

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan multinasional atau *Multinational Corporations* (MNCs) merupakan perusahaan yang melakukan aktivitas produksi dan pemasaran pada dua negara atau lebih dengan menerapkan strategi bisnisnya sendiri pada semua anak perusahaan dan cabangnya.¹ Seiring dengan perkembangan dan peningkatan jumlah perusahaan multinasional, kekhawatiran masyarakat pun muncul terkait kemungkinan bahwa perusahaan multinasional hanya mengejar keuntungan dengan mengorbankan tenaga kerja yang rentan, menimbulkan degradasi lingkungan, permasalahan-permasalahan sosial, dan lain sebagainya.^{2,3}

Selain berkenaan dengan permasalahan sosial dan ekologi, perusahaan multinasional saat ini juga semakin dinilai dalam hal dampaknya pada kesehatan masyarakat. Sebagai pemain dominan dalam rantai nilai dan jaringan global,

¹ José Satsumi López-Morales, José G. Vargas-Hernández, and María Mercedes Gómez-Casas, 'Multinationally- Performance Relationship: A Review and Research Agenda', *Journal of Arts, Science & Commerce*, 4.1 (2015), 20–30

² Tony Edwards and others, 'Corporate Social Responsibility in Multinational Companies: Management Initiatives or Negotiated Agreements?', in *SASE Conference: Trier*, 2007, pp. 1–28.

³ Meriç Esat Bebitoğlu, 'Change in the Organizational Culture of Enterprises That Become Multinational and Effects of Internationalization: A Research in Textile Industry', *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries Dergisi*, 2.3 (2018), 213–32.

luasnya cakupan operasi produksi dan distribusi, serta strategi-strateginya dalam proses produksi dan perluasan pangsa pasar, perusahaan multinasional kerap diasumsikan memiliki dampak besar bagi status kesehatan masyarakat.⁴ Terlebih dalam praktiknya, tidak jarang dilibatkan pula kecurangan dan pelanggaran, aktivitas tidak bertanggungjawab, politik kotor, serta praktik yang tidak etis dan berbahaya bagi lingkungan, yang semua hal tersebut merugikan kesehatan masyarakat di seluruh dunia.⁵ Sebagai contohnya adalah tragedi gas Bhopal tahun 1984 dan skandal emisi Volkswagen tahun 2015. Karenanya agenda-agenda yang berkenaan dengan kesehatan kemudian juga dimunculkan sebagai bagian tanggung jawab moral dari perusahaan berskala multinasional.⁶

Terlebih, hal tersebut juga didasari bahwa masalah kesehatan pada hakikatnya tidak hanya menjadi program yang harus diatasi oleh pemerintah saja, melainkan diperlukan adanya keterlibatan dari berbagai pihak seperti korporasi dan masyarakat. Terutama pada negara berkembang, masalah kesehatan yang hingga saat ini belum dapat sepenuhnya teratasi merupakan konteks yang perlu menjadi prioritas agenda berbagai pihak. Pada negara-negara berkembang, khususnya pada lingkungan kumuh, risiko kesehatan sangat tinggi karena minimnya kualitas sanitasi dan ketersediaan air bersih, tidak memadainya pengelolaan sampah dan

⁴ Jeffrey Neilson, Bill Pritchard, and Henry Wai-chung Yeung, 'Global Value Chains and Global Production Networks in the Changing International Political Economy: An Introduction', *Review of International Political Economy*, 21.1 (2014), 1–8

⁵ Frederick Ahen, 'Global Health and International Business: New Frontiers of International Business Research', *Critical Perspective on International Business*, 15.23 (2019), 158–78

⁶ Frances Elaine Baum and Julia Margaret Anaf, 'Transnational Corporations and Health: A Research Agenda', *International Journal of Health Services*, 0.0 (2015), 1–10

limbah, drainase yang tidak berfungsi, polusi udara, dan lain sebagainya.^{7,8} Termasuk pula salah satunya di Ghana, yang mayoritas populasinya menghadapi berbagai masalah kesehatan, utamanya di wilayah utara yang tercatat memiliki angka kemiskinan tertinggi.⁹

Saat ini permasalahan kesehatan di Ghana memang telah banyak berkurang jika dibandingkan beberapa dekade sebelumnya. Indikator Ghana terus meningkat selama periode *Millenium Development Goal* (MDG) dan dipuji sebagai keberhasilan oleh banyak pihak.¹⁰ Meski demikian, kesenjangan besar tetap ada berkaitan dengan kesehatan masyarakat. Pengeluaran untuk program kesehatan yang dianggarkan pemerintah dianggap kurang progresif dibandingkan banyak negara, yakni terhitung kurang dari sepertiga dari distribusi anggaran. Dengan kata lain, pengeluaran kesehatan oleh pemerintah Ghana masih terbilang rendah dibandingkan negara-negara berpenghasilan menengah ke bawah lainnya, baik di per istilah kapita maupun sebagai bagian dari PDB. Bahkan, pada tahun 2017 pengeluaran kesehatan oleh pemerintah Ghana menurun ke angka 7% dari pengeluaran di tahun 2010 sebesar 10% dari total anggaran pemerintah Ghana, yang penurunan tersebut menunjukkan semakin jauhnya implementasi pengentasan masalah kesehatan dari komitmen yang dibuat oleh Pemerintah Ghana dalam

⁷ S A Tabish, A W Macara, and R Philipp, 'Maternal and Child Health in Developing Countries: Responding to the Challenge', *Journal of Applied Medicine*, August, 1998, 579–84.

⁸ S A Tabish, 'Health Care in Developing Countries : Change and Challenge', *International Journal of Scientific Research*, 8.8 (2019), 1–6.

⁹ Abdul-moomin Adams, Integrated Development Studies, and Motin Bashiru, 'The Shea Industry and Rural Livelihoods among Women in the Wa Municipality, Ghana', *Journal of Social Science Studies*, 3.2 (2016), 40–56

¹⁰ Oxfam, Send Ghana, and Ghana Anti-Corruption Coalition, *Building a More Equal Ghana: A Five-Point Action Plan to Close the Gap between the Rich and the Res*, 2017 <<https://oxfamlibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/620549/bp-building-more-equal-ghana-190918-en.pdf>>.

