

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, perdebatan terhadap perkembangan bisnis dunia sangat beragam hingga dapat memicu timbulnya banyak perspektif terhadap komoditi bisnis tersebut. Memungkinkan bagi sebuah perusahaan untuk terus berinovasi atau bahkan menjadi akar permasalahan yang mengakibatkan awal kemunduran sebuah bisnis. Tak terkecuali perdebatan terhadap keberlangsungan operasional perusahaan pada suatu negara yang berdampak pada keberlangsungan kehidupan manusia seperti kesejahteraan atau bahkan kesengsaraan berkepanjangan.

Konsep tersebut dipahami oleh Perusahaan Multinasional (PMN) sebagai bentuk kesadaran akan keberlangsungan bisnis jangka panjang yang suatu saat dapat mengancam citra sebuah perusahaan, Pemikiran seperti ini juga didukung oleh Milton Friedman yang mengatakan bahwa “tanggung jawab sosial bisnis adalah meningkatkan keuntungannya”¹. Makna tersebut diartikan sebagai sebuah strategi bagi perusahaan untuk terus mempertahankan eksistensinya.

Pada dasarnya PMN merupakan perusahaan yang berciri internasional dan memiliki cabang atau induk cabang operasional pada negara-negara dunia, hal ini

¹Demmerling, Thomas. *Corporate Social Responsibility Overload? Intention, Abuse, Misinterpretation of CSR from the Companies' and the Consumers' Point of View*. Anchor Academic Publishing, 2015. 23.

merupakan sebuah tanggung jawab yang besar sehingga memerlukan komitmen jangka panjang terhadap perkembangan bisnis.

Hingga saat ini, PMN merupakan salah satu aktor internasional non-negara yang berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi dunia. Saat ini, kegiatan ekonomi dan perdagangan didominasi oleh PMN dengan meluasnya pengaruh PMN terhadap perekonomian dunia dapat mempengaruhi pendapatan makro negara. Selain itu, negara-negara berkembang khususnya yang berorientasi ekonomi liberal umumnya dipengaruhi oleh arus Globalisasi yang pada akhirnya membuka peluang bagi PMN untuk terlibat dalam pasar bebas dunia. Pengaruh globalisasi dinilai sebagai faktor utama terhadap perkembangan bisnis multinasional, selain itu dengan terlibatnya Indonesia dalam ASEAN yang turut membahas pertumbuhan ekonomi maka semakin memperkuat pengaruh PMN terhadap ekonomi di Indonesia.

Sehingga, dengan masuknya PMN dari berbagai negara di Indonesia semakin mempengaruhi stabilitas persaingan antar PMN. Bermula dari tinjauan pada kebutuhan masyarakat lalu mewujudkan hal tersebut ke dalam suatu ide bisnis dan menciptakan solusi terhadap kebutuhan masyarakat. Kebutuhan pada masyarakat dapat dilihat dari berbagai aspek, salah satunya yaitu kebersihan dan nutrisi. Melihat permintaan masyarakat yang semakin tinggi, maka PMN berlomba-lomba untuk mendirikan perusahaannya di Indonesia. Maka persaingan antar PMN juga semakin ketat, dewasa ini kebutuhan terhadap bidang Kesehatan dan nutrisi semakin tinggi sehingga diperlukan sebuah solusi dan strategi agar terjaganya eksistensi perusahaan yakni dengan memperkuat citra baik perusahaan. Citra baik

perusahaan dapat menjadi pengaruh yang kuat untuk menarik atensi masyarakat terhadap suatu perusahaan.

Untuk terus membangun citra baik terhadap negara, diperlukan sebuah tindakan yang berorientasi terhadap pengembangan masyarakat yang disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki makna bahwa setiap perusahaan berkontribusi terhadap perbaikan permasalahan berdasarkan *status quo* yang terjadi di masyarakat. Selain itu dalam lingkup sistem pemerintahan Indonesia, peraturan terhadap CSR juga secara tegas diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dan Undang-Undang No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup². Akan tetapi meskipun telah diatur dalam perundang-undangan, sehubungan dengan hal tersebut, masih terdapat kendala pada bagian *Global Production Network* (GPN) berupa tantangan-tantangan yang dihadapi oleh PMN seperti lingkungan bisnis yang kurang ‘ramah’.

Penilaian ini dapat dilihat dari penerapan kebijakan bagi para pelaku modal bisnis asing, hal ini dinilai masih sangat kurang dan jauh tertinggal terhadap implementasi Undang- Undang, berkurangnya interpretasi terhadap Undang – Undang Investasi menciptakan kebingungan berkepanjangan bagi investor.³

² Atmadjaja, Yuliana. “Pengaturan Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia.” *Adoc.pub*. ADOC.PUB, n.d. <https://adoc.pub/pengaturan-corporate-social-responsibility-csr-di-indonesia.html>.

