



**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*

**Kontribusi PT Sango Ceramics Indonesia dalam  
Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kelurahan Wonosari,  
Kota Semarang**

Skripsi

Oleh

Oei, Monika Sandy Widyanata  
2015330093

Bandung

2019



**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*

**Kontribusi PT Sango Ceramics Indonesia dalam  
Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kelurahan Wonosari,  
Kota Semarang**

Skripsi

Oleh

Oei, Monika Sandy Widyanata

2015330093

Pembimbing

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

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Oei, Monika Sandy Widyanata  
Nomor Pokok : 2015330093  
Judul : Kontribusi PT Sango Ceramics Indonesia dalam Pemberdayaan  
Ekonomi Masyarakat Kelurahan Wonosari, Kota Semarang

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jumat, 19 Juli 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. A. Irawan Justiniarto H.

: 

**Sekretaris**

Dr. Aknolt Kristian Pakpahan

: 

**Anggota**

Giandi Kartasmita, S. IP., M.A.

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Oei, Monika Sandy Widyanata  
NPM : 2015330093  
Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional  
Judul : Kontribusi PT. Sango Ceramics Indonesia dalam  
Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kelurahan  
Wonosari, Kota Semarang

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, 1 Juli 2019

Oei, Monika Sandy W

2015330093

## ABSTRAK

Nama : Oei, Monika Sandy Widyanata

NPM : 2015330093

Judul : Kontribusi PT Sango Ceramics Indonesia dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kelurahan Wonosari, Kota Semarang

---

Menjadi sebuah negara yang begitu luas dan memiliki penduduk terbanyak ketiga di dunia, Indonesia belum bisa secara maksimal mengembangkan negaranya. Dengan segala potensi yang dimiliki, negara Indonesia masih berjuang untuk mengatur negaranya untuk bisa naik ke posisi maju di antara negara-negara lain. Kesulitan untuk memberi perhatian lebih terutama kepada pihak-pihak yang marginal, negara memerlukan adanya pihak ketiga yang dapat menjadi kepanjangan tangan pemerintah untuk mengembangkan daerah-daerah marginal. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kontribusi PT Sango Ceramics Indonesia kepada masyarakat untuk dapat menjadi pihak ketiga yang dibutuhkan oleh Kelurahan Wonosari. Penulis membuat pertanyaan riset sebagai berikut apa kontribusi PT Sango Ceramics Indonesia dalam mengembangkan Kelurahan Wonosari sebagai bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam menjawab pertanyaan riset tersebut, penulis menggunakan beberapa teori, antara lain pluralisme, perusahaan multinasional, *corporate social responsibility*, dan *triple bottom line*. Keberadaan PT Sango Ceramics Indonesia dan perannya dalam mengembangkan Kelurahan Wonosari, baik secara sosial, ekonomi maupun lingkungan, sebagai bentuk tanggung jawab sosial dari perusahaan. Penelitian ini menemukan kontribusi yang dilakukan oleh PT Sango kepada masyarakat di Kelurahan Wonosari. Pertama, PT Sango Ceramics Indonesia memberi kemudahan dan kelonggaran bagi warga untuk bergabung dan bekerja di perusahaan. Kedua, PT Sango Ceramics Indonesia juga membangun perumahan dengan harga murah, yang kemudian dibeli oleh para pekerjanya. Pekerja dari PT Sango Ceramics Indonesia yang mayoritas adalah warga Kelurahan Wonosari, kemudian memilih untuk pindah ke perumahan tersebut dan menyewakan rumahnya sebagai usaha sampingan mereka. Ketiga, berbagai acara dan santunan diadakan oleh PT Sango Ceramics Indonesia untuk menjaga tali silaturahmi dengan warga. Keempat, keberadaan PT Sango Ceramics Indonesia yang menciptakan berbagai pekerjaan sampingan turut menjalankan roda perekonomian warga. Kelima, kesediaan PT Sango Ceramics Indonesia untuk menyalurkan bantuan berupa dana maupun material kepada warga untuk pembangunan infrastruktur. Bantuan pasca bencana banjir, rob dan tanah longsor pun kerap diterima oleh warga. Keenam, PT Sango Ceramics Indonesia juga menyesuaikan pabrik mereka untuk tetap ramah lingkungan, guna untuk mengurangi efek polusi yang mungkin bisa dihasilkan dari proses produksi mereka.

Kata kunci : Perusahaan Multinasional, *Corporate Social Responsibility*, *Triple Bottom Line*, Kontribusi, Pengembangan Komunitas.

## **ABSTRACT**

*Name : Oei, Monika Sandy Widyanata*

*NPM : 2015330093*

*Title : The Contribution of PT Sango Ceramics Indonesia on The Economic Sustainability of the Wonosari Village, Semarang City*

---

*Being a country that is vast and has the third largest population in the world, Indonesia has not been able to optimally develop its country. With all its potential, the country of Indonesia is still struggling to regulate its country to rise to an advanced position among other countries. With the difficulty to give more attention, especially to marginalized parties, the state needs a third party that can become an extension of the government to develop marginal areas. This study aims to describe the contribution of PT Sango Ceramics Indonesia to the community to become the third party needed by Wonosari Village. The author comes out with a research question as follows: the contribution of PT Sango Ceramics Indonesia in developing Wonosari Village as a form of corporate social responsibility. To answer the research question, the author uses several theories, including pluralism, multinational companies, corporate social responsibility, and triple bottom line. The existence of PT Sango Ceramics Indonesia and its role in developing Wonosari Village, socially, economically and environmentally, as a form of its corporate social responsibility. This study found contributions made by PT Sango Ceramics Indonesia to the community in Wonosari Village. First, PT Sango Ceramics Indonesia provides convenience and flexibility for residents to join and work in the company. Therefore, the majority of workers at PT Sango Ceramics Indonesia are residents of Wonosari Village. Second, PT Sango Ceramics Indonesia also built housing at a low price, which was then purchased by its workers. The majority of workers from PT Sango Ceramics Indonesia are the residents of Wonosari Village, then choose to move to the housing and rent their houses as their side business. Third, various events were held by PT Sango Ceramics Indonesia to maintain ties with residents. Fourth, the existence of PT Sango Ceramics Indonesia, creates a variety of side jobs, that helps to drive the economy of the citizens. Fifth, the willingness of PT Sango Ceramics Indonesia to channel aid in the form of funds and materials for residents' infrastructure development. Post-flood, rob and landslide assistance is often received by residents. Sixth, PT Sango Ceramics Indonesia also adjusts their factories to remain environmentally friendly, in order to reduce the effects of pollution that might be produced from their production processes.*

*Keywords : Multinational Corporations, Corporate Social Responsibility, Triple Bottom Line, Contribution, Community Development.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Kontribusi PT Sango Ceramics Indonesia dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kelurahan Wonosari, Kota Semarang”. Penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik berkat bimbingan dan arahan dari Dr. Aknolt Kristian Pakpahan selaku dosen pembimbing dari penulis.

Topik ini dipilih oleh penulis karena ketertarikan penulis tentang hubungan baik antara PT Sango Ceramics Indonesia dengan warga Kelurahan Wonosari, yang juga berdampak pada pemberdayaan ekonomi wilayah tersebut. Selain itu, penelitian ini menjadi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penelitian ini tidak terlepas dari kesalahan-kesalahan dari penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk menyempurnakan penelitian ini. Penulis juga berharap penelitian ini bisa memberi manfaat bagi para pembacanya.