Deklarasi Abuja untuk membelanjakan sebesar 15% dari total anggaran pemerintah untuk kesehatan.¹¹

Padahal, pentingnya kesehatan juga sangat berkaitan dengan kinerja ekonomi negara dan kualitas hidup masyarakat secara komprehensif. Termasuk untuk Ghana, investasi dalam bentuk peningkatan kualitas kesehatan masyarakat dapat menjadi potensi yang besar di masa mendatang. Sebaliknya, penanganan yang minim atas aspek tersebut justru akan menimbulkan kemunduran bagi Ghana. Hal ini didasarkan pada pernyataan bahwa jika Ghana ingin berkembang menjadi negara berpenghasilan menengah, sebagian besar akan terjadi jika masyarakatnya cukup sehat untuk melakukan pekerjaan yang perlu dilakukan. Masyarakat dapat meningkatkan produktivitas dan mendedikasikan lebih banyak energinya untuk kegiatan produksi dan berkontribusi pada kegiatan perekonomian dibandingkan kehilangan waktu untuk mengobati penyakit, kecacatan, dan berbagai masalah kesehatan lainnya.¹²

Sementara bukti yang ada menunjukkan bahwa pembangunan industri dan perekonomian layak di Ghana masih terdapat banyak kendala. Mayoritas masyarakat masih menghadapi kemiskinan, tingkat kematian bayi dan anak-anak yang tinggi, banyaknya waktu yang hilang setiap tahun untuk mengobati malaria dan penyakit melumpuhkan lainnya, permasalahan fasilitas perawatan kesehatan yang tidak efisien, jauh dari jangkauan masyarakat serta masih terpusat, hingga masalah penyediaan infrastruktur bagi perawatan kesehatan masyarakat lanjut usia

¹¹ Oxfam, Send Ghana, and Ghana Anti-Corruption Coalition.

¹² Richard L Douglass, *Health Status and Ghana's Future, Positioning Ghana in the Global Context*, 2015.

yang belum memadai.¹³ Dengan tingginya biaya pengobatan dan kesehatan yang dikeluarkan oleh masyarakat serta adanya fakta rendahnya pendapatan masyarakat, akibatnya berimplikasi pada semakin rendah pula kesejahteraan dari masyarakat.¹⁴

Terlebih lagi, bahkan setelah diperkenalkannya Skema Asuransi Kesehatan Nasional Ghana (*Ghana's National Health Insurance Scheme* atau NHIS) pada tahun 2003 sebagai pengakuan atas dampak merugikan yang ditimbulkan biaya pengguna tertinggi di Ghana terhadap masyarakat termiskin dan sebagai peran mendasar pembiayaan publik dalam perawatan kesehatan, permasalahan ketersediaan fasilitas kesehatan juga masih belum dirasa cukup bagi masyarakat.¹⁵ Lebih dari satu setengah dekade setelah dicanangkannya program tersebut, hanya sekitar empat dari setiap sepuluh penduduk Ghana yang tercakup skema NHIS.¹⁶ Sedangkan sebagian besar masyarakat masih membayar sendiri perawatan mereka. Lebih lanjut lagi, penduduk miskin di pedesaan merupakan kelompok paling kecil kemungkinannya untuk didaftarkan. Diperkirakan kurang dari 2% penduduk miskin yang tercakup program tersebut.¹⁷ Akibatnya, upaya-upaya dari pemerintah yang tidak menyanggupi penyelesaian masalah tersebut juga membutuhkan kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk pihak swasta atau perusahaan multinasional.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ WHO-Afro (World Health Organization Regional Office for Africa), *The State of Health in the WHO Africa Region, The State of Health in the WHO Africa Region: An Analysis of the Status of Health, Health Services and Health Systems in the Context of the Sustainable Development Goals*, 2018 <[https://www.afro.who.int/sites/default/files/sessions/documents/State of health in the African Region.pdf](https://www.afro.who.int/sites/default/files/sessions/documents/State%20of%20health%20in%20the%20African%20Region.pdf)>.

¹⁵ Oxfam, Send Ghana, and Ghana Anti-Corruption Coalition.

¹⁶ Ministry of Health Ghana, *Holistic Assessment of the Health Sector Programme of Work 2014* (Accra, 2015).

¹⁷ See Ama Pokuaa Fenny, R. Yates, and R. Thompson, 'Social Health Insurance Schemes in Africa Leave out the Poor', *International Health*, 10.1 (2018), 1–3

The Body Shop merupakan salah satu perusahaan multinasional yang saat ini turut mendukung upaya penyelesaian masalah ekonomi dan kesehatan yang ada di dunia, termasuk di Ghana. *The Body Shop* pertama kali didirikan di Brighton, Inggris, pada Tahun 1976.¹⁸ Saat ini *The Body Shop* telah menjadi merek perusahaan produk kecantikan global yang mendapatkan sertifikat B Corp, yang merupakan jenis bisnis baru yang menyeimbangkan antara tujuan dengan laba. Pada tahun 2020, *The Body Shop* telah mengoperasikan sekitar 2.800 gerai di lebih dari 70 negara. Sebagai perusahaan multinasional yang dimungkinkan turut memberi dampak negatif terhadap lingkungan maupun kesehatan, maka *The Body Shop* juga dianggap perlu untuk memenuhi tuntutan masyarakat dalam melakukan kegiatan di luar kegiatan inti bisnis mereka berkaitan dengan upaya menemukan solusi atas masalah-masalah sosial dan kesehatan. Dalam hal ini, *The Body Shop* kemudian juga mencetuskan adanya filosofis dalam kegiatan bisnis *The Body Shop*, yakni bisnis sebagai kekuatan untuk kebaikan. Berkaitan dengan filosofis dan upaya kewajiban moral untuk berpartisipasi dalam pengentasan kemiskinan serta penyelesaian masalah kesehatan global, *The Body Shop* memiliki program yang disebut sebagai *Community Fair Trade Programme*.

