

# **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MULTINATIONAL CORPORATIONS DI INDONESIA, SUDAHKAH MENDUKUNG SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**

**Oleh:**

**Muhammad Rezza<sup>1</sup>**

## **ABSTRACT**

*Globalization with many multinational companies (MNCs) located outside their parent countries. Of course, the existence of this MNC also has a negative and positive impact on the people who live and are around the company area. There are many bad narratives related to the existence of this MNC. CSR is seen as a way out to solve these various problems, but the current measure is whether CSR through its programs has become a member of the community or is it even empowering them? In addition, MNC supports the existence of Sustainable Development Goals (SDGs), have they also done this, especially for Indonesians who live around the company area?*

*The methodology in this paper uses a qualitative approach sourced from secondary data, a literature review of 12 scientific articles was conducted to see the extent to which CSR from MNC is carried out in Indonesia.*

**Keywords: CSR, MNC, SDGs**

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Pascasarjana PSDK UGM

## 1. PENDAHULUAN

Globalisasi salah satunya ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan multi nasional yang melakukan investasi di pelbagai negara-negara berkembang. MNCs yang kebanyakan berasal dari negara induk (Eropa dan Amerika Serikat) melakukan eksplorasi sumber daya alam di negara-negara berkembang, salah satunya di Indonesia. PT. Freeport Indonesia (Papua), PT. Newmount (Nusa Tenggara Timur dan Sulawesi Utara), PT Indo Muro Kencana (Kalimantan Tengah), merupakan contoh MNCs yang melakukan kegiatan produksinya di Indonesia.

Multinational Corporations (MNCs) merupakan salah satu bentuk implementasi globalisasi ekonomi. Dalam penerapannya, korporasi memberlakukan prinsip-prinsip neoliberalisme yang mengurangi peranan pemerintah. The international political arena differs radically, characterized as it is by the absence of government (Ruggie 2003). Sementara itu, postur korporasi yang terdapat pada era globalisasi merupakan pelaksanaan sistem ekonomi liberal yang kemudian ditanamkan kepada masyarakat-masyarakat di negara-negara kapitalis (Ruggie 2003).

Globalisasi finansial dan kapitalisme telah membuat MNCs tumbuh di hampir seluruh negara di dunia. Stiglitz (2006) menyebutkan bahwa MNCs merupakan kesalahan dari globalisasi didasarkan pada keyakinan bahwa perbuatan baik akan membawa keuntungan untuk bisnis, dan perbuatan buruk dapat menjadi perkara hukum yang tidak murah. Tujuan perusahaan adalah menarik keuntungan. Sehingga akan logis bila perusahaan mencari negara yang memiliki lingkungan yang mendukung baginya untuk berinvestasi (Bhagwati, 2004). Poin penting dari pandangan Bhagwati adalah korporasi masih dibatasi oleh lingkungan yang kompetitif, dengan begitu akan ada kemungkinan terjadinya Race to the Bottom pada MNCs. Untuk menghindari jatuhnya perusahaan maka korporasi memerlukan berbagai faktor pendukung untuk keberlangsungan perusahaan. Salah satu faktor pendukung dalam menjaga keberlangsungan hidup perusahaan- perusahaan melakukan kepedulian sosial

perusahaan (CSR) (Sumarto, 2007:345). Hal ini dilakukan sebagai bentuk dari gagalnya negara dalam memberikan subsidi dalam bentuk bantuan sosial (social assestance) terhadap masyarakat.

Selain itu dengan berbagai aktivitas perusahaan, membawa dampak yang nyata terhadap kualitas kehidupan manusia baik itu terhadap individu, masyarakat, dan seluruh kehidupan. Terjadinya deforestasi, pemanasan global, pencemaran lingkungan, kemiskinan, pendidikan, penyakit menular, akses hidup dan air bersih, berlangsung terus-menerus hingga akhirnya muncul konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (Kidangen, 2004).

Kemunculan dari CSR awalnya dipandang sebagai heroisme perusahaan dalam mengatasi pelbagai permasalahan, khususnya masalah lingkungan, sosial, dan ekonomi. Namun evidencenya tampak bahwa CSR dari MNCs ini merupakan bentuk CSR-Washing (dilansir dari hijauku.com, 2019). Penyebutan tersebut dilakukan oleh para akademisi terhadap perusahaan yang industri kontroversial (controversial industry) dan industri penuh dosa (sinful industry) yang sering melakukan pencitraan terhadap brand perusahaannya (Coombs dan Sherry, 2012).

Peristiwa Teluk Bayat di Sulawesi Utara, Penurunan debit air di daerah Klaten, dan permasalahan lingkungan dan konflik dengan masyarakat adat di Papua menjadi bukti sahih bahwa CSR dari MNCs belum secara nyata menyentuh masyarakat dan lingkungannya. Seharusnya kita tidak boleh menutup mata bahwa di dalam lingkungan melekat kepentingan paling subjektif manusia sebagai makhluk hidup. Setiap individu, membutuhkan lingkungan sebagai ruang kebutuhan hari ini yang tak bisa ditunda pemenuhannya dan sekaligus ruang kebutuhan masa depan yang tak dapat dipercepat (Lay, 2007: 157, dalam Yuda, 2016:201).

Peristiwa Teluk Bayat pernah menjadi perhatian dunia ketika PT. Newmount Minahasa Raya membuang tailling (limbah) ke dalam laut. Kemudian menyebabkan banyak masyarakat yang notabenenya merupakan

nelayan kehilangan mata pencaharian karena kondisi laut yang menjadi keruh. Tidak berhenti disitu saja, banyak masyarakat yang menderita berbagai penyakit yang disebabkan oleh lingkungan dan sanitasi yang buruk (Kumurur, 2010).

Selain itu peristiwa di Klaten juga menambah deretan kasus yang disebabkan oleh proses produksi yang dilakukan oleh mereka yaitu Danone. Masyarakat protes dikarenakan debit air dalam tanah mengalami kemerosotan volume yang cukup masif. Sehingga masyarakat yang memiliki mata pencaharian sebagai petani kesulitan dalam mengirigasi lahan sawah mereka (Suparlan, 2015).

Sebagai perusahaan multi nasional seharusnya mereka paham dengan berbagai dampak dari proses produksi mereka, terlebih saat ini telah memasuki era Sustainable Development Goals, yang dimana mereka secara publik mengakui dan mendukung tentang tujuan tersebut. Namun kebanyakan pandangan dari perusahaan menganggap hanya dengan korporasi berdiri di suatu negara sejatinya sudah cukup bagi perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosialnya. Karena keberadaannya dianggap akan menimbulkan side effect dalam bentuk meningkatnya pertumbuhan ekonomi, tersedianya lapangan pekerjaan dan berujung pada kesejahteraan sebuah negara (Yuda, 2016: 202).