Bandung, 1 Juli 2019

Oei, Monika Sandy W

## UCAPAN TERIMA KASIH

1. Mengucap syukur kepada Tuhan YME yang karena atas berkat dan rahmatnya, penulis saya bisa menyelesaikan studi saya dengan baik di kampus jingga yang saya impikan ini.
2. Kepada Mama, Papa, dan Yaya, yang selalu menjadi supporter nomor 1. Terima kasih Papa yang dari awal menaruh kepercayaan pada Monik untuk kuliah merantau jauh dari rumah. Untuk mama juga, yang selalu mendukung dan menyemangati Monik, yang sering mengeluh selama ini. Terakhir untuk Yaya, yang selalu menghibur dan selalu ada buat cicik. *I am who I am now thanks to you guys. This is for you ☺*
3. Terima kasih untuk Bang Tian, yang telah membantu saya menyelesaikan penelitian ini dengan baik selama 1 semester. Terima kasih untuk setiap arahan dan anjuran yang telah diberikan, yang mendorong penelitian ini bisa lebih baik lagi.
4. Teruntuk saudari-saudariku, Zuzu Air Murni. *Thank you for the friendship*, buat Marisa, Ardhia, Nadhira, Natasha, Pauline dan Esther. Terima kasih buat setiap dinner lunch ala ala nya. Terima kasih untuk setiap kumpul-kumpulnya berbagi kabar dan gossip. Will miss you the most.
5. Italy Numero Uno! *Thank you again for accepting me in your amazing team. I am forever grateful for each and every one of you* : Jordan, Kak Mira, Jeanet, Tania, Ivena, Ardhia dan Marisa. Terima kasih untuk setiap dukungan dan bantuan yang selalu siap kalian berikan. Will miss our bonding time. All of them are precious to me, really.
6. Next, Upnormal is Home! Untuk setiap telur mekar dan es susu kopi eko yang sudah kita nikmati, waktu yang sudah tidak terhitung kita habiskan untuk mengerjakan skripsi, seminar, UAS. Terima kasih sudah menjadi sahabat terbaik yang bisa aku andalkan dalam hal apapun. Mellisa, Haerlin, Sarah, Rani, Dimas, Kak Aldea. *I love you guys so much!*
7. Untuk PSM, keluarga keduaku! Latihan 28 jam per minggu bersama kalian menjadi momen yang akan selalu aku ingat sampai kapanpun. Bangga bisa menjadi bagian dari komunitas ini. Untuk setiap senior yang sudah membimbing sampai saat ini. PSM 2015 : Hana, Erick, Edu, Yoga, Garrian, Clarissa, Patrik Vina, dan lainnya, terima kasih sudah mau menyanyi bersama selama ini. Dan untuk adik-adikku di PSM, terus bernyanyi!
8. Terima kasih untuk penghuni kos Bukit Indah 3A : Caca, Dian, Zo, Kak Beng, Ko Yudi, Cik Fil, Ko Alfandy, Jenny dan Ko Adi. Terima kasih sudah turut mengenalkan Bandung dan membuat betah. Terima kasih untuk setiap momen kebersamaannya.



9. Untuk Randy Susanto, terima kasih atas kepercayaannya pada aku selama ini dari awal masuk ke dunia perkuliahan hingga masa-masa akhir. Terima kasih untuk setiap kata semangat dan motivasi yang sudah diberikan. Setiap usaha untuk menghibur dan mendengar keluhan dari aku. *Now its your turn. Let show them that you can do it. And you know well that I will always be there on the side to cheer you too!*
10. Teruntuk rekan-rekan di BAA. Terima kasih sudah menerima akuselama beberapa bulan terakhir. Terima kasih sudah menyemangati aku selama penulisan skripsi ini, untuk setiap bantuannya juga selama aku menyelesaikannya. Masa-masa yang dihabiskan di kantor BAA membentuk penulis untuk jadi lebih baik lagi.
11. Terakhir, untuk HI Unpar 2015! 4 tahun bersama kalian terasa cepat berlalu. Setiap momennya sangat berharga buat penulis. Terima kasih sudah memberikan pengalaman buku, pesta, cinta yang tidak akan pernah bisa aku lupakan. *I will never regret my choice to study at Unpar and you guys are the reasons. See you on top!*

## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| <b>SURAT PERNYATAAN</b> .....                                 | i   |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | ii  |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | iii |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                   | iv  |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....                              | v   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                       | vii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                    | ix  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                     | x   |
| <b>DAFTAR BAGAN</b> .....                                     | xi  |
| <b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....                                 | xii |
| <b>BAB I</b> .....  | 1   |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....                                      | 1   |
| <b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....                       | 1   |
| <b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....                         | 5   |
| <b>1.2.1 Deskripsi Masalah</b> .....                          | 5   |
| <b>1.2.2 Pembatasan Masalah</b> .....                         | 6   |
| <b>1.2.3 Perumusan Masalah</b> .....                          | 6   |
| <b>1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian</b> .....              | 6   |
| <b>1.3.1 Tujuan Penelitian</b> .....                          | 6   |
| <b>1.3.2Kegunaan Penelitian</b> .....                         | 7   |
| <b>1.4Tinjauan Pustaka</b> .....                              | 7   |
| <b>1.5Kerangka Pemikiran</b> .....                            | 11  |
| <b>1.6Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data</b> ..... | 23  |
| <b>1.6.1 Metode Penelitian</b> .....                          | 23  |
| <b>1.6. 2 Teknik Pengumpulan Data</b> .....                   | 24  |
| <b>1.7Sistematika Pembahasan</b> .....                        | 24  |
| <b>BAB II</b>   |     |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PROFIL PT SANGO CERAMICS INDONESIA DAN<br/>KELURAHAN WONOSARI .....</b>             | <b>26</b> |
| <b>2.1 Profil PT. Sango Ceramics Indonesia .....</b>                                   | <b>26</b> |
| <b>2.1.1. Sejarah PT. Sango Ceramics Indonesia .....</b>                               | <b>27</b> |
| <b>2.1.2. Visi dan Misi PT. Sango Ceramics Indonesia.....</b>                          | <b>31</b> |
| <b>2.1.3. Kegiatan Operasional PT. Sango Ceramics Indonesia .....</b>                  | <b>36</b> |
| <b>BAB III</b>   |           |
| <b>PROFIL MASYARAKAT WONOSARI DAN<br/>KONTRIBUSI PT SANGO CERAMICS INDONESIA .....</b> | <b>43</b> |
| <b>3.1 Profil Masyarakat Wonosari .....</b>  | <b>43</b> |
| <b>3.2 Permasalahan yang dihadapi Kelurahan Wonosari.....</b>                          | <b>48</b> |
| <b>3.3 Kontribusi PT Sango Ceramics Indonesia .....</b>                                | <b>51</b> |
| <b>BAB IV</b>  |           |
| <b>KESIMPULAN .....</b>  | <b>69</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>74</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 Pabrik Pusat PT Sango Ceramics Indonesia .....                                     | 29 |
| Gambar 2.2 Variasi Produk PT Sango Ceramics Indonesia.....                                    | 30 |
| Gambar 2.3 Produk PT Sango Ceramics Indonesia .....   | 36 |
| Gambar 2.4 Rekan Kerjasama PT Sango Ceramics Indonesia .....                                  | 38 |
| Gambar 2.5. Peta Kecamatan Ngaliyan .....   | 41 |
| <br>  |    |
| Gambar 3.1 Jarak PT Sango Ceramics Indonesia dengan Fasilitas Transportasi Kota Semarang..... | 58 |
| Gambar 3.2 Perumahan Pekerja Shangrila.....   | 61 |
| Gambar 3.3 Pos Ojek Sango .....   | 63 |
| Gambar 3.4 Pedagang di Pasar Pintu Belakang PT Sango Ceramics Indonesia.....                  | 64 |
| Gambar 3.5 Suasana Pasar Pintu Belakang PT Sango Ceramics Indonesia .....                     | 64 |