Pelaksanaan *Community Fair Trade Programme* oleh *The Body Shop* untuk mendukung penyelesaian masalah kesehatan Ghana dilakukan dalam bentuk kontribusi dengan melakukan pembelian produk *shea butter* dari Ghana sebagai bahan dasar produksi. *Shea butter* merupakan salah satu bahan baku utama yang digunakan oleh *The Body Shop* sejak tahun 1994 dari *Tungteiya Women's*

¹⁸ Natura&Co, 2020 Annual Report, 2020.

Association di Ghana. Pohon shea sendiri merupakan pohon yang tumbuh dengan baik di Ghana (utamanya wilayah utara) dan telah memberikan peluang yang layak bagi pemerintah dan mitra pembangunan dalam upaya mereka mengurangi kemiskinan di masyarakat terutama kalangan perempuan pedesaan di Ghana. Program tersebut merupakan bukti bahwa *The Body Shop* juga menunjukkan keseriusannya dalam pelaksanaan komitmen yang ditetapkan.

Adapun komitmen *The Body Shop* yang dimaksud adalah *tagline* “*Enrich not Exploit*” yang membagi target kontribusi *The Body Shop* dalam tiga kunci utama.¹⁹ Pertama, *Enrich Our People* menunjukkan tujuan *The Body Shop* untuk menciptakan komitmen jangka panjang dalam hal kualitas upah (dengan membayar harga adil kepada mitra dagang), melakukan kampanye untuk hal yang benar, dan membantu karyawan tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik. Kedua, *Enrich Our Products* menunjukkan komitmen *The Body Shop* untuk memelihara, memperkaya, dan mengangkat bahan alami langsung dari sumbernya tanpa menggunakan bahan kimia. Ketiga, *Enrich Our Planet*, *The Body Shop* secara aktif membantu memperkaya keanekaragaman hayati dan berkampanye untuk mendukung area terancam yang memiliki nilai alam. Dalam pelaksanaan komitmen tersebut melalui *Community Fair Trade Programme*, setidaknya telah terdapat 640 pekerja perempuan dan 49.000 masyarakat Ghana yang mendapatkan manfaat dari lapangan pekerjaan yang tersedia setiap tahunnya. Bahkan melalui program

¹⁹ The Body Shop, *Enrich Not Exploit (It's in Our Hands): Sustainability Report*, 2018 <<https://www.thebodyshop.rs/media/tbs/razno/pdf/The-Body-Shop-2018-Enrich-Not-Exploit-Report-FINAL.pdf>>.

tersebut, *The Body Shop* juga telah membangun 7 sekolah untuk 1.200 murid, serta penyediaan fasilitas air bersih dan sarana kesehatan bagi masyarakat Ghana.²⁰

Model bisnis *The Body Shop* dalam *Community Fair Trade Programme* mencerminkan kebutuhan akan keterlurusan dan jaminan kualitas penuh yang diperlukan untuk membangun merek produk kecantikan global. Jika produk lain hanya mencantumkan bahan-bahan utama yang digunakan dalam pembuatan produk tertentu, maka *The Body Shop* memiliki strategi lain dengan mencantumkan pula sumber dari bahan tersebut. Hal ini menegaskan bahwa *The Body Shop* menambahkan *value* manusia dan lingkungan dalam rantai pasokan (*supply chain*), di mana bahan dasar produk diperoleh dari petani kecil atau masyarakat. Lebih lanjut lagi, hal ini juga mengindikasikan bahwa *The Body Shop* ingin menunjukkan bahwa produk yang diproduksi oleh *The Body Shop* memiliki bahan dasar yang diperoleh dari komunitas *fair trade*.

Hal tersebut kemudian mengarah pada adanya asumsi bahwa di balik upaya yang dilakukan oleh *The Body Shop* dalam mendukung peningkatan kualitas kesehatan masyarakat global, juga terdapat kepentingan-kepentingan lainnya oleh perusahaan. Adapun dalam penjelasan yang disebutkan sebelumnya, kasus yang dimaksud adalah berkaitan dengan penciptaan *branding* yang melibatkan penambahan nilai manusia dan lingkungan dalam rantai pasokannya. Hal ini kemudian menjadi sesuatu yang menarik untuk diulas kaitannya dengan kepentingan-kepentingan *The Body Shop* dalam implementasi *Community Fair*

²⁰ The Body Shop, 'The Body Shop: Community Trade', *Stories* <<https://www.thebodyshop.co.id/stories/community-trade>>diakses pada tanggal 20 Mei 2022

Trade Programme, utamanya berkaitan dengan penyelesaian masalah kesehatan di Ghana.

Tidak hanya itu, implementasi *Community Fair Trade Programme* yang dilakukan *The Body Shop* tersebut tentunya juga dimungkinkan melibatkan adanya hubungan-hubungan dengan pemangku kepentingan mereka yang kaitannya dengan memanfaatkan sumber daya pengetahuan maupun kemudahan aksesibilitas untuk memperlancar pelaksanaan program. Karena seperti diketahui, bahwa adanya kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam suatu program perusahaan dapat memberikan nilai keseluruhan yang lebih besar, baik untuk menghasilkan nilai bisnis (ekonomi) yang berkelanjutan maupun kontribusinya dalam pemecahan masalah-masalah sosial, kesehatan, dan lingkungan.²¹ Sebagai contohnya adalah bahwa dalam kontribusi yang dilakukan oleh *The Body Shop* sebagai salah satu pendiri *Global Shea Alliance* (GSA).

GSA merupakan asosiasi nirlaba dengan 706 anggota dari 36 negara termasuk kelompok perempuan, *brands and retailers, suppliers*, dan NGOs.²² GSA dibentuk pada tahun 2011 untuk membangun industri shea yang lebih kompetitif, berkelanjutan, dan menghasilkan keuntungan lebih, termasuk pula untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat pedesaan di Afrika dan komunitas-komunitasnya. Dalam hal ini, GSA mendukung anggota untuk menerapkan solusi kolaboratif di seluruh industri untuk menghadapi berbagai tantangan seperti proses

²¹ J Austin and M Seitanidi, 'Collaborative Value Creation: A Review between Nonprofits and Businesses: Part I. Value Creation Spectrum and Collaboration Stages', *Nonprofit & Voluntary Sector Quarterly*, 29.1 (2012), 69–97.