Realitasnya tidak berkata demikian, dengan alasan tersebut, perusahaan secara sporadis dan eksploitatif melakukan pengerukan sumber daya alam secara masif. Selain itu penggunaan produk-produk sintesis sebagai konsekuensi dari sistem produksi massal tersebut juga turut memberikan kontribusi yang besar terhadap penurunan kualitas ekologi (Muthmainnah, 2007: 271-272). Hal tersebut dengan mudah merembet menjadi ancaman bagi kesehatan masyarakat, menghantarkan munculnya masalah-masalah sosial baru, dan menyeret sebagian orang menjadi pihak-pihak yang termarjinalisasi dalam seketika. Tidak hanya itu, kelangkaan sumberdaya alam akibat dari

eksploitasi yang berlebihan pada gilirannya mengundang berkecamuknya konflik-konflik sosial (Santoso, 2007: 8).

Dengan berbagai problematika di atas, timbul sebuah pertanyaan besar tentang “sudah sejalankah program CSR dari MNCs dengan tujuan dari SDGs?”. Dalam menjawab pertanyaan utama tersebut, bahasan akan dibagi ke dalam tiga tahapan, pertama, hubungan antara CSR, MNCs dan SDGs; kedua, deskripsi berbagai kumpulan kegiatan CSR yang pernah dilakukan oleh MNCs di Indonesia. Dalam bahasan kedua ini, penulis menggunakan metode data sekunder yaitu literatur review dari berbagai artikel ilmiah yang memuat dan mempublikasi tentang CSR yang dilakukan oleh MNCs, Ketiga, analisis dari hasil literatur review menggunakan teori dependencia.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1 Linieritas MNC, CSR, dan SDGs**

Multinational Corporation (MNC) merupakan sebuah perusahaan nasional yang berekspansi melewati batas nasional. Michael J. Carbaugh (2013) menyebutkan bahwa sedikitnya ada empat karakteristik dari MNC, yaitu: MNC sebagai salah satu perusahaan bisnis yang beroperasi di dua atau lebih negara tujuan (host industry) dimana perusahaan induk MNC berasal dari negara asal (home industry). MNC sering kali melakukan kegiatan research and development di negara tujuan. Sifat operasional perusahaan adalah lintas batas negara. Adanya pemidahan modal yang ditandai dengan arus investasi asing langsung dari daerah-daerah sedikit memberikan keuntungan kepada MNC ke daerah-daerah yang dianggap mampu memberikan kontribusi atas keberadaan MNC.

Perusahaan multinasional ini sangat signifikan baik sebagai independen maupun instrument manipulasi oleh pemerintah. Sikap dan pengambilan kebijakan dari kelompok-kelompok domestik akan dipengaruhi oleh komunikasi yang terorganisir diantara mereka dan mitra diluar negeri

(Goddard 2003, Cronin, 2003). MNCs sangat mengutamakan prinsip efisiensi, dimana dengan biaya pengeluaran yang sedikit dapat mendatangkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Menurut Franklin Root dalam Diantama (2016) MNCs adalah perusahaan induk yang terlibat dalam produksi luar negeri melalui cabangnya yang terletak di beberapa negara, menjalankan control langsung atas kebijakan cabang-cabangnya, mengimplementasikan strategi bisnis dalam produksi, pemasaran, keuangan, dan kepegawaian yang melampaui batas-batas nasional. Dengan kata lain, perusahaan multinasional tidak menunjukkan loyalitas kepada negara dimana mereka tergabung.

Kehadiran MNC di suatu negara selalu memiliki dampak positif dan negatif. Jika dilihat dari sisi positif, ada tiga keuntungan yaitu:

- Meningkatkan pendapatan nasional  
Dengan hadirnya MNC di sebuah negara, akan dapat menambah pemasukan negara melalui pajak. Dengan semakin besar pajak dari MNC yang diterima oleh negara, maka semakin besar pula pembangunan yang dilakukan oleh negara tersebut.
- Penyerapan tenaga kerja  
MNC akan membutuhkan tenaga kerja dari negara tempat mereka berlokasi. Tujuannya ialah memudahkan dan mengurangi dampak biaya produksi. Di satu sisi negara juga akan terbantu atas adanya MNC ini, hal tersebut dikarenakan penyerapan angka tenaga kerja menjadi semakin tinggi jika MNC semakin banyak di suatu wilayah negara tersebut.
- Merangsang industri lokal  
Dengan adanya MNC, tentunya geliat pasar industry local semakin bertumbuh besar, hal tersebut berkaitan dengan pasokan modal produksi ke MNCs (Balaam dan Micahel, 2001).

Dampak negatif dari adanya MNC misalnya – adanya praktik perlakuan diskriminatif dan rasis, eksploitasi pekerja di bawah umur, pembayaran upah pekerja yang tidak sesuai dengan regulasi negara tersebut, praktik outsourcing yang semakin mendelegitimasi posisi tawar pekerja, serta adanya praktik

pelecehan seksual, dan lingkungan hidup yang tercemar atas kegiatan operasional perusahaan. Dalam mengurangi dampak yang disebabkan oleh perusahaan, maka dalam memajukan image perusahaan, MNC melakukan CSR dalam bentuk berbagai jenis program bantuan baik dari tingkat karikatif hingga pemberdayaan.

CSR sendiri memiliki berbagai definisi, menurut Schermerhorn (1993) memberi definisi tanggungjawab social perusahaan sebagai kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan public eksternal. Secara konseptual, CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian social dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005).

Lahirnya CSR dipengaruhi atas fenomena DEAF (tuli) di dunia industri. DEAF merupakan akronim dari Dehumanisasi, Emansipasi, Aquariuisasi, dan Feminisasi (Suharto, 2007): Dehumanisasi industri. Efisiensi dan mekasisasi yang semakin menguat di dunia industry telah menciptakan persoalan kemansiaan baik bagi kalangan buruh perusahaan maupun masarakat yang tinggal di sekitar area perusahaan. Emansipasi hak-hak publik. Saat ini masyarakat semakin sadar atas berbagai permasalahan baik social maupun lingkungan dari akibat kegiatan produksi perusahaan.

Aquariumisasi. Perusahaan saat ini dituntut untuk semakin transparan agar mendapatkan afeksi dari publik. Hal ini berkaitan dengan image perusahaan ke masyarakat. Feminisasi dunia kerja. Saat ini ketimpangan upah buruh perempuan dan laki-laki masih terjadi, sehingga diperlukan reformasi regulasi tentang persamaan hak dan kewajiban dari perempuan dan laki-laki di dunia kerja.