## **DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kelurahan Wonosari Menurut Kelompok Usia.....        | 45 |
| Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Kelurahan Wonosari Berdasarkan Jenjang Pendidikan.   | 47 |
| Tabel 3.3 Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kelurahan Wonosari ..... | 48 |

## **DAFTAR BAGAN**

|  |    |
|--|----|
| Bagan 3.1 Struktur Organisasi Kelurahan Wonosari, Kota Semarang..... | 40 |
|--|----|

## DAFTAR SINGKATAN

3P : *People, Planet, and Profit*

BBM : Bahan Bakar Minyak

BCSI : *Building Company Safety Information*

BPJS : Badan Penyelenggara Jaminan Sosial

C-TPAT : *Customs – Trade Partnership Against Terrorism*

CSR : *Corporate Social Responsibility*

FDI : *Foreign Direct Investment*

GATT : *General Agreement on Tariff and Trade*

INGO : *International Non Governmental Organization*

ISO : *International Organization for Standardization*

Jamsostek : Jaminan Sosial Tenaga Kerja

MNC : *Multi National Corporation*

PT : Perseroan Terbatas

RT : Rukun Tetangga

RW : Rukun Warga

SNI : Standar Nasional Indonesia

TKP : Tempat Kejadian Perkara

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia menjadi salah satu negara dengan populasi terpadat ketiga di dunia, dengan wilayah yang terbagi menjadi ribuan pulau dan cakupan yang sangat luas. Dengan demikian, Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya yang melimpah. Sayangnya, Indonesia masih belum mampu untuk mengembangkan segala potensi tersebut. Kondisi tersebut menghambat kemajuan negara dan menyebabkan Indonesia masih jarang dikenal secara global. Mengembangkan komunitas-komunitas lokal menjadi salah satu cara untuk memajukan kondisi negara. Selama ini, komunitas lokal memang sudah berkembang di antara masyarakat Indonesia, tetapi masih kurang terangkat.<sup>1</sup> Seiring berkembangnya zaman, pembahasan isu hubungan internasional meluas. Semula isu dalam lingkup hubungan internasional bersifat tradisional, yang tidak bisa lepas dari keamanan, kekuatan, dan militer. Isu-isu non tradisional seperti ekonomi, lingkungan, hak asasi manusia, dan lainnya lama-kelamaan mulai bermunculan. Isu-isu internal negara makin berkembang dan aktor-aktor hubungan internasional juga semakin banyak. Negara juga lebih fokus kepada kerjasama internasional, yang mengampu berbagai aspek, seperti

---

<sup>1</sup> "Komunitas Lokal untuk Indonesia Kuat", [Republika.co.id](https://www.republika.co.id), diakses pada tanggal 19 September 2018, <https://www.republika.co.id/berita/koran/gen-i/14/12/17/ngqabz-komunitas-lokal-untuk-indonesia-kuat>



ekonomi, sosial, politik dari negara-negara anggotanya. Ekonomi internasional menjadi salah satu fokus negara-negara yang mengalami kerugian besar pada masa-masa perang. Pergeseran isu ini menyebabkan munculnya aktor baru selain negara, seperti organisasi non pemerintah, gerakan sosial, individu, dan perusahaan multinasional.<sup>2</sup> Perusahaan multinasional atau sering kita kenal dengan *Multinational Corporation* (MNC) sendiri memiliki definisi yakni sebuah perusahaan yang beroperasi di beberapa negara namun diatur dari satu *home country*.<sup>3</sup> Perusahaan multinasional pun makin menunjukkan signifikansinya di dunia internasional pada masa perundingan *General Agreements on Tariff and Trade* (GATT), terutama di masa perundingan Uruguay.<sup>4</sup>

Munculnya MNC menjadi salah satu cara pemerintah untuk mensejahterakan masyarakatnya. Pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang membuka pasar terbuka internasional, memudahkan untuk investasi asing, dll. Hal ini mendorong MNC untuk semakin berkembang. Keberadaan MNC memang sangat menguntungkan bagi negara tempat mereka beroperasi. Disamping menambah pemasukan negara yang nantinya akan memajukan perekonomian negara, MNC juga bisa menambah

---

<sup>2</sup> Bob Sugeng Hadiwinata dalam Yulius P. Hermawan, "Transformasi dalam Studi Hubungan Internasional, Transformasi Isu dan Aktor dalam Studi Hubungan Internasional : Dari Realisme hingga Konstruktivisme", (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2007), hlm. 7

<sup>3</sup> "Multinational Corporation (MNC)", [businessdictionary.com](http://www.businessdictionary.com/definition/multinational-corporation-MNC.html), diakses pada tanggal 12 September 2018, <http://www.businessdictionary.com/definition/multinational-corporation-MNC.html>

<sup>4</sup> Andreas F. Lowenfeld, *International Economic Law*, (Oxford : New York, 2008) , hlm. 64-70

kesempatan bagi warga negara setempat untuk bekerja. Infrastruktur negara juga sangat terbantu dengan kehadiran MNC.<sup>5</sup>

Di Indonesia, MNC muncul pada masa pemerintahan Presiden Soeharto atau biasa kita kenal dengan masa Orde Baru. Indonesia sebelumnya harus menarik diri dari kontak dengan pihak asing karena keterpurukan ekonomi yang terjadi pada saat itu. Dengan begitu besar potensi dan kekayaan alam yang Indonesia miliki, sangat disayangkan kemampuan negara yang masih minim di bidang permodalan, teknologi, dan *skill*. Indonesia dengan positif membuka peluang untuk investasi dari luar negeri, yang salah satunya direalisasikan dengan dikeluarkannya UU Penanaman Modal Asing pada tahun 1967.<sup>6</sup>

Di sisi lain, keberadaan MNC di tengah-tengah masyarakat sering kali menjadi peristiwa yang konfliktual. Tidak jarang, keberadaan sebuah MNC ditolak oleh masyarakat sekitar. Kegiatan MNC pun bisa dikritik terus-menerus jika perusahaan tersebut tidak berusaha untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk memiliki etika bisnis yang baik. Bukan hanya usaha bisnis kecil dan menengah, perusahaan besar pun dituntut untuk berlaku bersih dan adil. Apalagi dengan tumbuhnya kelompok-kelompok masyarakat yang mengangkat isu-isu

---

<sup>5</sup> Tejvan Pettinger, "Multinational Corporations in Developing Countries", Economicshelp.org, diakses pada tanggal 12 September 2018, <https://www.economicshelp.org/blog/1413/development/multinational-corporations-in-developing-countries/>

<sup>6</sup> "Keajaiban Orde Baru Suharto di Indonesia", Indonesia Investment, diakses pada tanggal 19 September 2018, <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/ekonomi/keajaiban-orde-baru/item247?>

terkait. MNC tidak bisa bertahan hanya dengan 'exist'. Dengan setiap mata masyarakat tertuju pada kegiatan mereka, MNC membutuhkan usaha-usaha khusus untuk menenangkan hati masyarakat.

Sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperhatikan kebutuhan masyarakat sekitar, muncullah istilah tanggung jawab sosial atau lebih sering kita dengar dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah cara sebuah MNC untuk mempertanggungjawabkan efek sosial dan lingkungan yang dihasilkan oleh operasi bisnis mereka.<sup>7</sup> Tanggung jawab mereka ini mengarah ke praktik MNC yang lebih transparan dengan didasarkan pada nilai-nilai etis, pematuhan kepada ketentuan hukum, serta menghargai sumber daya alam, manusia dan komunitas.<sup>8</sup> Seringkali, MNC ditakutkan malah cenderung menyalahgunakan kekuasaan mereka dengan cara kotor.<sup>9</sup> Masyarakat memandang MNC sebagai institusi yang menyalahgunakan kekuasaan untuk meruap keuntungan. Salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang bisa dilakukan oleh perusahaan multinasional bisa melalui pengembangan komunitas lokal, contohnya pemukiman sekitar mereka berlokasi.

---

<sup>7</sup> Sammi Caramela, "What is Corporate Social Responsibility?", *Businessnewsdaily.com*, diakses pada tanggal 12 September 2018, <https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>

<sup>8</sup> "What is Corporate Social Responsibility", *Catalyst Consortium*, diakses pada tanggal 12 September 2018, [https://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/Pnada498.pdf](https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnada498.pdf)

<sup>9</sup> "Multinational Corporations (MNCs) : Meaning, Features, and Advantages", *Yourarticlelibrary.com*, diakses pada tanggal 12 September 2018, <http://www.yourarticlelibrary.com/india-2/multinational-corporations/multinational-corporations-mncs-meaning-features-and-advantages-business/69418>

## **1.2 Identifikasi Masalah**

### **1.2.1 Deskripsi Masalah**

Dari latar belakang di atas, muncul beberapa masalah yang bisa selanjutnya diteliti di dalam penelitian ini. Kehadiran dari sebuah MNC menjadi sebuah peristiwa konfliktual di tengah-tengah masyarakat. Masyarakatpun bisa pro dengan perusahaan multinasional tersebut, atau malah sebaliknya kontra. Hal ini juga tergantung bagaimana perusahaan itu menghadirkan diri mereka di tengah-tengah masyarakat. Namun keberadaan perusahaan multinasional juga bisa membantu keberadaan suatu komunitas. Komunitas lokal tampaknya memiliki kesulitan tersendiri. Pengembangan sebuah komunitas lokal cenderung berjalan lambat. Kebutuhan sosial komunitas seringkali tidak seimbang dengan sumber daya yang tersedia sehingga seringkali menimbulkan kesulitan bagi komunitas tersebut untuk memenuhinya. Disinilah peran perusahaan multinasional bisa terasa nyata. Dampak dari kehadiran PT. Sango Ceramics Indonesia di lingkungan masyarakat. Apakah sejak mulai perusahaan ini berdiri di lokasi tersebut memberikan dampak yang positif dan membangun komunitas sekitarnya. Kedua, apa kegiatan yang sudah dilakukan oleh perusahaan untuk memberi kontribusi kepada masyarakat selama masa baktinya. Terakhir, respon masyarakat terhadap kontribusi PT Sango Ceramics Indonesia ini, apakah mereka memberikan respon negatif ataupun positif. Ketiga pokok-pokok permasalahan ini akan menjadi variabel-variabel yang akan diteliti dan di akhir akan berusaha dijawab melalui penelitian ini.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Diperlukan adanya batasan-batasan yang diaplikasikan agar pembahasan penelitian bisa lebih terfokus dan tidak keluar dari pembahasan yang dimaksud. Penelitian ini akan berfokus pada pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT. Sango Ceramics Indonesia kepada masyarakat sekitarnya. Masyarakat yang akan diteliti juga merupakan penduduk sekitar lokasi perusahaan di kelurahan Wonosari, kota Semarang. Pengembangan yang terjadi berkat perusahaan dikhususkan di bidang ekonomi, dimana bidang ini menjadi bidang yang paling terkena dampak positif dari PT. Sango Ceramics Indonesia ini, yang dirasakan oleh masyarakat sekitarnya.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka muncul pertanyaan penelitian yang akan dijawab yakni : **“Apa kontribusi yang diberikan PT. Sango Ceramics Indonesia dalam mengembangkan perekonomian Kelurahan Wonosari sebagai bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan?”**

## **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini ditujukan untuk memahami penerapan program sosial oleh sebuah perusahaan multinasional PT. Sango Ceramics Indonesia dan dampak keberadaan perusahaan tersebut bagi warga Semarang, khususnya Kelurahan Wonosari.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini bisa memberi pengetahuan kepada pembaca bagaimana signifikansi dari peran perusahaan multinasional dalam memberdayakan masyarakat sekitarnya. Penelitian ini bisa berguna untuk menambah wawasan kepada pembaca mengenai kegiatan sosial yang dilakukan oleh PT. Sango Ceramics Indonesia. Penelitian ini juga bisa menjadi referensi bagi perusahaan terkait untuk program-program serupa di masa yang akan datang.

### **1.4 Tinjauan Pustaka**

Untuk mendukung penelitian ini, terdapat beberapa literatur yang penulis jadikan acuan.

#### **“Corporate Social Responsibility Impacts on Sustainable Human Development : Recent Findings and Consequences” oleh Kerstin Anstätt dan Jürgen Volkert**

Pada literatur pertama, disebutkan CSR dari sebuah perusahaan multinasional bisa mempengaruhi perkembangan manusia yang berkelanjutan.<sup>10</sup> Perkembangan manusia yang Anstatt maksud berdasarkan pada pengertian yang diutarakan oleh Amartya Sen, yang berarti “perluasan kebebasan dan kemampuan orang untuk menjalani kehidupan yang mereka hargai dan memiliki alasan untuk menilai. Ini adalah tentang memperluas pilihan.”. Sedangkan perkembangan berkelanjutan berarti “perluasan kebebasan

---

<sup>10</sup> Kerstin Anstätt dan Jürgen Volkert, “Corporate Social Responsibility Impacts on Sustainable Human Development : Recent Findings and Consequences”, *Ekonomski Vjesnik, Osijek* Vol. 29, Iss. 1, (2016): 193-210.

substantif orang saat ini sambil melakukan upaya yang wajar untuk menghindari hal-hal serius yang melibatkan generasi masa depan.” Kegiatan CSR seringkali terpacu atau malah terhambat karena perkembangan manusia yang berkelanjutan. CSR tidak hanya memperkuat kinerja dari perusahaan terkait, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan pemegang kepentingan mereka, baik yang internal (pekerja perusahaan) maupun juga yang eksternal (komunitas lokal).