²² Usaid.gov, 'Global Shea Alliance', 2015, pp. 1–2 <https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/Global_Shea_Alliance_Cleared_Fact_Sheet_English_-_June_2021_1_BB_edits.pdf>diakses pada tanggal 20 Mei 2022.

pasokan, pengembangan standar kualitas, penyebaran pengetahuan, pengadaan penelitian, advokasi untuk mempromosikan shea, serta membuka pasar baru untuk produk shea. Dengan demikian, dapat dikatakan pula bahwa dalam upaya-upaya kontribusi *The Body Shop* pada industri shea melibatkan adanya aktor lain yang lebih kompleks, yang memberi manfaat sekaligus memiliki kepentingan-kepentingan tertentu dalam keterlibatannya.

Adapun asumsi yang muncul berkaitan dengan pemanfaatan hubungan dengan pemangku kepentingan untuk memanfaatkan sumber daya oleh perusahaan tersebut dapat dibahas dalam teori keterlibatan pemangku kepentingan (*stakeholder engagement theory*), yang menyatakan bahwa keterlibatan-keterlibatan pemangku kepentingan akan menghasilkan bentuk-bentuk nilai dan kekayaan baru yang mengarah pada peluang pasar baru dan berpotensi memiliki manfaat luas untuk perusahaan, masyarakat, dan lingkungan alam pada umumnya. Dengan demikian, penting adanya pendekatan yang mengulas terkait keterlibatan pemangku kepentingan dalam proses penyelesaian masalah-masalah sosial terutama dalam implementasi *Community Fair Trade Programme* yang dilakukan *The Body Shop* sebagai perusahaan multinasional untuk mendukung perbaikan kesehatan di Ghana. Termasuk pemangku kepentingan yang dimaksud adalah GSA sebagai *International Non-Government Organizations* (INGO).

Sebagai upaya menambah dan memperkaya literatur dan sekaligus mengarahkan peneliti kepada dasar substansi yang kuat berkenaan dengan topik penelitian, maka terdapat pula beberapa penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai rujukan. Adapun yang pertama, penelitian yang dilakukan oleh

Jonas *et al.* dalam judul “*Stakeholder Engagement in Intra- and Inter-Organizational Innovation*” bertujuan untuk memperluas pemahaman tentang keterlibatan multidimensi pemangku kepentingan yang tertanam dalam sistema layanan, serta mengeksplorasi anteseden yang merupakan keterlibatan kepentingan pemangku kepentingan dalam ekosistem layanan antar-organisasi di mana pemangku kepentingan secara bersama-sama menciptakan inovasi dari waktu ke waktu. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat delapan anteseden dalam keterlibatan pemangku kepentingan pada inovasi dalam konteks lingkungan B2B (*business-to-business*). Data empiris menunjukkan bahwa pada tingkat individu maupun organisasi, keterlibatan pemangku kepentingan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang meliputi: *friendship* (persahabatan), *common experiences* (pengalaman bersama), *self-representation* (representasi diri), *trust* (kepercayaan), *a common goal* (tujuan bersama), *resource dependency* (ketergantungan sumber daya), *level in the hierarchy* (tingkat dalam hierarki), *institutional arrangements* (pengaturan kelembagaan), serta *local proximity* (kedekatan lokal).²³

Penelitian selanjutnya merupakan penelitian yang dilakukan oleh Hamidu *et al.* dalam judul “*Exploring the Roles of Stakeholder Engagement and Stakeholder Management in CSR Practice*.” Penelitian tersebut dilakukan dengan tujuan mengeksplorasi hubungan antara keterlibatan pemangku kepentingan dan praktik CSR dengan mempertimbangkan cara terbaik untuk mengimplementasikan CSR secara efektif dan penciptaan hubungan melalui *Stakeholder Engagement* yang

²³ Julia M Jonas and others, ‘Stakeholder Engagement in Intra- and Inter-Organizational Exploring Antecedents of Engagement in Service Ecosystems’, *Journal of Service Management*, 29.3 (2018), 399–421

merupakan unsur manajemen pemangku kepentingan. Penelitian tersebut meninjau pendekatan tiga fase keterlibatan pemangku kepentingan dan memunculkan kerangka kerja untuk mencapai implementasi CSR yang efektif melalui pelibatan pemangku kepentingan.²⁴

Literatur ketiga merupakan karya ilmiah yang dilakukan oleh Greenwood dengan judul “*Stakeholder Engagement: Beyond the Myth of Corporate Responsibility*.” Penelitian tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengulas asumsi bahwa keterlibatan pemangku kepentingan merupakan praktik yang didasarkan pada rasa tanggung jawab. Karena selama ini keterlibatan pemangku kepentingan secara tradisional sering dilihat sebagai tanggung jawab perusahaan dalam tindakan, dan bukan tanggung jawab perusahaan atas moral dan kesukarelaan. Penelitian ini juga ditujukan untuk memberi telaah dan mencoba menyangkal adanya pandangan bahwa semakin banyak organisasi terlibat dengan pemangku kepentingannya, maka organisasi akan dianggap semakin bertanggungjawab. Pandangan seperti itu dianggap sebagai asumsi yang memungkiri kompleksitas sebenarnya dari hubungan antara keterlibatan dan tanggung jawab perusahaan. Dalam literatur tersebut, pada akhirnya disimpulkan bahwa keterlibatan pemangku kepentingan pada dasarnya dapat dipahami dalam berbagai cara yang berbeda dan dengan sudut pandang atau perspektif teoretis yang berbeda pula. Lebih lanjut lagi, keterlibatan pemangku kepentingan dalam penelitian ini mungkin atau mungkin tidak melibatkan dimensi moral. Oleh karena

²⁴ Ahmad Aminu Hamidu and Ahmad Bashir Daneji, ‘Exploring the Roles of Stakeholder Engagement and Stakeholder Management in CSR Practice’, *Australian Journal of Business and Management Research*, 4.5 (2016), 1–8.

itu dikatakan bahwa keterlibatan pemangku kepentingan harus dilihat sebagai terpisah dari, namun masih terkait dengan tanggung jawab atau kegiatan sosial perusahaan.²⁵

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada fakta dan teori yang telah dijabarkan pada latar belakang, maka adapun rumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah “bagaimana peran *stakeholder Global Shea Alliance* (GSA) sebagai INGO dalam implementasi *Community Fair Trade Programme* oleh *The Body Shop* di Ghana?”

