

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Munculnya berbagai aktor dalam Hubungan Internasional selain negara yang turut serta berperan dalam berbagai aktivitas hubungan antarentitas internasional menunjukkan bagaimana dunia semakin berkembang. Aktor non negara pada umumnya dianggap mempunyai kekuatan normatif yang besar, misalnya dengan memajukan perlindungan hak asasi manusia di seluruh dunia, dan dengan membantu mewujudkan perjanjian internasional (Davies, 2019). Berbagai aktor non-negara yang turut berperan dalam studi Hubungan Internasional adalah seperti *multinational corporation* (MNC), *non-governmental organization* (NGO), *international organization* (IO), dan lain-lain. Salah satu contohnya dapat terlihat dari aktivitas MNC yang memiliki dan mengendalikan fasilitas produksi di dua negara atau lebih. Dalam pelaksanaan aktivitas sebuah perusahaan, terdapat sebuah tanggung jawab sosial atau yang biasa disebut *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya di luar tujuan utama untuk mencari keuntungan finansial. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh Adha (2019), yaitu adanya berbagai pihak yang melihat bahwa perusahaan melaksanakan kegiatan bisnisnya demi mendapatkan keuntungan semata (Fauzan, 2023). Oleh sebab itu, konsep CSR memberikan manfaat dan dapat menjadi salah satu cara untuk mengatasi berbagai permasalahan sosial yang muncul di masyarakat.

Allianz merupakan sebuah MNC asal Jerman yang bergerak di bidang asuransi dan manajer aset terkemuka di lebih dari 70 negara. MNC tersebut turut memiliki program CSR yang kemudian terealisasikan di negara-negara tempat mereka beroperasi, salah satunya Indonesia. Melalui CSR Allianz Indonesia, MNC tersebut menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan mereka yang didasarkan kepada empat pilar, yaitu Pendidikan, Kesehatan, Pemberdayaan Ekonomi, dan Lingkungan & Penanggulangan Bencana yang juga sepadan dengan inisiatif yang dituju oleh pemerintah dan juga kebutuhan yang diperlukan masyarakat (Yayasan Allianz Peduli, t.t.). Melalui program-program CSR tersebut, Allianz dapat menunjukkan bagaimana pertanggung jawaban sosial mereka atas pelaksanaan bisnis yang dilakukan di tempat-tempat berjalannya aktivitas perusahaan. Pasca pandemi COVID-19 beberapa tahun terakhir, terpuruknya masyarakat dan juga berubahnya kondisi sosial masyarakat secara umum memberikan perubahan yang cukup signifikan. Program-program CSR kemudian dapat menjadi bantuan yang diperlukan oleh masyarakat.

Terdapat berbagai literatur yang dapat digunakan untuk melengkapi penelitian sekaligus menjadi bahan acuan. Penelitian dengan judul "*Unilever Surabaya Corporate Social Responsibility (CSR) Policy in Maintaining Environmental Sustainability in Surabaya in 2014- 2020*" oleh Chandra & Jatmika yang membahas mengenai implementasi CSR PT. Unilever di Surabaya yang berfokus pada lingkungan akibat hasil produksi pabrik mereka. Penelitian tersebut dilakukan menggunakan konsep multinationals corporations dan konsep CSR dengan hasil yang mengindikasikan keberhasilan PT. Unilever dalam menerapkan CSR

perusahaan mereka di Surabaya. Hal tersebut terlihat melalui program “*Surabaya Green and Clean*” oleh Unilever yang menghasilkan Penghargaan Adipura yang diraih oleh Kota Surabaya.

Penelitian berjudul “*Unilever's contribution to achieving sustainable development goals 3 in Indonesia*” yang ditulis oleh Nisa dkk. membahas mengenai kontribusi PT. Unilever untuk mencapai tujuan SDGs nomor 3 di Indonesia. Penelitian tersebut menggunakan konsep *multinationals corporations* dan konsep CSR. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap dan upaya sebuah perusahaan dalam membantu mencapai SDGs di Indonesia dapat diwujudkan dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga masyarakat Indonesia yang berkelanjutan dapat terealisasikan.

Terdapat literatur lain dengan judul “Penerapan CSR di Perusahaan Pertambangan dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Kalimantan Selatan” oleh Sulistyowati dkk. Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut yaitu program CSR yang dilaksanakan melalui berbagai program seperti pemberian beasiswa, pelatihan UMKM, program magang siswa, dan donor darah sangat membantu masyarakat di Kalimantan Selatan.

Selanjutnya, penelitian dengan judul “Analisis Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Unilever Indonesia Tbk. Melalui Kebijakan *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP)” yang ditulis oleh Pratama dkk. ditelaah menggunakan konsep *multinationals corporations* dan konsep CSR untuk melihat bagaimana implementasi PT. Unilever melalui program USLP. Penelitian tersebut menyatakan bahwa program USLP sebagai pengimplementasian CSR oleh PT.