Tertulis pada jurnal ini hasil penelitian yang dilakukan oleh UNDP pada tahun 2008, dimana melakukan bisnis dengan mengikutsertakan orang-orang miskin bisa menguntungkan, dengan menghasilkan akses yang lebih baik terhadap makanan, perawatan kesehatan, air, sanitasi dan rumah tangga. Dalam literatur ini, penulis juga mengutip Schrader yang telah melakukan penelitian mengenai dampak CSR yang dilakukan 7 *transnational corporation* kepada lingkungan miskin tempat mereka beroperasi dan menilai dampak yang mereka berikan bersifat positif. Selain meningkatkan kesehatan dan mengurangi malnutrisi dari rumah-rumah tangga yang berkekurangan, CSR yang dilakukan ketujuh perusahaan transnasional berhasil meningkatkan upah pekerja dan mengurangi resiko dari *poverty traps*. Kemampuan dari pekerjapun berhasil ditingkatkan sehingga mereka bisa lebih mengambil kontrol kepada ekonomi rumah tangga mereka. Sedangkan dalam hal pemberdayaan lingkungan alam sekitar, perusahaan berhasil mengurangi gas emisi dan meningkatkan pemeliharaan lingkungan. Tetapi pada penelitian yang ia lakukan ini, Schrader juga menemukan bahwa CSR yang dilakukan menciptakan dependensi masyarakat kepada

perusahaan terkait dan meningkatkan konsumsi sumber daya dan limbah, yang malah memperburuk keadaan lingkungan alam sekitar.

Literatur ini mendasarkan penelitian mereka juga kepada studi kasus yang dilakukan oleh penulis dimana penulis menemukan dampak yang diberikan oleh perusahaan minyak terhadap masyarakat di Delta Nigeria dapat meningkatkan standar kehidupan komunitas sekitar di tempat tersebut. CSR perusahaan ini berhasil meningkatkan akses untuk transportasi, informasi, dan telekomunikasi tetapi di saat bersamaan menurunkan rasa kepercayaan antar anggota komunitas, yang diakibatkan oleh meningkatnya ketidaksetaraan antar anggota.

Dari literatur ini telah ditunjukkan berbagai dampak positif yang bisa muncul dari tanggung jawab yang dilakukan oleh MNC. CSR yang dilakukan bisa meningkatkan perkembangan manusia dan standar hidup masyarakat sekitar perusahaan tersebut. Jadi bisa disimpulkan CSR yang dilakukan MNC bisa memajukan masyarakat melalui skill dan ekonomi mereka, yang akan berdampak positif pada pengembangan komunitas mereka.

**“Best Model of CSR: An Analysis of the Impact of Corporate Social Responsibility for Improving the Social Development of the Stakeholders - A Study on Four Private Commercial Banks” oleh Mohammed Shakhawat Hossain**

Literatur kedua oleh Hossain meneliti tentang bagaimana efek yang diberikan oleh CSR yang dilakukan oleh perusahaan multinasional terhadap pengembangan sosial para pemegang kepentingannya. Dipaparkan bahwa CSR bukan lagi sebuah



'kesempatan' bagi perusahaan multinasional untuk melakukan *good deeds*. Sudah merupakan tanggung jawab perusahaan untuk melakukan praktis yang bersih dan beretika, jika ingin terlepas dari masalah-masalah yang malah akan menghambat usaha mereka. Hossain juga mengutip Auger yang menjelaskan bahwa CSR bahkan memberikan keuntungan lebih kepada perusahaan multinasional yang melakukannya, untuk bisa bersaing dari para pesaingnya. Tak jarang, perusahaan jadi tergerak untuk melakukan aksi sosial yang memberantas isu tertentu untuk bisa menarik simpati masyarakat.<sup>11</sup>

Penulis mengutip dari Bhattacharya dan Sen, yang memberi rekomendasi kepada peneliti di masa yang akan datang untuk berfokus pada 4 aspek ketika melakukan penelitian mengenai CSR dan perkembangannya, yakni : a) hubungan dari bisnis terkait dengan penurunan tingkat kemiskinan, b) dampak dari CSR terkait, c) dimensi pemerintahan dari CSR terkait, dan d) kekuasaan dan partisipasi dari CSR.

Jadi dari literatur di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwa sebuah CSR adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk perhatian dari MNC tersebut, baik pada isu ataupun keadaan masyarakat di sekitarnya. CSR menjadi sebuah cara yang dilakukan oleh MNC untuk memberi lebih kepada para pemegang kepentingannya.

---

<sup>11</sup> Mohammed Shakhawat Hossain, "Best Model of CSR: An Analysis of the Impact of Corporate Social Responsibility for Improving the Social Development of the Stakeholders - A Study on Four Private Commercial Banks", Md. International Journal of Information, Business and Management; Chung-Li Vol. 8, Iss. 2, (May 2016): 74-104

**“Approaching Corporate Social Responsibility through Cross Sector Social Partnerships - Case Study of Bufab Romania” oleh Catalina Mitra Crisan**

CSR dari sebuah perusahaan multinasional bisa juga berupa *community investment*. Dalam jurnalnya, Catalina Mitra Crisan menyebutkan CSR membutuhkan komitmen dari perusahaan untuk meningkatkan masyarakat melalui praktis bisnis mereka.<sup>12</sup> Dalam jurnal ini dipaparkan bagaimana dalam melakukan CSR, apalagi yang memang berfokus kepada pemberdayaan pada pekerja mereka sendiri, perusahaan multinasional merasakan keuntungannya. Pekerja yang lebih berdikari, mampu, dan ‘bahagia’ bisa membawa efek positif bagi produktivitas perusahaan itu sendiri. Jadi CSR juga menjadi cara perusahaan tersendiri

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Seiring dengan berkembangnya zaman dan globalisasi, isu-isu yang menjadi perhatian ilmu hubungan internasional semakin berkembang. Berbeda dari masa awal kemunculannya pada akhir abad ke-19, fokus isu ilmu hubungan internasional tidak lagi pada keamanan, peperangan, dan militer saja, tetapi juga pada aspek-aspek ilmu lain. Hubungan Internasional mulai memberi perhatian kepada isu low politics, salah satunya yaitu politik ekonomi global. Apalagi dipicu dengan pertumbuhan volume

---

<sup>12</sup> Catalina Mitra Crisan, “Approaching Corporate Social Responsibility through Cross Sector Social Partnerships - Case Study of Bufab Romania”, *Management & Marketing; Bucharest* Vol. 8, Iss. 4, (2013): 623-636.

transaksi melampaui batas negara yang terus menerus berkembang.<sup>13</sup> Dalam hal aktor hubungan internasional, disiplin ini masih menitikberatkan pada negara sebagai subyeknya. Namun negara sebagai aktor dominan mulai tergeser oleh aktor lain yang tak kalah penting, seperti perusahaan multinasional dan INGOs. Keberadaan perusahaan multinasional terkadang masih menjadi permasalahan yang konfliktual. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait efek keberadaan perusahaan multinasional terkait. Untuk melakukan penelitian tersebut, penulis menggunakan beberapa landasan teori dan konsep, seperti Pluralisme, *Multinational Corporation*, *Corporate Social Responsibility*, *Community Development* dan *Triple Bottom Line*

### **Pluralisme**

Pluralisme oleh para pemikirnya berpandangan bahwa hubungan internasional membutuhkan aktor lain selain negara. Para pemikir Pluralisme mengkritik para kaum realis, yang seringkali terpaku hanya pada negara sebagai aktor utama dalam ilmu tersebut (state-centric). Pluralisme sendiri memandang pentingnya aktor non-negara yang perannya tidak bisa diacuhkan begitu saja.<sup>14</sup> Pemikiran kaum Pluralis sendiri didukung oleh beberapa argumen, seperti :

1. Keberadaan aktor non-negara dalam hubungan internasional tidak terbantahkan

---

<sup>13</sup> Chris Brown dan Kirsten Ainley, "Understanding International Relations", New York : Palgrave Macmillan, 2005, hlm.141

<sup>14</sup> Chris Brown dan Kirsten Ainley, *Understanding International Relations*, 3<sup>rd</sup> Edition, (New York : Palgrave Macmillan, 2005), hlm 35

Peran aktor non-negara dalam dunia internasional tidak terelakkan. Keputusan dari aktor-aktor non-negara kerap kali juga mempengaruhi negara. Keputusan organisasi internasional, misalnya, sering menjadi acuan untuk perilaku negara. Perusahaan multinasional juga menjadi salah satu aktor yang dominan terutama dalam bidang perekonomian dunia.