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang ditetapkan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan peran *stakeholder Global Shea Alliance* (GSA) sebagai INGO dalam implementasi *Community Fair Trade Programme* oleh *The Body Shop* di Ghana.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dalam menambah wawasan pengetahuan dalam memahami materi pada bidang

²⁵ Michelle Greenwood, ‘Stakeholder Engagement : Beyond the Myth of Corporate Responsibility’, *Journal of Business Ethics*, 74 (2007), 315–27

keilmuan hubungan internasional, berkaitan dengan bentuk-bentuk keterlibatan pemangku kepentingan yang diulas dengan *Stakeholder Engagement Theory*.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini sebagai syarat untuk memenuhi gelar strata 1 dalam program studi Hubungan Internasional. Selain itu juga bermanfaat untuk pengembangan ilmu Hubungan Internasional maupun bahan evaluasi terkait keterlibatan *stakeholder* dalam implementasi *Community Fair Trade Programme* yang dilakukan oleh MNC (*The Body Shop*) sehingga penelitian ini juga berguna untuk menentukan bentuk kolaborasi dengan berbagai pihak pemangku kepentingan. Salah satunya yakni *Global Shea Alliance* (GSA), yang akan dibahas dalam penelitian ini.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Landasan Teori

1.5.1.1 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.²⁶ Menurut Gratzer dan Tesfaye,

²⁶ Anggraini, F. R., “Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan”, *Simposium Nasional Akuntansi*, 2006.

tidak ada definisi tunggal terkait gagasan *Corporate Social Responsibility* (CSR).²⁷ Worthington, Ram & Jones menganggap CSR ini mengacu pada komitmen berkelanjutan oleh bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pengembangan ekonomi sambil meningkatkan kualitas kehidupan tenaga kerja dan keluarga serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya.

Menurut Agustina dan Syadeli, tujuan tanggung jawab sosial perusahaan ini adalah menyampaikan informasi perusahaan kepada para pemangku kepentingan mengenai dampak terhadap lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan perusahaan dan bagaimana kewajiban perusahaan atas penyelesaian dampak tersebut.²⁸ Sedangkan Hardiningsih dan Oktaviani berpendapat, tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan turut terlibat dengan berbagai kegiatan sosial yang dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan.²⁹

Tanggung jawab sosial dapat didefinisikan sebagai pengabdian bisnis pada nilai-nilai moral saat mereka memenuhi tujuan dan tujuan mereka menggunakan sumber daya mereka juga untuk pengembangan masyarakat tempat mereka beroperasi. Definisi lain menjelaskan penggunaan kegiatan

²⁷ Karl Gratzner dan Besrat Tesfaye, "Corporate Social Responsibility: A Case Study on Private and Public Corporations in Sweden", [Online] dalam <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:16710/fulltext01> diakses 7 Oktober 2019.

²⁸ Agustina dan Syadeli, "Corporate Governance dan Profitabilitas: Pengaruhnya terhadap Corporate Social Responsibility Perusahaan yang Listing di BEI", *Conference in Business, Accounting and Management*, 2012.

²⁹ Hardiningsih dan Oktaviani, "Efektivitas Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Earning Management terhadap Nilai Perusahaan", *Conference in Business, Accounting and Management*, 2012

ekonomi oleh bisnis tanpa merugikan karyawan, pemegang saham, konsumen dan individu dalam masyarakat dan produksi yang bersangkutan oleh pelaku usaha sesuai dengan keinginan dan keinginan masyarakat dengan menggunakan sebaik-baiknya sumber daya langka yang mereka miliki³⁰

Tanggung jawab sosial perusahaan menurut definisi *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mensyaratkan bahwa bisnis berperilaku dengan cara yang benar secara moral terhadap masyarakat, bahwa manajemen mengetahui tanggung jawab mereka saat mengatur hubungan mereka dengan pemegang saham dan bahwa mereka berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan mereka, keluarga karyawan mereka dan secara umum masyarakat.³¹

Dengan proyek-proyek tujuan sosial mereka dan kerjasama mereka dengan NGO, perusahaan di mana pemahaman tentang akuntabilitas telah ditetapkan dalam struktur masyarakat sipil. Beberapa perusahaan berinteraksi dengan NGO dan mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan secara profesional menciptakan proyek-proyek yang berkaitan dengan

³⁰ Nalbant, E., 2005, dalam Ozlem Balaban et. al., “*A Survey Aimed at Role and Importance of NonGovernmental Organizations in the Corporate Social Responsibility (CSR)*”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 58 (2012) 1174 – 1182

³¹ Ozlem Balaban et. al., “*A Survey Aimed at Role and Importance of NonGovernmental Organizations in the Corporate Social Responsibility (CSR)*”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 58 (2012) 1174 – 1182

tanggung jawab sosial. Pada titik ini, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dan pengaruh masyarakat sipil perusahaan menjadi penting.³²

Organisasi non-pemerintah maupun organisasi internasional non-pemerintah harus diterima sebagai pusat daya tarik penting bagi institusi yang ingin melaksanakan proyek tanggung jawab sosial perusahaan. Seperti mereka beroperasi dengan biasanya berfokus pada tempat kerja tertentu, organisasi non-pemerintah mengembangkan keterampilan, pengetahuan, pengalaman dan peralatan yang terkait dengan bidangnya dari waktu ke waktu. Ini menawarkan keuntungan yang signifikan bagi mereka lembaga yang bekerja sama dengan mereka. Faktanya, proses ini juga dapat dikenali sebagai proses dimana ada prestasi bersama. Misalnya, sementara lembaga mendapat manfaat dari kekuatan terorganisir, dominasi lapangan, pengetahuan mendalam tentang masalah sosial, prestise, dan lain-lain. Organisasi non-pemerintah, seperti halnya organisasi non-pemerintah memberikan manfaat seperti dana, tenaga profesional, dukungan komunikasi, dan lain-lain, untuk mewujudkan penyebabnya.³³