³ East Asia Forum. *Economics, Politics, and Public Policy in East Asia dna the Pacific*. Oktober 9, 2012. <https://www.eastasiaforum.org/2012/10/09/indonesias-participation-in-global-production-networks/>.

Hingga saat ini masih akan terus dilakukan evaluasi terhadap implementasi Undang-Undang agar sesuai terhadap kondisi bisnis yang terjadi.

PMN melihat bisnis dan masyarakat sosial merupakan hal yang saling berkaitan, perusahaan akan melihat CSR sebagai bentuk kebutuhan masyarakat lalu menjadikan barang produksi sebagai suatu bentuk permintaan pasar. Persaingan antar PMN di Indonesia semakin ketat, sehingga inovasi-inovasi pembaruan sangat diperlukan. Tujuan CSR dibentuk adalah sebagai alat untuk terus mempertahankan eksistensi perusahaan, yakni peningkatan jumlah pembelian suatu produk akan berpengaruh melalui keberadaan CSR ini. Dalam arti lain, bahwa CSR memainkan peran krusial bagi perusahaan terlebih dalam aspek penjualan. Semakin tinggi kebutuhan masyarakat, maka permintaan terhadap produksi akan semakin meningkat. Peribahasa “Pelanggan adalah Raja” masih sangat berkaitan erat pada prinsip PMN hal itu dikarenakan inti kuat dan lemahnya suatu perusahaan berkaitan dengan stabilitas *consumer goods*.

Untuk mempertahankan stabilitas konsumen maka diperlukan evaluasi terhadap perkembangan dan pertumbuhan perusahaan, dalam hal ini salah satu yang diperhatikan adalah perkembangan CSR yang terjadi di masyarakat, hal tersebut merupakan salah satu esensi utama yang dapat mempengaruhi tumbuh dan laju kegiatan perdagangan mendatang, sebuah proses *signalling* terhadap konsumen yaitu dengan cara memberitakan kegiatan-kegiatan CSR pada masyarakat guna memberikan *company image* yang baik bagi perusahaan terhadap konsumen. Hal tersebut merupakan suatu kebutuhan bagi perusahaan untuk terus bersaing dan menyesuaikan pada kondisi pasar.

Dalam upaya untuk terus mendukung kegiatan perusahaan, maka perusahaan yang beroperasi pada suatu negara memiliki beberapa pemangku kepentingan yang disebut sebagai *stakeholder*, dalam hal ini *stakeholder* dapat dibagi atas 2 bagian yaitu negara dan non-negara. Umumnya dalam lingkup bisnis multinasional kepentingan *stakeholder* dapat saling mempengaruhi atau *vice versa*, negara akan selalu memiliki kepentingan terhadap eksistensi PMN, dan begitu pula sebaliknya. Kepentingan setiap *stakeholder* beragam akan tetapi fokus utamanya adalah untuk keuntungan masing-masing. *Stakeholder* mempengaruhi hampir seluruh aspek kegiatan ekonomi, hal tersebut juga dapat dipengaruhi oleh kewajiban CSR untuk memenuhi setiap persyaratan dan regulasi yang dapat mempengaruhi *stakeholders*, yang terdiri atas internal dan eksternal *stakeholder*.

Selaras dengan hal di atas, salah satu faktor yang juga dapat mempengaruhi yakni pembagian kerja internasional berdasarkan kondisi negara tersebut, Karl Polanyi menyebutkan dunia dibagi atas 2 bagian yaitu dunia bagian selatan yang mendominasi bahan mentah dan pertanian pada umumnya didominasi oleh negara-negara berkembang dan negara bagian utara terdapat negara-negara maju yang mendominasi industri dan teknologi yang lebih maju. Berawal pada abad pertengahan pelaku bisnis dibagi atas 3 yaitu kaum raja-raja, kaum bangsawan, dan kaum pedagang akan tetapi untuk dewasa ini peran-peran tersebut digantikan oleh

raja sebagai pemangku kepentingan politik, bangsawan sebagai wiraswasta, dan pedagang sebagai PMN.⁴

Pembahasan mengenai CSR dapat dilihat dari pola pandangan dan pemikiran politis terhadap ruang lingkup bisnis. Menurut Kantian, motivasi CSR terhadap konsep pada kegiatan CSR menunjukkan bahwa hal itu hanya berdasarkan kepentingan tugas, bukan kepentingan pribadi.⁵ Hal tersebut semakin memperkuat bukti bahwa CSR tidak sepenuhnya semata-mata hanya melakukan kegiatan sosial saja, yakni juga terdapat kepentingan-kepentingan suatu perusahaan dinilai sebagai faktor pendorong utama.

