawab konsumen melalui pembelian produk. Padahal konsumen mengetahui bahwa keseluruhan kegiatan ini tidak berdampak sebesar itu pada masyarakat, apalagi kepadanya.

CSR juga bisa menjadi jalan bagi perusahaan untuk memperkenalkan produknya ke masyarakat. Dalam setiap kegiatan CSR tidak semuanya diberikan secara cuma-cuma, bisa dipastikan ada sedikit komersialisasi di beberapa titik kegiatannya. Bentuk komersialisasi bisa terwujud dalam penempatan merek di setiap item kegiatan CSR, pemberian *goodie bag* yang berisi produk-produk, atau bahkan bagian dari CSR itu sendiri merupakan barang dagangan perusahaan. Secara tidak langsung, program CSR menjadi ajang promosi dan pencarian keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan.

²⁴ Asia-Pacific Economics Blog, *7 Pros and Cons of Corporate Social Responsibility*, 7 September 2016, diakses dari <https://apecsec.org/7-pros-and-cons-of-corporate-social-responsibility/> pada 13 Januari 2018.

1.4.2 Kajian Literatur

Posyandu sebagai *Soft Power* Indonesia dalam Diplomasi Kesehatan Global oleh Taufik Hidayat, Affabile Rifawan, Yan Mulyana, Adityo Darmawan Sudagung pada Mei 2017.²⁵ Jurnal ini mengambil contoh keberhasilan program CSR P&G yang dilakukan di Jawa Barat sebagai salah satu bentuk *soft power* diplomasi Indonesia di kancah kesehatan global. Disebut sebagai *soft power* karena Indonesia bisa memanfaatkan kerjasama dengan pihak swasta internasional dalam hal revitalisasi posyandu di daerah.

Program CSR yang dimaksud adalah Taman Posyandu dan Balita Cerdas. P&G berkolaborasi dengan UNICEF untuk membangun 10 Taman Posyandu untuk meningkatkan pelayanan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) sejak tahun 2012. Sementara program Balita Cerdas sendiri sudah lama berjalan sejak 2006. Kerjasama pemerintah Indonesia, P&G, dan UNICEF pada program Balita Cerdas survei kebutuhan kesehatan masyarakat, penyiapan tenaga kesehatan, dan pendidikan kesehatan bagi orangtua.

²⁵ Taufik Hidayat, Affabile Rifawan, Yan Mulyana, Adityo Darmawan Sudagung, *Posyandu as Indonesia's Soft Power in Global Health Diplomacy* dalam *Intermestic: Journal Of International Studies*, diakses dari <http://intermesticjournal.fisip.unpad.ac.id/index.php/intermestic/article/view/39/19> pada 21 Desember 2017, hal 202-204

**Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Program CSR
“Satu Untuk Sepuluh” pada *Brand Loyalty* Aqua Danone di
Salatiga** oleh Teddy Fenalosa pada tahun 2012.²⁶ Jurnal ini menyampaikan mengenai keberhasilan Aqua Danone dalam menghadapi protes warga lokal yang menolak kehadiran pabriknya. Pabrik Aqua dianggap hanya akan merusak alam lokal dan memonopoli sumber mata air alami yang ada di sana. Dengan bekerja sama dengan beberapa lembaga swadaya masyarakat lokal dan media massa, program CSR yang dilakukan Aqua berhasil menenangkan massa dan usaha Aqua pun bisa tetap berjalan.

1.5 Metode Penelitian & Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif yang bersifat eksploratif dan deskriptif. Metode kualitatif menginterpretasikan data yang dikumpulkan untuk menjelaskan fakta, gejala, masalah sosial.²⁷ Data yang diperoleh biasanya memiliki topik atau gejala spesifik, penulis kemudian mengambil simpulan secara umum atas gejala-gejala spesifik tadi, cara ini disebut juga sebagai cara induktif.

Data yang penulis dapatkan untuk analisis penelitian ini didapatkan dengan cara studi pustaka, yaitu penulis mengumpulkan berbagai data,

²⁶ Teddy Fenalosa, *Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Program CSR “satu untuk sepuluh” pada Brand Loyalty Aqua Danone di Salatiga*, Mei 2012, diakses dari <http://repository.uksw.edu/handle/123456789/1126> pada 20 Desember 2017.

²⁷ John W. Creswell, *Research Design 4th edition: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, (California: Sage publications, 2014), hal. 4

teori, pemikiran ahli yang mendukung pemikiran penulis dalam penelitian. Data bisa berbentuk gambar maupun tulisan yang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, situs internet, berita, baik dalam bentuk media cetak maupun media elektronik.²⁸

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini dapat dipahami secara menyeluruh dan berguna secara maksimal, penulis akan menjabarkan penelitian ini dalam empat bab. Bab I akan membahas tentang latar belakang masalah, alasan penulis memilih isu yang akan dibahas, batasan kerangka isu tempat, dan waktu. Dari pembatasan masalah atau isu tadi, dimunculkan juga perumusan masalah sebagai acuan untuk memulai penelitian. Bab I juga akan memuat kerangka pemikiran sebagai dasar dari penelitian yang akan dilakukan. Tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, serta sistematika akan menutup bab I.

Bab II akan berisi segala hal tentang *Procter & Gamble* (P&G). Sejarah awal berdirinya P&G hingga bagaimana P&G masuk ke Indonesia akan dijabarkan di bab ini. Selain itu akan dijelaskan juga bagaimana struktur organisasi perusahaan berjalan, termasuk juga para pemimpinya, beserta di mana P&G beroperasi. Merek dan produk yang diproduksi P&G akan diperkenalkan juga di Bab II.

²⁸ John W. Creswell, *Ibid.*, hal. 45

Pembahasan dilanjutkan pada bab III, yang akan diawali dengan profil provinsi NTT. Profil mengenai wilayah, demografi, ekonomi, sosial, hingga tempat-tempat wisata yang terkenal di NTT akan dijabarkan pada sub bab pertama. Sub bab kedua membahas tentang permasalahan air di NTT secara lebih mendalam. Ketersediaan air bersih dan segala permasalahannya akan dijelaskan oleh penulis. Selain itu, dampak-dampak dari keterbatasan persediaan air bersih ke berbagai aspek seperti kesehatan, ekonomi, pendidikan, dan sosial akan menjadi sub bab lanjutan setelah sub bab yang membahas permasalahan air di NTT. Sub bab kelima akan berisi tentang program CSR yang dilakukan oleh P&G. Bab III akan ditutup dengan analisa implementasi program CSR terkait, untuk menjawab rumusan masalah yang sudah ditulis di bab I ini.

Bab IV, yang merupakan bab terakhir, berisi jawaban atas pertanyaan penelitian yang sudah diajukan sebelumnya dalam bentuk kesimpulan. Jawaban atas pertanyaan tersebut merupakan hasil dari analisa pada bab sebelumnya. Saran untuk P&G atas program CSR yang sudah berjalan dan saran untuk pemerintah NTT dalam menyikapi masalah yang ada akan tercantum pada bab ini.