1.5.1.2 Stakeholder Engagement Theory

Stakeholder Engagement Theory (SET) saat ini banyak dibahas sebagai bagian dari *stakeholder theory* di bidang organisasi maupun

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*

perusahaan.³⁴ Namun, SET juga telah dipahami dalam berbagai cara yang berbeda dan dari berbagai perspektif teoretis yang berbeda pula. Sebagai contoh, salah satu pendapat terkait SET dinyatakan sebagai konsep yang menyangkut keterlekatan tujuan, harapan, hubungan aktor, dan tindakan pemangku kepentingan dalam kepemimpinan maupun agenda suatu organisasi atau perusahaan.³⁵

SET atau yang disebut sebagai *Stakeholder Engagement Theory* selanjutnya juga dapat dinyatakan sebagai kolaborasi yang berorientasi kepercayaan antara individual dan/atau institusi sosial dengan berbagai tujuan bersama yang hanya dapat dicapai melalui kerja sama antara pihak yang terlibat.³⁶ Selain itu, SET juga dapat dinyatakan sebagai praktik yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan untuk melibatkan pemangku kepentingan secara positif dalam kegiatan organisasi.³⁷ Pendefinisian semacam itu mengindikasikan bahwa terlihat banyak bidang kegiatan dalam organisasi yang melibatkan keterlibatan pemangku kepentingan.

Dalam definisi lain yang dijelaskan Philip, SET diartikan secara singkat sebagai skema kerja sama yang saling menguntungkan dan adil.³⁸ Selain itu, dinyatakan pula bahwa SET diartikan sebagai skema yang saling menguntungkan yang menandai seseorang atau kelompok sebagai pemangku

³⁴ R Edward Freeman and Johan Kujala, *Stakeholder Engagement: Clinical Research Cases*, ed. by Sybille Sachs (Switzerland: Springer Nature Switzerland, 2017)

³⁵ Thomas Maak, 'Responsible Leadership, Stakeholder Engagement, and the Emergence of Social Capital', *Journal of Business Ethics*, 74 (2007), 329–43

³⁶ Jo Rhodes and others, 'A Framework for Stakeholder Engagement and Sustainable Development in MNCs', *Journal of Global Responsibility*, 5.1 (2014), 82–103

³⁷ Michelle Greenwood, *loc. cit.*

³⁸ *Ibid.*

kepentingan dan memberi mereka pertimbangan tambahan di atas pertimbangan manusia mana pun. Pandangan seperti itu menggambarkan bahwa keterlibatan pemangku kepentingan dan organisasi atau perusahaan tidak dalam posisi atau status yang setara, yang karenanya persyaratan kerja sama ditentukan oleh pihak yang lebih berkuasa. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Greenwood, dinyatakan bahwa keterlibatan pemangku kepentingan dalam SET dapat dipahami dengan membagi keterlibatan dalam beberapa bentuk.³⁹ Adapun bentuk-bentuk dari keterlibatan pemangku kepentingan dalam SET dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Bentuk Keterlibatan Pemangku Kepentingan dalam SET

No.	Bentuk keterlibatan	Keterlibatan pemangku kepentingan menjadi mekanisme untuk...
<i>Responsibility</i>		
1	<i>Fiduciary Duty</i>	menyelesaikan kewajiban moral perusahaan
2	<i>Consent</i>	meningkatkan persetujuan eksplisit suka rela dan memperbaiki ketidakadilan
3	<i>Corporate Governance</i>	memungkinkan pemangku kepentingan melakukan pengambilan keputusan dan meningkatkan suara pemangku kepentingan
4	<i>Participation</i>	memungkinkan pemangku kepentingan untuk berpartisipasi dalam perusahaan

³⁹ *Ibid.*

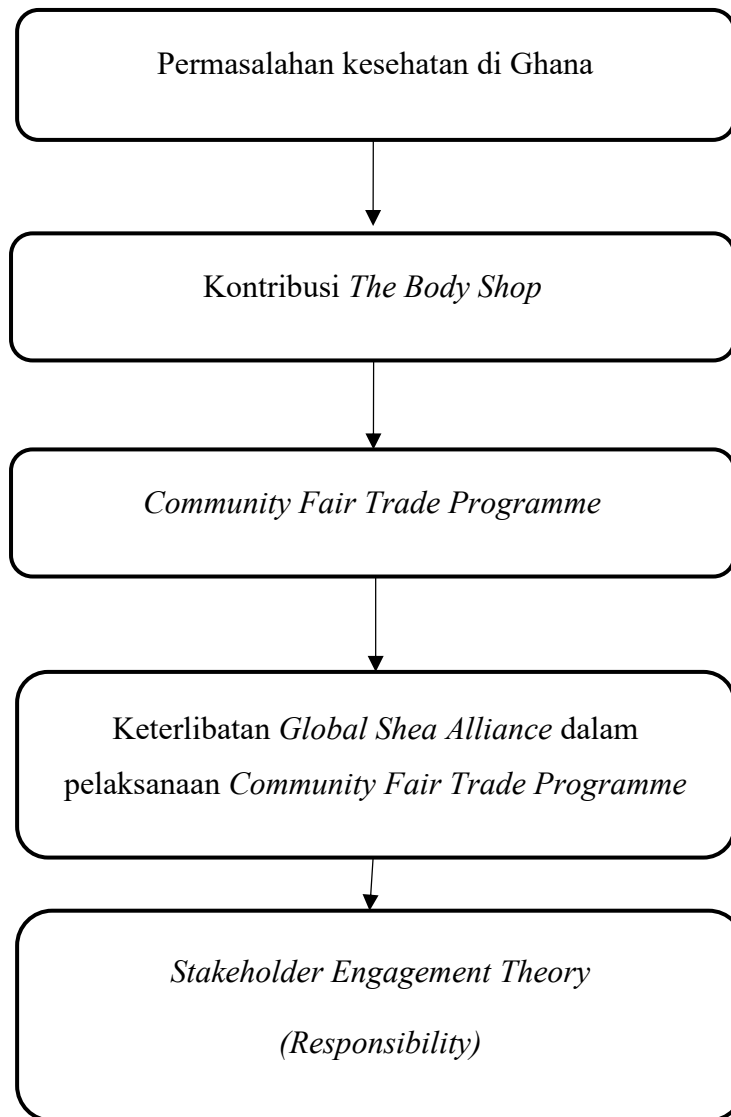
5	<i>Fairness</i>	pemenuhan kewajiban pada pemangku kepentingan
6	<i>Cooperation</i>	meningkatkan kerjasama berbasis kepercayaan
7	<i>Accountability</i>	meningkatkan akuntabilitas perusahaan
<i>Managerialist</i>		
8	<i>Unitarism</i>	mendorong kesatuan nilai, menekan perbedaan pendapat, meminimalisir komunikasi informal
9	<i>High-Commitment HRM</i>	memunculkan kontribusi karyawan
10	<i>Non-Financial Accounting</i>	mengukur dan menilai aset non-keuangan, aset tidak berwujud, termasuk modal intelektual dan modal sosial
11	<i>Strategic Management</i>	mengelola perusahaan dalam menanggapi kepentingan pemangku kepentingan
12	<i>Continuous Learning</i>	melibatkan pemangku kepentingan agar perusahaan dapat terus belajar dan berkembang
13	<i>Legitimation</i>	melegitimasi perusahaan kepada pemangku kepentingannya
14	<i>Risk Management</i>	menangkis atau mengatasi adanya kritik dan keluhan publik
<i>Social Control and Construction</i>		
15	<i>Trust-Distrust</i>	meningkatkan kepercayaan atau mengurangi ketidakpercayaan
16	<i>Managerial Capture</i>	meningkatkan kontrol manajerial
17	<i>Social Construction</i>	membangun citra perusahaan
18	<i>Fatal Remedy</i>	melemahkan tujuan demokrasi dengan mencoba mengendalikan yang tak terukur dan menjadikannya rasional dan objektif