#### 2. Negara bukan *sole actor*

Kebijakan sebuah negara tidak bisa hanya berdasarkan keputusan dari negara tersebut. Berbagai kepentingan harus turut disertakan dalam pembuatan kebijakan. Oleh karena itu, dibutuhkan juga peran serta dari aktor non-negara. Peran dari aktor non-negara juga turut mempengaruhi interaksi hubungan internasional.

#### 3. Negara bukan aktor rasional

Hubungan negara dengan aktor lain bisa mempengaruhi tindakan ataupun keputusan dari negara itu sendiri. Tawar menawar, kompromi, atau ketidaksepakatan antar aktor dapat mempengaruhi kebijakan yang diambil. Oleh karena itu, negara sebagai aktor tidak bisa dianggap rasional.

#### 4. Agenda politik internasional yang luas

Kaum pluralis percaya bahwa kajian dari hubungan internasional tidak hanya militer dan keamanan saja. Kajian sosial dan ekonomi juga dilihat mengalami kenaikan signifikansi yang cukup tinggi sejak tahun 1980an. Dengan itu disimpulkan bahwa agenda politik internasional jauh lebih luas.

## Multi National Corporation

Menurut Bob Sugeng Hadiwinata, perusahaan multinasional atau lebih sering kita sebut **MNC** didefinisikan sebagai unit usaha yang memiliki atau mengontrol aset-aset seperti pabrik, pertambangan, perkebunan, outlet., dan perkantoran yang terdapat di dua atau lebih negara. Ciri karakter MNC sendiri adalah : (1) lingkup kegiatannya lintas batas negara, (2) perdagangan MNC kebanyakan terjadi di dalam lingkup perusahaan itu sendiri, (3) kontrol terhadap pemakaian teknologi dan modal sangat diutamakan, (4) pengembangan sistem manajemen dan distribusi yang melintasi batas negara. Sebuah MNC dikutip dari Michael J.Carbaugh oleh Aknolt Kristian Pakpahan juga memiliki 4 karakteristik yakni: (1) Sebuah perusahaan bisnis yang beroperasi di dua atau lebih negara tujuan dimana perusahaan induknya berada di negara asal MNC tersebut, (2) Perusahaan seringkali melakukan kegiatan *research and development* di negara tujuan, (3) Sifat kegiatan operasional perusahaan bersifat lintas negara, (4) Adanya pemindahan modal yang ditandai dengan arus investasi asing langsung (*Foreign Direct Investment / FDI*).<sup>15</sup>

Hadiwinata juga menyatakan aktivitas perusahaan multinasional bisa memiliki dampak positif maupun dampak negatif bagi negara tempat ia berada. Dampak positif dari aktivitas perusahaan multinasional di negara berkembang salah satunya dengan menciptakan lapangan kerja baru.<sup>16</sup> Dengan jumlah penduduk di negara berkembang

---

<sup>15</sup> Aknolt K. Pakpahan dalam Yulius P. Hermawan, Transformasi dalam Studi Hubungan Internasional Aktor Isu dan Metodologi: Multinational Corporations dan Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Perekonomian Global”, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2007), hlm. 213

<sup>16</sup> Bob Sugeng Hadiwinata, “Politik Bisnis Internasional”, Kanisius:2002, hlm.146

yang biasanya sangat besar, permasalahan kecukupan jumlah lapangan kerja biasanya muncul. Dibutuhkan adanya institusi yang menciptakan lapangan kerja tersebut, salah satunya institusi MNC ini. Di dalam buku “An Introduction to International Relations : Australian Perspectives”, tertulis bahwa penggerak utama dan dasar pemikiran untuk perusahaan multinasional adalah pelaksanaan kekuatan material melampaui batas yurisdiksi negara-negara. Pernyataan ini tentu masih selaras dengan pernyataan Bob Sugeng Hadiwinata mengenai ciri karakter dari MNC. MNC menjadi alasan terjadinya peningkatan konsentrasi kekuatan ekonomi di berbagai sektor, seperti di bidang keuangan, pelayanan, mencerminkan adanya gelombang infrastruktur global dan telekomunikasi, serta privatisasi air.<sup>17</sup>

### **Corporate Social Responsibility**

David Chandler dan William B. Werther Jr. membagi klasifikasi organisasi menjadi 3 : *for-profits*, pemerintah, dan *non-profits*. Di antara ketiga organisasi tersebut, muncul masyarakat. Masyarakat menjadi perwujudan dari kombinasi ketiga organisasi di atas. Masing-masing memiliki peran yang berbeda-beda namun saling mempengaruhi dan saling berinteraksi satu sama lain menjadi masyarakat yang berfungsi dengan baik. Dari organisasi *for-profits* salah satunya adalah MNC. Di dalam sebuah institusi pastinya ada orang-orang yang menjadi pemegang kepentingan. Seiring dengan berjalannya waktu, MNC cenderung memperluas pandangan mereka mengenai

---

<sup>17</sup> “An Introduction to International Relations : Australian Perspectives”, Cambridge University Press : 2007, hlm. 272

pemegang kepentingan mereka, seperti misalnya masyarakat dan lingkungan sekitar dimana mereka beroperasi. Perusahaan semakin menyadari pentingnya untuk menanggapi kepentingan dari pemegang kepentingan tersebut.<sup>18</sup> Walaupun sangat tidak memungkinkan untuk memuaskan semua pihak, kepentingan pihak-pihak tersebut yang tidak dipenuhi bisa memicu tindakan yang tidak diinginkan, seperti boikot dan bentuk protes lainnya. Karena itu perusahaan kerap kali terdorong untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* atau biasa dikenal dengan CSR.