Pentingnya CSR perlu dilandasi oleh kesadaran perusahaan terhadap fakta tentang adanya jurang (kesenjangan social, ekonomi) yang semakin

melebar. Memang, dalam aspek ini adanya perusahaan saja sudah banyak membantu negara terlebih dalam penyerapan tenaga kerja dan pembayaran pajak. Namun permasalahannya ialah pajak yang dibayarkan belum tentu sampai ke masyarakat yang membutuhkan, terlebih masyarakat yang dirugikan akan adanya perusahaan di sekitar lingkungan mereka.

Di Indonesia, peraturan CSR termuat dalam pasal 75 UU no.40/2007 tentang perseroan terbatas. Bab V pasal 74 ayat 1 menetapkan bahwa perseroan memiliki kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, baik dari perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya bergerak dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dapat berupa perbaikan terhadap lingkungan masyarakat sekitar perusahaan ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)), dalam Diantama, 2016).

Dengan berakhirnya era MDGs, selanjutnya dunia saat ini memasuki era SDGs, yang dimulai dengan pertemuan yang dilaksanakan pada tanggal 25-27 September 2015 di markas besar PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa), New York, Amerika Serikat. Acara tersebut merupakan kegiatan seremoni pengesahan dokumen yang dihadiri perwakilan dari 193 negara. Seremoni ini merupakan lanjutan dari kesepakatan dokumen SDGs yang terjadi pada tanggal 2 Agustus 2015 yang juga berlokasi di New York. Saat itu sebanyak 193 negara anggota PBB mengadopsi secara aklamasi dokumen berjudul "Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development" atau "Mengalihrupakan Dunia Kita: Agenda Tahun 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan". Dokumen SDGs pun dicetuskan untuk meneruskan dan memantapkan capaian-capaian MDGs sebelumnya agar langgeng dan berlanjut seterusnya (Ishartono dan Santoso, 2016: 159-160).

Sejak definisi pembangunan berkelanjutan diterima sebagai kesepakatan global di tahun 1992 pada Konferensi Rio de Janeiro, para pakar bidang ini sepakat bahwa tujuan CSR adalah berkontribusi positif pada pencapaian pembangunan berkelanjutan. Ketika di tahun 2015 dunia menyepakati bagaimana pembangunan berkelanjutan hendak dicapai, yaitu dengan Tujuan

Pembangunan Berkelanjutan antara 2016-2030—tujuan CSR kemudian, tentu saja, menjadi lebih tegas lagi: mencapai Tujuan dan Target SDGs.

Menurut Schönherr, dkk (2017) CSR dapat memanfaatkan SDGs sebagai framework dari kegiatan CSR sendiri. Schönherr, dkk- membagi ke dalam tiga manfaat yang berbeda yaitu, Pertama, dapat membatasi potensi tentang isu pembangunan berkelanjutan yang mungkin berhubungan dengan MNCs. Kedua, SDGs dapat membangun kemitraan. Hal ini dapat membantu dalam mengidentifikasi kepentingan umum, di mana perlu untuk bersama-sama mengatasi masalah pembangunan yang berkelanjutan di luar kendali MNCs sendiri. Ketiga, SDGs dapat sepenuhnya membantu dalam sistemasi dari masalah pembangunan berkelanjutan, sehingga mereka dapat memetakan kegiatan CSR dalam rangka mengidentifikasi poin leverage untuk meningkatkan dampak positif dan mengurangi dampak negatif.

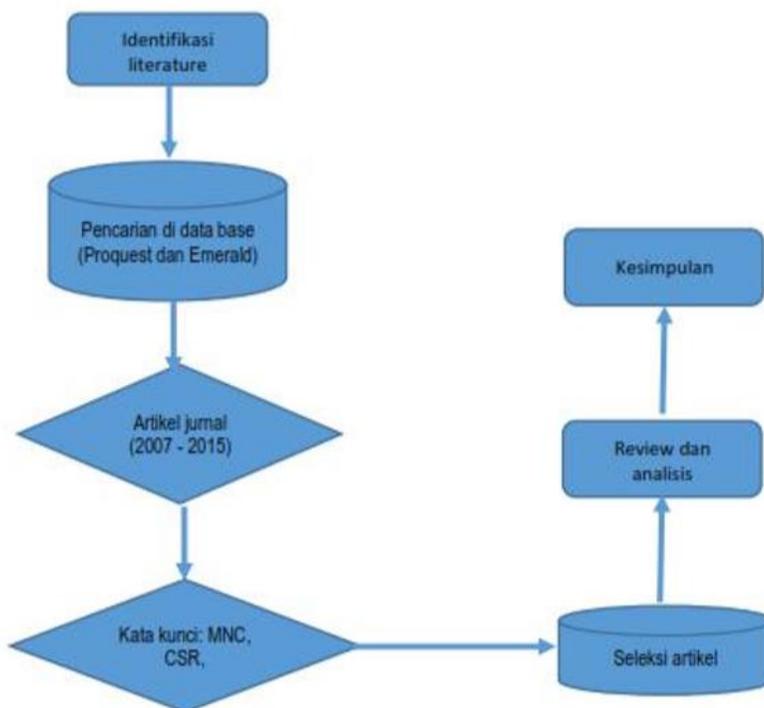
Dengan penjelasan diatas dapat diasumsikan bahwa CSR dan SDGs dapat berkorelasi dengan baik, terlebih SDGs membantu CSR dalam memetakan dan mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh perusahaan dalam skala besar. Secara lebih teoritis dan sistematis, Carrol (Saidi dan Abidin dalam Suharto, 2009: 102) memberikan komponen-komponen yang idealnya dipenuhi oleh sebuah perusahaan dalam melakukan etika bisnis.

Pertama, tanggung jawab ekonomis: motif utama perusahaan adalah profit. Dengan profit, perusahaan dapat terus hidup dan berkembang. Kedua, tanggung jawab legal: CSR dilakukan dalam rangka tunduk terhadap aturan hukum yang berlaku pada suatu negara. Ketiga, tanggung jawab etis: perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang fair dan tidak merugikan pihak-pihak lain. Norma-norma masyarakat menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan. Keempat, tanggung jawab filantropis: perusahaan dituntut memberikan kontribusi yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat: meningkatkan kualitas hidup semua, baik kepada perusahaan, publik, maupun unsur-unsur yang melekat pada masyarakat seperti lingkungan hidup.

Berdasar pada penjelasan tersebut, secara ringkas CSR dapat didefinisikan, sebagai 'bentuk komitmen' perusahaan dalam mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan kedalam aktivitas produksinya (Yuda, 2016: 204).

## 2.2 Penerapan CSR Oleh MNCs

Bentuk strategi penerapan CSR oleh MNCs bermacam-macam, ada yang mereka melakukannya dalam bentuk karikatif hingga pemberdayaan. Dalam tulisan kali ini akan dibahas mengenai strategi penerapan CSR oleh MNCs di Indonesia. Data didapatkan melalui literature review menggunakan beberapa artikel ilmiah yang berkaitan dengan kegiatan CSR MNCs.