Berdasarkan paparan di atas, terdapat hal-hal penting dalam penulisan penelitian ini antara lain: 1. Bahwa sebuah PMN tidak semata-mata hanya melakukan kegiatan CSR saja tetapi terdapat kepentingan pribadi yang membawahi kegiatan tersebut, 2. Seluruh kegiatan CSR berorientasi pada perbaikan mutu perusahaan dan kontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat, 3. Serta pemikiran dan asumsi terhadap CSR juga dapat dilihat melalui pandangan politik bisnis.

Penelitian ini akan berfokus membahas mengenai kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan Nestlé yang beroperasi di Indonesia berdasarkan pemikiran dan pandangan politik bisnis, selain itu penelitian ini juga turut

⁴ Brawijaya, King Ori FIA Universitas. *Pembagian Kerja Internasional*. 1 Maret 2013. <https://blog.ub.ac.id/orimanihuruk/2013/03/01/pembagian-kerja-internasional/>.

⁵ Demmerling, Thomas. *Corporate Social Responsibility Overload? Intention, Abuse, Misinterpretation of CSR from the Companies' and the Consumers' Point of View*. Anchor Academic Publishing, 2015. 24.

memberikan gambaran implikasi program-program CSR terhadap kesejahteraan masyarakat Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam topik ini terdapat beberapa permasalahan yang akan dikaji guna menjawab pertanyaan penelitian, seperti kontribusi aktor terhadap permasalahan kasus, upaya untuk memastikan keberlangsungan operasional perusahaan berkelanjutan, dan pola pandangan dan pemikiran perusahaan terhadap CSR yang dilakukan. Kontribusi perusahaan terhadap kasus merupakan fokus utama dalam penelitian ini. Berdasarkan pernyataan di atas, maka terdapat 2 pertanyaan penelitian sebagai rumusan masalah terhadap topik ini antara lain:

- a. Apa bentuk upaya dari CSV Nestlé Indonesia terhadap pengembangan masyarakat di Indonesia?
- b. Bagaimana Nestlé Indonesia sebagai sebuah PMN menggunakan CSV sebagai instrumen dalam mendukung eksistensi perusahaan?
- c. Bagaimana pengaruh CSV dalam mendukung *Company Image* perusahaan?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menciptakan pandangan baru kepada pembaca bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh PMN memiliki berkontribusi kepada masyarakat, serta memperlihatkan aspek-aspek pemikiran berdasarkan pandangan yang berbeda dalam hal ini pandangan yang berbasis politik bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara jelas bahwa terdapat berbagai macam cara dan sudut pandang dalam menilai suatu kegiatan CSR. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi baru terhadap perkembangan kajian kasus terkait dikemudian hari, mengingat bahwa studi Hubungan Internasional khususnya fokus studi *Multinational Company* akan terus berkembang secara progresif dan dinamis.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan ini akan dibagi atas 5 bagian isi penulisan, pada setiap bagian memiliki fokus pembahasan yang berbeda-beda. Pada Bagian 1 berfokus membahas mengenai latar belakang permasalahan, membahas urgensi aktor terhadap kasus yang terkait, pertanyaan rumusan masalah guna memfokuskan penelitian, serta memberikan gambaran tujuan dan kegunaan terhadap penyelesaian masalah. Bagian 2 membahas mengenai kerangka berpikir penelitian, meliputi tinjauan Pustaka dan landasan teori dan konsep. Hal ini berguna untuk membentuk perspektif penelitian terhadap topik dan kasus, sehingga memudahkan penulis untuk menulis penelitian ini. Bagian 3 membahas tentang metodologi penelitian, yakni meliputi Teknik Pengambilan Data berdasarkan pengembangan riset sebelumnya, Pendekatan Penelitian yaitu Kualitatif untuk menjelaskan keseluruhan bagian penelitian, lalu Metode Penelitian yang bersifat Deskriptif yakni berfokus pada penjelasan secara deskripsi terhadap fenomena atau kasus. Lalu, menjelaskan Teknik Analisis Data yakni bersifat Naratif dengan menjelaskan alur kejadian secara bertahap. Bagian 4 membahas isi, hasil temuan, dan analisis penelitian

bagian ini akan memuat keseluruhan data yang ditemukan sehingga lalu memuat analisis terhadap data-data tersebut. Bagian 5 berisi tentang kesimpulan terhadap penelitian mencakup seluruh rangkuman dari penulisan.