19	<i>Knowledge Appropriation</i>	mengubah pengetahuan tacit (<i>tacit knowledge</i>) menjadi pengetahuan eksplisit
20	<i>Immortality</i>	menekan naluri moral

Sumber: Greenwood (2007)

Dalam penelitian ini, bentuk-bentuk keterlibatan yang disebutkan akan disesuaikan dengan implementasi *Community Trade Program* yang dilakukan oleh *The Body Shop*. Selain itu, keterlibatan juga menjelaskan kepentingan-kepentingan dari pihak eksternal perusahaan seperti disebutkan sebelumnya, yakni *Global Shea Alliance* sebagai INGO. Dengan demikian, dimungkinkan bahwa tidak seluruhnya bentuk keterlibatan yang disebutkan pada tabel akan dimunculkan dalam pembahasan, mengingat bahwa terdapat asumsi bahwa tindakan-tindakan kepentingan *stakeholder* mencakup keseluruhan bentuk keterlibatan tersebut.

1.6 Sintesa Pemikiran



Bagan 1.1 Sintesa Pemikiran

Penelitian ini didasari oleh adanya permasalahan kesehatan yang pelik terjadi di Ghana. Kontribusi The Body Shop melalui *Community Fair Trade Programme* ini hadir sebagai dukungan terhadap upaya penyelesaian masalah kesehatan Ghana. Menilik upaya yang dilakukan The Body Shop, terdapat pihak atau *stakeholder*

yang memiliki kepentingan dengan berbagai bentuk keterlibatannya yaitu *Global Shea Alliance* (GSA) dalam pelaksanaan *Community Fair Trade Programme*. Teori keterlibatan pemangku kepentingan (*Stakeholder Engagement Theory*) ini mampu memperlihatkan bentuk keterlibatan tersebut. Terdapat beberapa bentuk keterlibatan dalam SET, namun bentuk keterlibatan GSA sebagai INGO terhadap implementasi *Community Fair Trade Programme* oleh *The Body Shop* adalah bentuk keterlibatan *responsibility*.

1.7 Argumen Utama

Pelaksanaan penelitian ini didasari oleh adanya permasalahan kesehatan yang pelik terjadi di Ghana. Akibatnya, upaya-upaya dari pemerintah yang tidak menyanggupi penyelesaian masalah tersebut juga membutuhkan kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk pihak swasta atau perusahaan multinasional. Termasuk saat ini perusahaan multinasional yang turut mendukung upaya penyelesaian masalah ekonomi dan kesehatan yang ada di dunia, utamanya di Ghana adalah *The Body Shop* melalui *Community Fair Trade Programme*. Program ini mencerminkan kebutuhan untuk membangun citra merek produk kecantikan global. *The Body Shop* menambahkan value manusia dan lingkungan dalam rantai pasokan (*supply chain*), di mana bahan dasar produk diperoleh dari petani kecil atau masyarakat. Hal tersebut kemudian mengarah pada asumsi bahwa upaya yang dilakukan oleh *The Body Shop* dalam mendukung peningkatan kualitas kesehatan masyarakat global, juga terdapat keterlibatan dari berbagai *stakeholder* lain yang masing-masingnya juga memiliki bentuk keterlibatan yang berbeda. Seperti halnya *Global Shea*

Alliance (GSA) yang keterlibatannya sebagai *International Non-Government Organizations* (INGO).