Gambar 1. Metodologi Literature Review  
Sumber: Titisari, 2017.

Tujuan dari tinjauan literatur ini adalah untuk memberikan gambaran praktik CSR yang di jalankan perusahaan multinasional di Indonesia, apakah telah sesuai dengan SDGs atautkah hanya menjadi pengguguran kewajiban dan good image di negara tersebut. Artikel dikumpulkan dari berbagai terbitan, baik itu jurnal internasional, nasional, atau bentuk tesis dan skripsi. Sebanyak 12 artikel di kumpulkan dengan terbitan sejak tahun 2006 hingga 2017. Adapaun penjelasan secara singkat tentang ke-12 artikel ialah:

Tabel 1 Penerapan CSR dari MNCs di Indonesia Dalam Upaya Mematuhi SDGs

No.	Artikel	Nama Penulis	Substansial
1	Collaboration Strategy dalam Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR): Studi Kasus Aqua Danone Klaten. Jurnal Hubungan Internasional □ Tahun VIII, No.2, Juli - Desember 2015. Univeritas Airlangga	Qurattie Zain	<p>Bagi perusahaan Aqua Danone Klaten, peran media sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan. Karena tanpa adanya pemberitaan melalui media tentu terobosan yang dilakukan perusahaan tidak akan dikenal publik termasuk pada komitmen program CSR. Manajemen yang bertanggungjawab atas kegiatan CSR di Aqua Danone Klaten selalu membuka komunikasi dengan media dalam meliputi kegiatan.</p> <p>Team CSR berupaya untuk melibatkan media massa dengan mengundang para wartawan. Dengan tujuan agar informasi kegiatan CSR dapat tersampaikan dengan data-data yang akurat untuk membantu pemberitaan yang berimbang.</p> <p>Kolaborasi antara Aqua Danone dengan media massa dapat menunjang keberhasilan perusahaan dalam menjalankan usahanya ditengah aksi protes masyarakat. Mengingat selama ini seringkali terjadi aksi maupun penolakan terhadap kehadiran Aqua Danone.</p>

			<p>Akan tetapi dengan bantuan media dalam mempublikasikan citra perusahaan yang baik maka perusahaan dapat bertahan dan tetap menjalankan usahanya sebagaimana mestinya sesuai dengan peraturan yang ada di negara maupun di daerah keberadaan perusahaan. Sehingga collaborative strategy yang dilaksanakan oleh Aqua Danone di Klaten dengan menggandeng LSM dan media massa cukup efektif dalam meredakan berbagai aksi protes masyarakat setempat.</p>
	<p>IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) OLEH PERUSAHAAN MULTINASIONAL DI PT. HOLCIM INDONESIA, Tbk PABRIK CILACAP. Tesis, Universitas Sebelas Maret, 2016.</p>	<p>Rike Yunita Budi</p>	<p>PT. Holcim Indonesia, Tbk Pabrik Cilacap telah melaksanakan CSR sesuai dengan Undang-Undang, yaitu UU Nomor 25/2007 tentang Penanaman Modal dan UU Nomor 40/2007 tentang Perseroan Terbatas, walaupun masih ada kekurangan yaitu pelaksanaan CSR PT. Holcim Indonesia, Tbk Pabrik Cilacap masih bisa ditingkatkan, sesuai dengan Permen Nomor 03/2014 tentang Proper, PT. Holcim Indonesia, Tbk Pabrik Cilacap telah memperoleh Proper Emas, tetapi dari berbagai penilaian aspek dan kriteria yang telah ditetapkan, PT. Holcim Indonesia, Tbk Pabrik Cilacap, memperoleh score self assessment 78 dari Maksimal 100 score Proper.</p> <p>Hal ini tentunya dapat ditingkatkan kembali dalam efektivitas pelaksanaannya, terutama untuk aspek dan kriteria dengan nilai yang masih di bawah standar. Sehingga pelaksanaan CSR dapat memperoleh hasil maksimal dan esensi dasar pelaksanaan CSR tercapai yaitu mewujudkan masyarakat yang mandiri dan sejahtera. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan CSR PT. Holcim Indonesia, Tbk</p>

			<p>Pabrik Cilacap yaitu faktor pendorong yang berupa peraturan perundang-undangan, komitmen kuat dari internal perusahaan, manfaat yang dirasakan masyarakat dan penghargaan yang telah diperoleh perusahaan. Faktor penghambat adalah kesadaran masyarakat yang masih kurang mengenai pelaksanaan CSR, budaya tergantung dan budaya transaksional masyarakat kepada perusahaan</p>
	<p>UPAYA UNILEVER DALAM MENINGKATKAN KUALITAS KEHIDUPAN DAN LINGKUNGAN MELALUI “ UNILEVER SUSTAINABLE LIVING PLAN” DI INDONESIA. eJournal Ilmu Hubungan Internasional, Volume 4, Nomor 4, 2016:1285-1300</p>	<p>Nurhafidz Januar Diantama</p>	<p>Program Unilever Sustainable Living Plan diluncurkan pada tahun 2010, untuk menunjukkan seiring dengan perkembangan bisnis dan operasional, Unilever juga berusaha mengurangi dampak dari kegiatan usahanya.</p> <p>Program ini adalah salah satu visi dari Unilever untuk membantu meningkatkan kehidupan dan lingkungan melalui tiga program yang menjadi dasar strateginya, yaitu: meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan, mengurangi dampak lingkungan, dan memperbaiki kualitas kehidupan. Dalam upayanya menjalankan Unilever Sustainable Living Plan, Unilever mengintegrasikan semua merek Unilever di seluruh dunia.</p> <p>Dengan berpatokan pada tiga bidang yaitu; meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan, mengurangi dampak lingkungan, dan memperbaiki kualitas kehidupan, Unilever Indonesia mengembangkan dan melakukan berbagai program. Dengan melibatkan tindakan dan proyek bersama stakeholder dapat membantu mengambil keputusan yang bertanggung jawab dan secara bersama dapat memastikan masalah-masalah yang berpotensi muncul dapat diantisipasi. Sehingga</p>