Unilever dinyatakan berhasil, dibuktikan dengan perluasan dan juga ekspansi perusahaan nasional di Indonesia. Dari literatur-literatur yang telah disebutkan, penelitian ini memiliki kebaruan pada aspek objek yang diteliti yang terlihat dari perbedaan MNC yang diangkat dan tahun yang lebih baru dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang masalah yang telah dijabarkan pada sub bab sebelumnya, maka penulis mengemukakan rumusan masalah berupa pertanyaan yaitu bagaimana implementasi program-program CSR oleh Allianz di Indonesia tahun 2020-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja bentuk implementasi program-program CSR oleh Allianz di Indonesia pada tahun 2020-2022.

1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility (CSR) adalah sebuah konsep yang menunjukkan bagaimana tanggung jawab sosial sebuah perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang terdampak dengan kegiatan bisnis mereka. Menurut Hadj, Omri, & Al-Tit (2020), konsep CSR dapat dipahami sebagai gaya pengelolaan yang

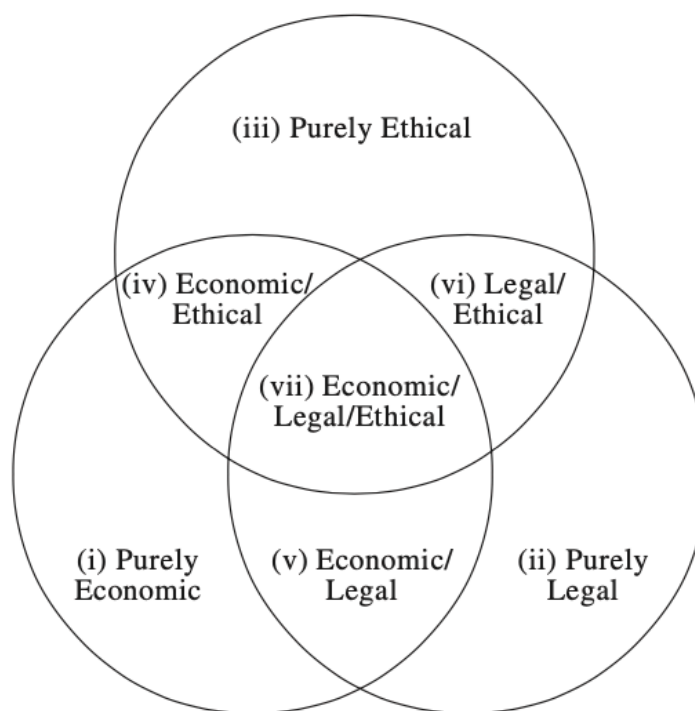
seimbang antara manajemen aset dan risiko, dengan mempertimbangkan kemaslahatan seluruh pemangku kepentingan (Metzker & Zvarikova, 2021). Hal tersebut berarti seluruh pihak yang terlibat dan terkena dampak dalam pelaksanaan kegiatan bisnis sebuah perusahaan mendapatkan tanggung jawab dari perusahaan yang dapat dilakukan melalui CSR tersebut. Program-program untuk mewujudkan tanggung jawab tersebut dapat dikembangkan dengan berbagai cara, seperti melalui pemberian bantuan fisik, beasiswa di bidang pendidikan, penyediaan layanan pemeriksaan kesehatan, pembangunan masyarakat, dan lain-lain.

Archie B. Carroll mengemukakan pendapatnya terkait empat prinsip dari CSR pada tahun 1979 yang kemudian diilustrasikan menjadi sebuah piramida. Empat prinsip tersebut adalah tanggung jawab di bidang ekonomi, tanggung jawab terkait legalitas, tanggung jawab terkait etika atau etis, dan terakhir yaitu tanggung jawab filantropi. Prinsip CSR oleh Carroll tersebut kemudian dikembangkan secara lebih lengkap baik dari segi arti atau implikasinya dan menjadi Model CSR Tiga Domain atau "*The Three-Domain Model of CSR*". Model tersebut terdiri dari tiga bidang tanggung jawab: ekonomi, hukum, dan etis.

1.4.2 Model CSR Tiga Domain

Pada model domain CSR yang lebih baru, prinsip tanggung jawab filantropi yang sebelumnya eksis di Piramida CSR dimasukkan ke dalam domain etika dan/atau ekonomi, yang mencerminkan kemungkinan motivasi yang berbeda-beda dalam kegiatan filantropi (Schwartz & Carroll, 2003). Berbeda dengan Piramida CSR, Model CSR Tiga Domain tersebut diilustrasikan menggunakan diagram Venn yang menunjukkan bahwa tidak ada satupun domain yang lebih penting

dibandingkan domain lainnya. Domain CSR yang paling ideal pada diagram Venn tersebut berada di pusat model di mana tanggung jawab ekonomi, hukum, dan etika dipenuhi secara bersamaan, namun segmen model lainnya yang murni dan tumpang tindih menciptakan situasi yang juga harus dieksplorasi dan diilustrasikan karena mewakili situasi yang mungkin dihadapi oleh pengambil keputusan di dunia bisnis (Schwartz & Carroll, 2003).