Untuk mengulas asumsi yang muncul berkaitan dengan pemanfaatan hubungan dengan pemangku kepentingan untuk memanfaatkan sumber daya oleh perusahaan tersebut dapat dibahas dalam teori keterlibatan pemangku kepentingan (*Stakeholder Engagement Theory*), yang menyatakan bahwa keterlibatan-keterlibatan pemangku kepentingan akan menghasilkan bentuk-bentuk nilai dan kekayaan baru yang mengarah pada peluang pasar baru dan berpotensi memiliki manfaat luas untuk perusahaan, masyarakat, dan lingkungan alam pada umumnya. Diasumsikan bahwa dalam pelaksanaan *Community Fair Trade Programme* yang dilakukan *The Body Shop* ini melibatkan beberapa pihak, seperti di antaranya adalah *The Body Shop* itu sendiri, dan *stakeholder* yaitu GSA. Sehingga akan muncul bentuk keterlibatan pemangku kepentingan jika didasarkan pada bentuk-bentuk keterlibatan dalam SET menurut Greenwood (2007). Bentuk keterlibatan GSA sebagai INGO terhadap implementasi *Community Fair Trade Programme* oleh *The Body Shop* adalah bentuk keterlibatan *responsibility*. Dimana indikatornya adalah *fiduciary duty*, *consent*, *corporate governance*, *participation*, *fairness*, *cooperation*, dan *accountability*.

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui dan menjelaskan implementasi *Community Fair Trade Programme* oleh *The Body Shop* dan bentuk keterlibatan pelaku kepentingan oleh *Global Shea Alliance* di Ghana. Karenanya, penelitian ini dapat dimasukkan dalam jenis deskriptif karena jenis penelitian ini dilandaskan pada tujuan penggambaran berbagai fakta dan fenomena yang terjadi di lapangan secara mendalam dan tanpa dilakukannya generalisasi atau membandingkan dengan berbagai topik di luar penelitian atau dengan penelitian lainnya.⁴⁰ Adapun data dan hasil analisis dalam penelitian ini berbentuk uraian secara mendetail dengan kalimat tertulis, dan bukan berbentuk angka hasil analisis statistika. Sehingga pendekatan yang tepat digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang tujuannya adalah untuk memunculkan pemahaman atas fenomena yang dibahas atau objek penelitian secara menyeluruh dan dijabarkan dalam bentuk kata dan bahasa.⁴¹

1.8.2 Jangkauan Penelitian

Penelitian ini digunakan untuk meneliti terkait implementasi *Community Fair Trade Programme* oleh *The Body Shop* dan bentuk keterlibatan pelaku

⁴⁰ W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002).

⁴¹ Sandu. Siyoto and Ali. Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing., 2015).

kepentingan yaitu *Global Shea Alliance* (GSA) di Ghana. Pembahasan ini akan dimulai pada tahun 2011 karena pada tahun tersebut *Global Shea Alliance* sebagai stakeholder *The Body Shop* dibangun, sampai pada tahun 2021 dimana pada tahun ini GSA berhasil mengekspor 529.772 MT produk shea senilai lebih dari \$311 juta.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun data dalam penelitian ini seluruhnya merupakan data sekunder, diartikan sebagai data penelitian yang diperoleh tidak secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama, melainkan dengan adanya perantara untuk memperoleh data tersebut.⁴²

Data sekunder dalam penelitian ini dapat berasal dari berbagai studi literatur yang relevan dengan fokus penelitian, dokumen yang didapat mengenai objek penelitian, dan lain sebagainya yang dianggap dapat digunakan sebagai data yang selanjutnya dianalisis. Karena hanya terdapat data sekunder yang digunakan dalam penelitian, maka metode yang tepat digunakan dalam pengumpulan data adalah dokumentasi.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Kegiatan analisis data merupakan komponen krusial pada metode penelitian, karena dengan melakukan analisis data, maka peneliti bisa melakukan pemberian arti dan makna yang berguna dalam menyelesaikan masalah

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, 19th edn (Bandung: Alfabeta, 2013).

penelitian. Adapun analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif. Teknik ini dijelaskan sebagai metode analisis data kualitatif yang terdiri dari empat kegiatan utama, yakni pengumpulan data atau *data collection*, reduksi data atau *data reduction*, penyajian data atau *data display*, serta penyimpulan data atau *conclusion*.⁴³

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan dalam penelitian sehingga proses penelitian dapat dilaksanakan secara teratur dan sesuai dengan pedoman penelitian. Sistematika penulisan dalam penelitian ini tersusun dalam empat bab, yang tersusun atas:

BAB I: PENDAHULUAN – Pada bab ini berfokus pada penjabaran latar belakang masalah berkaitan dengan topik penelitian, rumusan masalah yang ditetapkan, tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan, kerangka pemikiran yang berisi tentang teori dalam penelitian, sintesa penelitian yang menguraikan alur penelitian, argumen utama berkaitan dengan asumsi yang ditetapkan, metodologi penelitian yang terdiri dari atas tipe penelitian hingga teknik analisis data, serta sistematika penulisan.

BAB II: PELAKSANAAN *COMMUNITY FAIR TRADE PROGRAMME THE BODY SHOP* DI GHANA – Pada bab ini menjabarkan terkait pelaksanaan *Community Fair Trade Programme* oleh *The Body Shop* di

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

Ghana. Pada bagian ini disajikan tentang implementasi *Community Fair Trade Programme* yang dilakukan oleh *The Body Shop* dalam kaitannya dengan penggunaan *shea butter* yang dipasok dari Ghana.

BAB III: ANALISIS KETERLIBATAN *GLOBAL SHEA ALLIANCE* DALAM PELAKSANAAN *COMMUNITY FAIR TRADE PROGRAMME THE BODY SHOP* – Pada bab ini memaparkan tentang uraian hasil penelitian yang diperoleh melalui pengumpulan data, serta pembahasan yang telah dilakukan dengan analisis data. Bab ini membahas tentang bentuk-bentuk keterlibatan pemangku kepentingan dalam program *Community Fair Trade Programme* tersebut, yakni *Global Shea Alliance* sebagai INGO. Bentuk-bentuk keterlibatan yang dijelaskan dalam bab ini merujuk pada bentuk keterlibatan *Responsibility* dengan indikatornya adalah *Fiduciary Duty, Consent, Corporate Governance, Participation, Fairness, Cooperation, Accountability*.

BAB IV – Pada bab ini berisi kesimpulan untuk menegaskan hasil penelitian dan saran yang diharapkan dapat berguna bagi objek penelitian maupun untuk pihak-pihak yang membutuhkan seperti pemerintah, masyarakat, maupun peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan fokus yang sama, yakni keterlibatan pemangku kepentingan dalam *Multinational Corporations* (MNC).