			dalam pengembangan secara berkelanjutan dapat melakukan inovasi dan menghasilkan produk-produk yang sustainable melalui proses yang berkelanjutan sesuai dengan tujuan USLP.
	UPAYA MULTINASIONAL CORPORATIONS PT CHEVRON PASIFIK INDONESIA DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA BAIK DI MASYARAKAT Jurnal Hubungan Internasional 2016. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Rizal Nur Fauzi	PT Chevron Pacific Indonesia melakukan berbagai upaya dalam mempertahankan citra di masyarakat dengan melakukan kegiatan Corporate Social Responsibility dan strategi pencitraan melalui iklan di media massa dengan mempublikasikan kegiatan CSR serta nilai-nilai yang ada dalam PT Chevron Pacific Indonesia yang menjadi pembeda dari perusahaan yang lain. Keberhasilan Chevron atas pencitraannya yang terbukti dari pengakuan masyarakat atas manfaat nyata yang dirasakan secara langsung maupun tidak langsung melalui iklan yang di publikasikan oleh Chevron dalam kampanyenya yang bertajuk "Chevron, Kami Setuju"
	Kebijakan Corporate Social Responsibility oleh Multinational Corporation sebagai International Norm :: Studi kasus PT. Unilever Indonesia, Tbk. Tesis.2016. Universitas Gadjah Mada	Bondan Wijanarko	Penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan telah berkembang menjadi sebuah norma internasional dalam rejim perdagangan internasional hal ini dibuktikan dengan munculnya bentuk institusional dari tanggung jawab sosial perusahaan dan munculnya aturan baku mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dengan disahkannya ISO 26000 pada tahun 2008 nanti. Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia sangat komprehensif dan dapat mendukung pembangunan komunitas lokal di Indonesia.
	ANALISIS PERAN PERUSAHAAN MULTINASIONAL	Faturachman Alputra	Penyebab atau motivasi AQUA dalam pencapaian MDGs terbagi dalam dua faktor yaitu faktor

	<p>(MNCs) DALAM PENCAPAIAN TUJUAN PEMBANGUNAN MILENIUM (MDGS) 2015 INDONESIA (STUDI PADA DANONE AQUA GROUP). Tesis, 2014. Universitas Gadjah Mada</p>		<p>internal terkait dengan kewajiban perusahaan untuk memenuhi barang publik dengan prinsip sukarela disebabkan kekosongan regulasi global, dan kapasitas pemerintah. Adapun faktor eksternal terkait dinamika kondisi lokal di daerah operasi perusahaan yaitu resistensi masyarakat terhadap perusahaan yang pada akhirnya menunjukkan gap rasional dari dari dua faktor tersebut</p>
	<p>PEMENUHAN HAK-HAK TENAGA KERJA MELALUI PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA SUATU PERUSAHAAN (Studi Penerapan CSR Di PT. Great Giant Pineapple, Provinsi Lampung). Jurnal Law Reform Program Studi Magister Ilmu Hukum Volume 12, Nomor 2, Tahun 2016 Fakultas Hukum Universitas Diponegoro.</p>	<p>Dani Amran Hakim, Budi Ispriyarso</p>	<p>Kewajiban CSR bagi perusahaan yang diatur pada Pasal 74 UUPT walaupun tidak memiliki sanksi yang jelas apabila tidak dilaksanakan oleh perusahaan, namun begitu PT. GGP menilai bahwa CSR harus dilaksanakan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Kebijakan dan strategi CSR di PT. GGP fokus kepada upaya kesejahteraan pekerja, pengentasan kemiskinan melalui pemberdayaan masyarakat mandiri, peningkatan SDM melalui program pendidikan, peningkatan kualitas kesehatan masyarakat dan berbagai perbaikan infrastruktur desa sekitar. Terhadap pemenuhan hak-hak tenaga kerjanya, upaya PT. GGP adalah dengan membentuk Perjanjian Kerja Bersama antara PT. GGP bersama SPSI. Selain itu PT. GGP juga memahami bahwa selain yang diatur PKB, perusahaan juga wajib memenuhi hak-hak tenaga kerja yang tidak diatur di PKB maupun peraturan perundang-undangan dengan tujuan mensejahterakan pekerjanya. Bentuk-bentuk CSR untuk pekerja di PT. GGP adalah; 1) Program pendidikan dan bea siswa untuk anak pekerja, 2) Program fasilitas tempat tinggal untuk pekerja; 3) Program-program sosial di Balai Pengobatan PT. GGP; 4) Penghargaan masa kerja; 5) Rekreasi dan keakraban antar</p>

			pekerja PT. GGP; 6) Program pelatihan dan keterampilan pekerja PT. GGP; dan 7) Program pensiun sehat.
	OIL & COMMUNITY WELFARE: A CASE STUDY ON PEOPLE OIL MINING IN INDONESIA. JURNAL KOMUNITAS, Vol. 6, No. 2, Sept 2014. Universitas Negeri Semarang, Indonesia.	Nugroho Trisnu Brata	Dengan membayar royalti dan pajak ke negara, gas dan perusahaan pertambangan minyak merasa tidak ada kewajiban untuk kesejahteraan masyarakat di sekitar daerah pertambangan. Jaringan jalan yang buruk, terutama jika kerusakan lebih parah pada musim hujan, jaringan listrik di daerah penduduk sering mati, dan kemiskinan adalah gambaran dari fenomena pertambangan minyak dan gas di Indonesia. Untuk merespon kondisi tersebut, masyarakat mulai membongkar sumur tua di ladang minyak yang bernama Dangilo-Wonocolo yang dulunya dimiliki dan dioperasikan oleh NV BPM (Shell). Setelah sumur minyak ditinggalkan dan ditutup dengan beton oleh shell, perusahaan migas BUMN PT Pertamina Indonesia ternyata bidang ini. Masyarakat mulai mengklaim bidang Dangilo-Wonocolo adalah daerah bebas tanah, kemudian mereka merakit dan menambang sumur tua. Dalam artikel ini, saya sebut sektor ini Civil Oil Mines (TMR) daerah. Salah satu sektor yang menjadi fokus penelitian ini adalah pekerjaan dalam rantai distribusi minyak dari Lapangan ke customer TMR. Mengapa orang bekerja di sektor rantai distribusi minyak dari TMR? Mereka melakukan karena implikasi dari penghentian monopoli pembelian minyak mentah dari bidang TMR oleh KUD Bogasasono bekerjasama dengan PT Pertamina. Monopoli ini berlangsung dari 1988 untuk 2006. Monopoli berhasil dihapuskan setelah komunitas pertambangan minyak bumi melakukan beberapa protes