Archie B. Carroll, seperti yang dikutip oleh Aknolt K. Pakpahan dalam buku yang dikeluarkan oleh Yulius P. Hermawan, menyatakan bahwa konsep CSR sendiri lahir dari pemikiran Adam Smith. Adam Smith menyatakan bahwa mekanisme pasar dengan *invisible hands*, dimana pasar yang menentukan kebutuhan masyarakat. Perusahaan tidak bisa lepas dari orientasi mereka pada *self-interest*. Namun *invisible hands* berperan dalam menjaga agar kegiatan bisnis tetap berorientasi pada kebutuhan masyarakat.<sup>19</sup>

Lutz Michael Buchner menyatakan dalam jurnalnya yang berjudul “Corporate Social Responsibility and Sustainability from a Global, European and Corporate Perspective. Corporate Social Responsibility and Sustainable Governance” bahwa

---

<sup>18</sup> David Chandler dan William B. Werther, Jr, “Strategic Corporate Social Responsibility”, Sage Publications, USA : 2014, hlm. 4-5

<sup>19</sup>ibid hlm.226

sebuah perusahaan bisa dikatakan sudah memenuhi tanggung jawab sosial nya jika sudah bisa memenuhi beberapa aspek di bawah ini <sup>20</sup> :

- Memperlakukan pekerja mereka dengan adil, mendukung dan mengizinkan mereka untuk berpartisipasi dalam bisnis mereka
- Menjaga alam dan menggunakannya dengan efisien
- Menaati standar buruh dan hak asasi manusia
- Menghormati kepentingan dan hak konsumen
- Ikutserta dalam kompetisi dagang yang adil
- Menghindari dan ikut memerangi korupsi
- Transparan

Archie B. Carroll mendefinisikan CSR bisa meliputi 4 ekspektasi : tanggung jawab ekonomi, legal, etis, dan diskresioner, yang dimiliki oleh masyarakat pada waktu tertentu.<sup>21</sup> Keempat ekspektasi ini lebih dikenal dengan sebutan “piramid CSR”.<sup>22</sup> Piramid tersebut bisa dijabarkan sebagai berikut:

- Tanggung jawab Ekonomi : Sebuah perusahaan harus bisa mengembalikan investasi yang telah diberikan oleh pemiliknya:

---

<sup>20</sup> Lutz Michael Büchner, “Corporate Social Responsibility and Sustainability from a Global, European and Corporate Perspective. Corporate Social Responsibility and Sustainable Governance”. Eurolimes; Oradea Vol. 13, (Spring 2012): hlm.41-55,218

<sup>21</sup> Archie B. Carroll, “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, *Academy of Management Review*, 1979, Vol.4, No.4, hlm.500.

<sup>22</sup> Archie B. Carroll, “The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders”, *Business Horizons*, July-August, 1991.



- Tanggung jawab Legal : Dalam melaksanakan tanggung jawab tersebut, perusahaan harus tetap mengikuti hukum yang berlaku;
- Tanggung jawab Etis : Perusahaan punya tanggung jawab etis untuk tidak melakukan kegiatan yang akan membahayakan pemegang kepentingan mereka dan lingkungan sekitarnya; dan
- Tanggung jawab Diskresioner : Perusahaan akan bersikap lebih proaktif dan strategis yang akan menguntungkan perusahaan itu sendiri dan masyarakat sekitar.

Perusahaan akan bisa dikatakan sebagai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial jika ia bisa memenuhi keempat tanggung jawab di atas.

Selain definisi CSR menurut Carroll, pendefinisian CSR bisa berbeda-beda antar budaya yang ada. Salah satu definisi CSR menurut negara Inggris dimana CSR adalah tentang bisnis dan organisasi lain yang melakukan lebih dari obligasi hukum mereka untuk mengatur dampak mereka terhadap lingkungan dan masyarakat. Terkhusus, hal ini bisa termasuk bagaimana organisasi berinteraksi dengan pekerja, produsen, pelanggan dan komunitas di sekitar mereka, juga bagaimana mereka berusaha untuk menjaga lingkungan sekitar mereka.<sup>23</sup>

Di dalam CSR sendiri dibagi dalam beberapa periode zaman, salah satunya adalah zaman filantropis, seperti yang tertulis di buku “The Age of Responsibility” oleh

---

<sup>23</sup> Ruth Lea, “Corporate Social Responsibility : IoD Member Opinion Survey”, The Institute of Directors, (UK,2002), hlm.10

Wayne Visser.<sup>24</sup> Zaman filantropis dimulai sejak tahun 1889, sejak dikeluarkannya artikel oleh Andrew Carnegie yang berjudul “Gospel of Wealth”. Zaman ini mencapai puncaknya pada tahun 2006, dimana Warren Buffet menyumbangkan uang sejumlah \$31bn kepada the Bill and Melinda Gates Foundation. Dari zaman ini, muncul aktor-aktor penting seperti Andrew Carnegie, John D. Rockefeller, Ted Turner, Bill Gates, Warren Buffet, dan lainnya. Zaman filantropis ini memiliki beberapa ide kunci, yang menjadi acuan para aktornya. Para aktor percaya bahwa bisnis harus memberi balik kepada masyarakat. Dipercaya bisnis mereka yang sukses haruslah ‘trickling down’ dan memberi efek positif bagi masyarakat sekitarnya yang kurang beruntung. Seorang pebisnis yang termasuk dalam zaman filantropis merasa masyarakat kaya bisa menyelamatkan yang miskin. Pada zaman ini, CSR yang lebih dikenal dengan CSR dermawan, mewujudkan prinsip membagikan buah kesuksesan yang telah didapat. Kedermawanan ini bisa dijadikan warisan saat para aktor ini sudah tiada, dimana orang-orang bisa mengenang perjuangan mereka saat berusaha mengumpulkan kekayaan mereka yang selanjutnya mereka dedikasikan untuk mendistribusikannya ke masyarakat. Carnegie, salah satu aktor penting dalam zaman ini, menyatakan pendekatan dictum yang ia lakukan : (1) menghabiskan 1/3 hidup untuk menimba ilmu; (2) menghabiskan 1/3 hidup selanjutnya untuk mencari uang sebanyakya; dan (3) menghabiskan sisa 1/3 hidup untuk membagikan kepunyaannya untuk tujuan baik.

---

<sup>24</sup> Wayne Visser, “The Age of Responsibility”, Wiley, hlm. 49-72

Penerapan CSR secara internasional diatur dalam *International Organization for Standardization* (ISO) 26000. ISO 26000 adalah standar internasional yang memberikan rekomendasi atau arahan tentang bagaimana organisasi manapun, dalam hal ini perusahaan, dapat mengembangkan tanggung jawab sosial mereka dan berkontribusi untuk pemberdayaan sosial, ekonomi dan sosial komunitas sekitarnya.<sup>25</sup> ISO 26000 sendiri mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai bentuk pertanggungjawaban organisasi terhadap efek dari keputusan dan aktivitas mereka di tengah masyarakat melalui perilaku yang transparan dan etis. Perilaku organisasi diharapkan bisa berkontribusi pada perkembangan komunitas yang berkesinambungan, termasuk dalam bidang kesejahteraan dan kesehatan. Organisasi juga diharapkan turut memperhitungkan ekspektasi dari para pemegang kepentingan. Perilaku organisasi ini tentunya harus sesuai dengan undang-undang yang berlaku dan konsisten dengan norma perilaku internasional. Keseluruhan perilaku inipun diharapkan dapat terintegrasi secara menyeluruh dan dipraktikkan di setiap hubungan yang dijalani oleh organisasi.

ISO 26000 ini tertuang dalam 7 prinsip, yakni : 1) Akuntabilitas, 2) Transparansi, 3) Perilaku Etis, 4) Rasa Hormat kepada Kepentingan Stakeholder, 5) Rasa Hormat pada Hukum, 6) Rasa Hormat kepada Norma Perilaku Internasional, 7) Rasa Hormat kepada Hak Asasi Manusia. Fokus dari ISO 26000 ini terletak pada 7 subyek utama, yaitu : 1) Organisasi itu sendiri, 2) Hak Asasi Manusia, 3) Praktek Buruh, 4)

---

<sup>25</sup> "ISO 26000 – Social Responsibility", ISO.org, diakses pada 27 Juli 2019, <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

Lingkungan, 5) Praktek Operasi yang Adil, 6) Isu Konsumen, dan 7) Keikutsertaan dan Perkembangan Komunitas. Ketujuh subyek ini harus menerapkan pendekatan yang terintegrasi secara holistik dan interdependensi dengan satu sama lain.