		<p>terhadap pembelian monopoli yang dianggap merugikan masyarakat pertambangan karena harga minyak mentah ditentukan oleh KUD Bogasasono sebesar Rp. 87 per liter. Lebih tepatnya, harga ini adalah angkat upah dan mengangkut komunitas penambangan minyak bumi karena KUD Bogasasono dan PT Pertamina menganggap para penambang sebagai buruh yang bekerja di bidang minyak yang dimiliki Pertamina. PT Pertamina mengklaim bahwa itu adalah milik mereka. Masyarakat tidak dapat menerima kenyataan tetapi mereka merasakan rasa takut untuk bertarung. Setelah monopoli berjalan sekitar 17 tahun, mereka akhirnya membuang rasa takut mereka dan menunjukkan di kantor PT Pertamina selama beberapa kali menuntut penghapusan monopoli.</p>
	<p>Dampak Operasional Multinational Corporation (MNC) terhadap masyarakat lokal: studi kasus PT Freeport Indonesia di Kabupaten Mimika-Papua periode 2001-2005. Tesis. Universitas Indonesia</p>	<p>MNC di wilayah negara berkembang diperlakukan sama dan merata sebagaimana kapasitas sebuah negara, bahkan kadang-kadang negara penerima (host country) tidak bisa berbuat apa-apa terhadap tindak-tanduk perusahaan raksasa tersebut. Untuk melindungi masyarakat dan meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan dan sosial budaya masyarakat, pemerintah meminta PT Freeport Indonesia serius dalam program pengembangan masyarakat ini. PT Freeport Indonesia menanggapi hal tersebut dengan melakukan program yang disebut dengan program Dana Kemitraan yang bekerjasama dengan yayasan dan lembaga pengembangan masyarakat adat yang biasa disebut LPMK. Lembaga ini dibentuk bersama sama oleh Perusahaan, Lembaga Adat, dan Pemerintah untuk menyalurkan dan mengelola dana kemitraan atau</p>

			<p>biasanya disebut dana 1% dalam beberapa program utama seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, penguatan lembaga adat, dan kegiatan keagamaan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan dalam tulisan ini mengenai besaran alokasi dana kemitraan dan peruntukannya berdasarkan program program diatas. Dalam implementasi di lapangan secara umum program pengembangan masyarakat ini sudah berjalan baik dan dievaluasi dan diperbaharui setiap tahunnya. Hanya saja dalam implementasinya masih terdapat banyak kekurangan dan penyimpangan dana bantuan dari tujuan utamanya. Selain penjelasan mengenai dana kemitraan dipaparkan juga tentang penerimaan negara dan manfaat lainnya yang telah diberikan oleh PT Freeport Indonesia, baik untuk Pemerintah Pusat, Propinsi, Kabupaten, dan masyarakat adat pemegang hak ulayat yaitu Amungme dan Kamoro</p>
0	<p>Corporate Social and Environmental Performance: A Comparative Study of Indonesian Companies and Multinational Companies (MNCs) Operating in Indonesia. Journal of Knowledge Globalization, Vol. I, No 1, Spring 2008.</p>	Hasan Fauzi	<p>Temuan penelitian adalah bahwa dalam hal variabel sosial, kinerja perusahaan Indonesia dan MNCs berada pada tingkat yang sama, sementara dalam hal perspektif lingkungan, kinerja MNCs lebih baik dari perusahaan Indonesia. Di perusahaan Indonesia, kinerja sosial dan lingkungan perusahaan tidak terkait, sedangkan dalam MNCs hubungan tersebut sebagian didukung untuk perspektif sosial dan sebagian besar didukung untuk perspektif lingkungan. Implikasi dari temuan memiliki dua sisi: tingkat makro dan tingkat mikro (manajemen). Dari perspektif tingkat makro, pemerintah sebagai pembuat kebijakan seperti badan perlindungan lingkungan hidup Indonesia harus membuat peraturan</p>

			<p>yang lebih ketat untuk meningkatkan kinerja lingkungan perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Lembaga pemerintah lainnya seperti otoritas pasar modal Indonesia (Bapepam) dan Bank Indonesia perlu mengadopsi peraturan untuk mendorong perusahaan yang beroperasi di Indonesia untuk melaksanakan investasi tanggung jawab keberlanjutan (SRI) dan perlu memantau melalui laporan tahunan perusahaan. Bapepam dapat meminta Asosiasi akuntan Indonesia untuk menetapkan pengungkapan sosial dan lingkungan sebagai standar akuntansi wajib untuk meningkatkan kepatuhan terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam perspektif mikro, temuan ini dapat membentuk dasar untuk upaya yang baik untuk mengintegrasikan masalah sosial dan lingkungan ke dalam manajemen strategis secara keseluruhan untuk meningkatkan perusahaan Triple Bottom Line: keuangan, sosial, dan kinerja lingkungan.</p>
1	<p>PRAKTEK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI PERUSAHAAN MULTINASIONAL. Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 2(1), 2017. Universitas Islam Batik Surakarta.</p>	<p>Kartika Hendra Titisari</p>	<p>Perkembangan implementasi CSR MNC dipengaruhi oleh hubungan para pemangku kepentingan, kematangan sosial dari masyarakat internasional dan evolusi budaya pemikiran politik, kegiatan adaptasi sosial perusahaan multinasional, dan diversifikasi pasar. Untuk meningkatkan kinerja pangsa pasar perusahaan MNC menggunakan pengeluaran CSR dengan mengelompokkan jenis pasar (pangsa pasar rendah, pangsa pasar menengah atau tinggi). Apapun negara asal asli dari MNC atau di negara apapun markas korporasi berada, pemilik internasional dan tuntutan mereka sering merusak nilai-nilai negara</p>

			<p>asal dan keinginan mengenai operasi perusahaan. Jika masyarakat tuan rumah tidak merasa bahwa proyek CSR akan membuat pembangunan ekonomi berkelanjutan, mereka akan terus mengagitasi untuk perubahan. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa mengelola hubungan pemangku kepentingan melalui adaptasi sosial menjadi kemampuan berharga perusahaan untuk mempertahankan daya saing dalam lingkungan pemangku kepentingan yang semakin kompleks. Strategi adaptasi sosial akan membantu perusahaan multinasional untuk lebih memahami prioritas pemangku kepentingan dan dinamika selama masa transisi sosial dan lebih siap untuk berkembang di lingkungan stakeholder.</p>
2	<p>Memaknai Ulang Corporate Social Responsibility: Upaya Mewujudkan Fair Responsibility. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Volume 19, Nomor 3, Maret 2016.</p>	<p>Tauchid Komara Yuda</p>	<p>Korporasi merasa aman dengan cukup menyisihkan sedikit keuntungannya untuk membersihkan eksternalitas produksi di sekitar areal produksi, lalu diklaimnya sebagai bagian dari capital untuk meraih simpati banyak konsumen terhadap hasil produk-produknya. Namun perlu ditekankan bahwa cara pandang yang dibangun oleh korporasi menyoal CSR harus diperbaharui. Bukan lagi menuntut perusahaan untuk menginternasialisasi eksternalitasnya setelah ada aktivitas ekonomi, tetapi lebih kepada sebelum timbulnya eksternalitas. Pemahaman mengenai tanggungjawab social perusahaan harus dikaitkan langsung dengan upaya perusahaan dalam memproduksi produk ramah lingkungan dan menempatkannya sebagai prinsip dalam menjalankan aktivitasnya.</p>

### 3. PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Kritis Menggunakan Teori Sistem Dunia

Dalam konteks pembangunan sosial, CSR memang menjadi salah satu tumpuan utama dalam mengembangkan masyarakat yang terkena dampak dari proses produksi maupun eksternalitas dari produksi perusahaan. Pemberdayaan komunitas (COMDEV) menjadi salah satu andalan dalam memberdayakan masyarakat. Namun jika dilihat dari sisi berlawanan, adanya CSR juga membawa dampak negative tersendiri bagi masyarakat. Perusahaan akan menjadi tumpuan ketergantungan, utamanya oleh masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi perusahaan. Pandangan tersebut jamak terjadi hampir di setiap perusahaan baik itu nasional maupun dalam bentuk multi nasional. Sehingga bentuk ketergantungan tersebut tidak dapat dilepaskan seutuhnya.

Dalam teori ketergantungan (selanjutnya disebut *dependencia*) disebutkan bahwa teori ini muncul sebagai bentuk kritikan terhadap teori modernisasi. Dalam teori modernitas, disebutkan bahwa dalam aspek pembangunan, negara percontohan selalu dikiblatkan ke negara-negara barat. Hal-hal internal yang menghambat arah dari negara-negara berkembang untuk menjadi negara maju harus dieliminasi. Negara-negara dunia ketiga, yang mengikuti hal tersebut kenyatannya malah terhalangi oleh permasalahan ekonomi. Hal ini dialami oleh banyak negara berkembang, Indonesia pada 1998 menjadi salah satu contohnya. Tidak hanya di Indonesia, negara-negara di Amerika Latin juga mengalaminya, bahkan terjadi lebih dulu dibandingkan dengan Indonesia. Kegagalan di Amerika Latin merupakan kegagalan dari program yang dijalankan oleh ECLA (United Nation Economic Commission for Latin America) pada masa awal 1960-an (Fakih, 2009).

Namun dalam konteks ini teori *dependencia* yang terlalu mendikotomikan hubungan dua pihak (sentral dan pinggiran) ternyata tidak mampu dalam menghadapi kemajuan jaman. Saat ini banyak negara, terutama negara Asia Timur yang menjadi negara pusat. Banyak MNCs yang berasal dari negara-

negara Asia Timur, Jepang, Korea, dan terbaru adalah Cina. Dengan munculnya kekuatan ekonomi baru tersebut, teori dependecia sejatinya sudah kurang relevan ketika dikaitkan dalam konteks pembangunan sosial. Dengan menggunakan asumsi tersebut, maka penulis menggunakan teori system dunia oleh Immanuel Wallerstein. Teori ini menjelaskan tentang bentuk negara yang dibagi menjadi 3 kategori, yaitu sentral, semi-preferi, dan negara prefer (pinggiran). Menurut Wallerstein, perbedaan kategori bentuk tersebut tidak mengikat dan bersifat fluid. Wallstrein dalam Suwarsono (1991) merumuskan tiga strategi terjadinya proses kenaikan kelas:

1. Kenaikan kelas terjadi karena menjemput dan merebut kesempatan yang datang. Sebagai misal negara pinggiran tidak lagi dapat mengimpor barang-barang industri oleh karena mahal sedangkan komoditi primer mereka murah sekali, maka negara pinggiran mengambil tindakan yang berani untuk melakukan industrialisasi substitusi impor. Dengan ini ada kemungkinan negara dapat naik kelas dari negara pinggiran menjadi negara semi pinggiran.
2. Kenaikan kelas terjadi karena adanya undangan. Sebagai contoh perusahaan-perusahaan industri raksasa di negara-negara pusat perlu melakukan ekspansi ke luar dan kemudian lahir apa yang disebut dengan MNC. Akibat dari perkembangan ini, maka muncullah industri-industri di negara-negara pinggiran yang diundang oleh oleh perusahaan-perusahaan MNC untuk bekerjasama. Melalui proses ini maka posisi negara pinggiran dapat meningkat menjadi setengah pinggiran.
3. Kenaikan kelas terjadi karena usaha yang dilakukan negara dalam memandirikan negaranya. Sebagai misal saat ini dilakukan oleh Peru dan Chile yang dengan berani melepaskan dirinya dari eksploitasi negara-negara yang lebih maju dengan cara menasionalisasikan perusahaan-perusahaan asing. Namun demikian, semuanya ini tergantung pada kondisi sistem dunia yang ada, apakah pada saat negara

tersebut mencoba memandirikan dirinya, peluang dari sistem dunia memang ada. Jika tidak, mungkin dapat saja gagal.

Dalam hal ini negara-negara induk MNCs yang memiliki perusahaan di Indonesia, mereka secara public mengakui telah melakukan CSR. Terlebih hal itu sudah menjadi kewajiban yang di atur oleh hukum di Indonesia melalui UU No 40 Tahun 2007. Namun yang menjadi permasalahan ialah, CSR melalui program-program mereka tidak benar-benar masuk dalam konteks SDGs. Benar, jika kita mengukur angka kemiskinan di Indonesia saat ini yang berhasil menyentuh satu digit juga sedikit banyaknya merupakan jasa MNC yang melakukan investasi di Indonesia. Namun dalam bentuk lingkungan, kemudian sosial dan aspek yang lain apakah telah terpenuhi. Sepertinya belum. MNC hanya perlu mengambil tanggung jawab lebih aspek ini di negara asal mereka, tetapi tidak di pasar luar negeri mereka. Pengaruh dari aktivis CSR yang mencakup lingkungan, sosial, tata kelola, akuntabilitas dan etika sebagai isu penting CSR di perusahaan multinasional tidak berpengaruh langsung dalam pekerjaan CSR yang sebenarnya (Ahmad 2010).

MNC masih memandang dimensi ekonomi mendominasi aspek sosial dalam argumentasi perwakilan perusahaan (Titisari, 2017: 23). Dengan keterhubungan adanya MNC akan mengangkat perekonomian di suatu wilayah memang dapat dibenarkan. Namun dalam konteks CSR terutama yang berhubungan dengan sustainable, CSR MNC pun juga belum melakukannya dengan baik dan tepat. Argumentasi penulis dalam hal ini ialah berkaitan dengan teori dari Wallerstein, bahwa sejatinya negara atau masyarakat tersebut dapat menjadi maju jika MNC ini memang menginginkan mereka maju. Banyak dari masyarakat yang tinggal di wilayah perusahaan, namun masih buta aksara. Tentunya hal ini patut untuk disorot lebih, kemudian untuk kasus pencemaran lingkungan yang terjadi di Minahasa pun juga patut untuk lebih dicermati.