### **Community Development**

Salah satu bentuk dari kewajiban sosial perusahaan adalah pengembangan komunitas masyarakat sekitarnya. Sebelumnya, komunitas didefinisikan sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan hakikat yang sama. Irwin T. Sanders menyatakan bahwa teori pengembangan komunitas adalah turunan dari serangkaian program dan aktivitas yang lebih kita kenal dengan sebutan organisasi komunitas dan mengacu kepada ekonomi pembangunan.<sup>26</sup>

Dalam melakukan kegiatan operasionalnya, banyak perusahaan yang merasa menjadi ‘tetangga yang baik’ dan warga negara yang ikut ambil bagian dalam komunitas adalah misi sederhana yang wajib dilakukan. Komunitas yang bisa mereka rangkulpun bisa beragam, tergantung pada komunitas mana yang paling terpengaruh oleh kegiatan operasional dari perusahaan itu sendiri, berdasarkan pada lokasi geografis, minat mereka pada perusahaan, para pemegang kepentingan yang bersangkutan, dll. Organisasi terkait, yang dalam hal ini adalah perusahaan, berusaha menjalin hubungan dengan komunitas, dengan keinginan untuk membantu,

---

<sup>26</sup> Irwin T. Sanders, “Theories of Community Development”, *Rural Sociology*; College Station, Tex., etc. Vol. 23, Iss. 1, (Jan 1, 1958): hlm. 1.

mengakrabkan diri, dan mempunyai niat baik.<sup>27</sup> Tujuannya tentu saja untuk menciptakan hubungan yang sehat antara perusahaan dengan komunitas yang mereka targetkan. Inisiatif perusahaan untuk membantu komunitas dapat meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat di dalamnya dalam berbagai hal. Menurut Post, Lawrence dan Weber dalam bukunya *Business and Society*, disebutkan berbagai contoh aplikasi perusahaan dalam melakukan bantuan komunitas sesuai dengan isu yang menarik perhatian mereka, misalnya pendidikan, ekonomi, perumahan, isu minoritas, dll.

### **Triple Bottom Line**

Teori *Triple Bottom Line* ini dikemukakan oleh John Elkington dan mulai dikenal sejak tahun 1994. Istilah ini sendiri muncul ketika dunia sedang membutuhkan istilah yang tepat untuk menggambarkan hasil perluasan agenda, terutama agenda lingkungan dari *Sustainability*, yang sudah dikenal terlebih dahulu sejak tahun 1987.<sup>28</sup> Teori ini menganjurkan perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada profit perusahaan itu sendiri tetapi juga tidak lupa untuk mengingat pentingnya lingkungan di sekitar mereka, beserta isu sosialnya. Perusahaan yang pada dasarnya hanya memperdulikan *one bottom line* yaitu Profit, harus mulai memperhatikan 2 *bottom line* yang lain yakni *People* dan *Planet*. Dimensi *people* yang berfokus pada isu sosial dari lingkungan

---

<sup>27</sup> James E. Post, Anne T. Lawrence, dan James Weber, "Business and Society : Corporate Strategy, Public Policy, Ethics", (New York : McGraw-Hill, 2002) : hlm 377

<sup>28</sup> Adrian Henriques dan Julie Richardson, "The Triple Bottom Line, Does it All Add Up? Assessing the Sustainability of Business and CSR", (London : Earthscan, 2004), hlm 1-16

perusahaan terkait dan dimensi profit yang menitikberatkan perkembangan ekonomi dari perusahaan tersebut telah terlebih dulu mulai berkembang. Hal tersebut membuat para pemikir mulai melihat pentingnya juga perusahaan untuk berfokus pada keberlangsungan lingkungan sekitar dan membagi rata fokus mereka pada ketiga dimensi tersebut. Istilah 3P pun kemudian semakin dikenal oleh masyarakat sejak tahun 1995. Dipercaya dengan memperhatikan ketiga dimensi tersebut, keberlangsungan perusahaan akan lebih kuat dan bertahan untuk jangka waktu yang panjang. Keberlangsungan untuk jangka waktu yang lama pastinya menjadi tujuan utama setiap perusahaan yang beroperasi. Untuk mengukur kesuksesan dari TBL sendiri sedikit rumit. Untuk mengukur kesuksesan dari profit cukup mudah karena dapat diukur secara kuantitatif. Sedangkan untuk mengukur kesuksesan dari bidang *Planet* dan *People* hanya bisa diukur secara kualitatif.

## **1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1.6.1 Metode Penelitian**

Untuk melakukan penelitian di atas, penulis akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada metode penelitian kualitatif ditekankan pada pentingnya pemahaman tentang makna perilaku manusia dan konteks sosial.<sup>29</sup> Penelitian ini bersifat deskriptif dengan tujuan untuk dapat menggambarkan keadaan di lapangan.

---

<sup>29</sup> John W. Creswell, "Research Design", (Singapore : Sage Publications 2014), hlm.4

### **1.6. 2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mengumpulkan literature terkait, melakukan wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) dan melalui studi ke lapangan. Data yang didapatkan akan bersifat primer karena didapat langsung dari narasumber. Data primer akan berupa hasil wawancara, foto-foto dari Tempat Kejadian Perkara (TKP) dan hasil observasi dari penulis. Wawancara bisa dilakukan secara tidak terstruktur dan terbuka, untuk memperoleh pandangan dan pendapat dari narasumber. Narasumber terkait seperti para pekerja di PT. Sango Ceramics Indonesia, warga setempat, dan narasumber lain. Penulis juga bisa mengambil catatan hasil observasi dengan melihat keadaan perusahaan dan lingkungan sekitar.

### **1.7 Sistematika Pembahasan**

Dalam penulisan penelitian ini, penulisan akan terbagi ke dalam beberapa bab pembahasan :

Bab 1 merupakan pendahuluan yang akan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, dan juga sistematika pembahasan di dalam penelitian mengenai Corporate Social Responsibility PT. Sango Ceramics Indonesia dalam memberdayakan ekonomi warga kota Semarang terutama Kelurahan Wonosari.

Bab 2 akan menjelaskan profil dari PT. Sango Ceramics Indonesia dan Kelurahan Wonosari. Profil dari PT Sango Ceramics Indonesia akan terdiri dari sejarah PT. Sango Ceramics Indonesia, visi misi dari PT Sango Ceramics Indonesia dan kegiatan operasional dari PT. Sango Ceramics Indonesia. Selain itu, bab ini akan menjelaskan profil Kelurahan Wonosari sebagai sebuah institusi resmi pemerintah.

Bab 3 akan menjelaskan profil dari masyarakat Kelurahan Wonosari yang diberdayakan oleh PT. Sango Ceramics Indonesia. Masalah yang biasa dihadapi oleh Kelurahan Wonosari juga akan dijelaskan. Bab ini juga akan menjelaskan berbagai kontribusi yang diberikan oleh PT Sango Ceramics Indonesia kepada Kelurahan Wonosari.

Terakhir, bab 4 akan berisi kesimpulan dari penelitian ini.