Tentunya cukup disayangkan untuk MNC yang sudah mempublikasikan citra perusahaan mereka ke publik dengan mendukung adanya SDGs, namun

dalam realitasnya mereka masih melakukan banyak pelanggaran yang sejatinya dilawan dan dibasmi oleh SDGs itu sendiri.

#### **4. KESIMPULAN**

Strategi CSR dari perusahaan multinasional telah mendorong dalam bentuk peningkatan ekonomi. Namun bukan berarti MNC juga telah melakukan CSR yang sesuai dengan konsep SDGs. Masih banyak pelanggaran yang mereka lakukan, baik bersifat individual maupun komunal. Masalah sosial, lingkungan, kesetaraan, kesehatan, hingga pendidikan masih belum dipenuhi oleh MNCs. Hal ini berkaitan dengan pemikiran MNC yang lebih memfokuskan CSR ke negara asal mereka sendiri. Dalam hal ini, Indonesia- perlu adanya tuntutan kepada para pemangku kebijakan di MNC untuk lebih memperhatikan masyarakat yang tinggal dan bermatapencaharian di area wilayah produksi perusahaan.

Dengan menggunakan teori dari Wallerstein, bahwa sejatinya MNC memang secara sengaja belum “mengundang” masyarakat yang ada di area sekitar pabrik untuk menjadi masyarakat yang maju dan berdaya. Entah apa alasannya, yang jelas MNCs masih menginginkan masyarakat sekitar tidak menjadi kritis dan menentang kehadiran mereka. CSR melalui program-programnya dipergunakan sebagai salah satu tools untuk mengagitasi dan meninabobokan masyarakat dari kesadaran kritis akan dampak negative yang ditimbulkan oleh MNCs. Poin utamanya ialah, MNC melalui CSR-nya belum optimal sesuai dengan SDGs.

\*\*\*\*\*

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alputra, Fathcurahman. 2014. ANALISIS PERAN PERUSAHAAN MULTINASIONAL (MNCs) DALAM PENCAPAIAN TUJUAN PEMBANGUNAN MILENIUM (MDGS) 2015 INDONESIA (STUDI PADA DANONE AQUA GROUP). Tesis. Universitas Gadjah Mada
- Balaam, David, Michael Vesseth. 2001. Introduction to International Political Economy. New Jersey: Prentice Hall.
- Bhagwati, Jagdish. 2004. In Defense of Globalization. Oxford: Oxford University Press.
- Brata, N Trisno. 2014. OIL & COMMUNITY WELFARE: A CASE STUDY ON PEOPLE OIL MINING IN INDONESIA. JURNAL KOMUNITAS, Vol. 6, No. 2, Sept 2014. Universitas Negeri Semarang, Indonesia.
- Budi, R. Yunita. 2016. IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) OLEH PERUSAHAAN MULTINASIONAL DI PT. HOLLCIM INDONESIA, Tbk PABRIK CILACAP. Tesis, Universitas Sebelas Maret.
- C. Roe, Goddard, Patrick Cronin dan Kishore C. Dash. 2003. International Political Economy. Colorado: Lynne Rienner Publisher.
- Coombs, W. Timothy dan Sherry J. Holladay. 2012. Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach. Chichester: Wiley-Blackwell
- Diantama, N Januar. 2016. UPAYA UNILEVER DALAM MENINGKATKAN KUALITAS KEHIDUPAN DAN LINGKUNGAN MELALUI "UNILEVER SUSTAINABLE LIVING PLAN" DI INDONESIA. e-Journal Ilmu Hubungan Internasional, Volume 4, Nomor 4, 2016:1285-1300
- Fakih, Mansour. 2009. Teori Pembangunan dan Globalisasi. INSIST Press: Jakarta.
- Fauzi, Hasan. 2008. Corporate Social and Environmental Performance: A Comparative Study of Indonesian Companies and Multinational Companies (MNCs) Operating in Indonesia. Journal of Knowledge Globalization, Vol. I, No 1, Spring 2008.
- Fauzi, R Nur. 2016. UPAYA MULTINASIONAL CORPORATIONS PT CHEVRON PASIFIK INDONESIA DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA BAIK DI

MASYARAKAT. Jurnal Hubungan Internasional. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Hakim, D Amran, Budi Ispriyarso. 2016. PEMENUHAN HAK-HAK TENAGA KERJA MELALUI PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA SUATU PERUSAHAAN (Studi Penerapan CSR Di PT. Great Giant Pineapple, Provinsi Lampung). Jurnal Law Reform Program Studi Magister Ilmu Hukum Volume 12, Nomor 2. Fakultas Hukum Universitas Diponegoro.

Ishartono, dan Santoso T. R. 2015. Sustainable Development Goals dan Pengentasan Kemiskinan. SOCIAL WORK JURNAL VOLUME: 6 NOMOR: 2 HALAMAN: 154 – 272.

Kumurur, Veronica Andelin. 2010. Pembangunan Kota dan Kondisi Kemiskinan Perempuan. Manado PPLH-SDA Unsrat Press.

Muthmainnah Lailiy, 2007, Menggugah Partisipasi & Membangun Sinergi: Upaya Bergerak dari Stagnasi Ekologis Pengelolaan Sampah, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM ISSN 1410-4946 Volume 11, Nomor 2, November 2007 (153-286)

Ruggie, John Gerard. Taking Embedded Liberalism Global: the Corporate Connection. Cambridge: Cambridge Plity Press, 2003

Saidi dan Abidin, 2004. Corporate Social Responsibility: Alternatif bagi Pembangunan Indonesia. Jakarta: ICSD

Suharto, Edi. 2009. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat. Bandung: Refika Aditama

Sumarto, 2007. Anteseden dan Dampak dari Kebijakan Deviden Beberapa Perusahaan Manufaktur. Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis, 7 (1). 222.124.28.164.

Suwarsono, Alvin Y.SO. 1991. Perubahan Sosial dan Pembangunan di Indonesia, LP3ES: Jakarta.

Titisari, K Hendra. 2016. PRAKTEK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI PERUSAHAAN MULTINASIONAL. Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 2(1), 2017. Universitas Islam Batik Surakarta.

- Wijanarko, Bondan. 2016. Kebijakan Corporate Social Responsibility oleh Multinational Corporation sebagai International Norm: Studi kasus PT. Unilever Indonesia, Tbk. Tesis. Universitas Gadjah Mada
- Yuda, T Komara. 2016. Memaknai Ulang Corporate Social Responsibility: Upaya Mewujudkan Fair Responsibility. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Volume 19, Nomor 3, Maret 2016. Universitas Gadjah Mada
- Zain, Qurattie. 2015. Collaboration Strategy dalam Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR): Studi Kasus Aqua Danone Klaten..Jurnal Hubungan Internasional. Tahun VIII, No.2, Juli - Desember. Univeritas Airlangga