Gambar 1. 1 Model CSR Tiga Domain

Sumber: (Schwartz & Carroll, 2003)

Domain ekonomi dalam CSR mencakup berbagai aktivitas yang ditujukan untuk dapat memberi dampak ekonomi secara positif, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan yang bersangkutan. Menurut Poitras (1994),

dampak positif tersebut didasarkan pada dua kriteria yang saling terkait, yaitu (1) maksimalisasi keuntungan dan/atau (2) maksimalisasi nilai saham (Schwartz & Carroll, 2003). Aktivitas ekonomi secara langsung merupakan tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan atau menghindari litigasi, sedangkan aktivitas ekonomi secara tidak langsung merupakan kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan semangat kerja karyawan atau citra perusahaan di mata masyarakat. Aktivitas apapun yang dilakukan oleh perusahaan terkait yang mempertimbangkan peningkatan keuntungan dan/atau nilai saham dianggap termasuk bermotif ekonomi. Menurut Schwartz & Carroll (2003), tindakan suatu perusahaan akan berada di luar domain ekonomi jika (1) tindakan tersebut tidak dimaksudkan untuk memaksimalkan keuntungan (atau meminimalkan kerugian) ketika terdapat alternatif yang lebih menguntungkan, atau (2) tindakan tersebut dilakukan tanpa mempertimbangkan kemungkinan konsekuensi ekonomi bagi perusahaan yang ada.

Domain hukum dalam Model CSR Tiga Domain berkaitan dengan respon perusahaan terhadap ekspektasi hukum yang diamanatkan dan diharapkan oleh masyarakat dalam bentuk yurisdiksi federal, negara bagian, dan lokal, atau melalui prinsip-prinsip hukum yang dikembangkan dalam kasus hukum. Menurut Schwartz & Carroll (2003) dalam konteks ini, legalitas dapat dilihat dalam tiga kategori umum: (1) kepatuhan, (2) penghindaran litigasi perdata, dan (3)antisipasi hukum. Kategori hukum pertama, kepatuhan, dapat dibagi lagi menjadi tiga jenis: pasif, restriktif, dan oportunistik. Jenis kepatuhan yang bersifat pasif atau tidak disengaja—perusahaan melakukan apa yang diinginkannya dan kebetulan mematuhi hukum. Jenis kepatuhan yang kedua yaitu kepatuhan restriktif, terjadi

ketika suatu perusahaan secara hukum terpaksa melakukan sesuatu yang tidak ingin dilakukan oleh perusahaan tersebut. Kata sifat restriktif digunakan untuk mencerminkan gagasan bahwa sistem hukum membatasi atau mengubah perilaku yang dimaksudkan dengan cara yang membatasi. Sedangkan jenis kepatuhan yang ketiga yaitu oportunistik. Terdapat dua macam cara umum kepatuhan oportunistik, yang pertama yaitu perusahaan dapat secara aktif mencari dan memanfaatkan celah dalam peraturan perundang-undangan untuk dapat melakukan aktivitas tertentu, dan suatu perusahaan dapat memilih untuk beroperasi di yuridiksi tertentu karena standar hukumnya yang lebih lemah. Dengan demikian, perusahaan telah mendasarkan keputusannya pada sistem hukum dan secara teknis dapat disebut masih mematuhi undang-undang.

Kategori umum domain hukum yang kedua adalah penghindaran litigasi perdata. Hal ini berkaitan dengan aktivitas perusahaan yang dimotivasi oleh keinginan untuk menghindari kemungkinan litigasi perdata saat ini atau di masa depan atas tindakan lalai. Contohnya, perusahaan menghentikan kegiatan-kegiatan yang tidak ramah lingkungan dikarenakan ada kemungkinan besar mereka akan dituntut sebagai akibat dari tindakan tersebut berada di luar wilayah hukum, meskipun telah mematuhi undang-undang dan peraturan. Seringkali perusahaan-perusahaan ini menerapkan strategi pertahanan hukum dengan berupaya menyelesaikan semua tuntutan hukum (Schwartz & Carroll, 2003).

Kategori umum domain hukum yang ketiga yaitu antisipasi hukum, yaitu antisipasi terhadap perubahan peraturan perundang-undangan. Proses hukum seringkali berjalan lambat, dan perusahaan mungkin ingin melakukan aktivitas

yang akan menghasilkan kepatuhan segera setelah undang-undang tersebut diundangkan. Perubahan terhadap undang-undang di yurisdiksi lain sering kali menjadi indikasi akan adanya undang-undang serupa di yurisdiksinya sendiri. Menurut Schwartz & Carroll (2003), jika undang-undang sudah diantisipasi, perusahaan dapat melakukan aktivitas sukarela untuk membantu mencegah, mengubah, atau memperlambat laju pemberlakuan undang-undang baru, dan dengan demikian bertindak berdasarkan pertimbangan sistem hukum. Kegiatan yang dilakukan sebuah perusahaan akan dianggap berada di luar wilayah hukum meskipun (i) adanya kesadaran akan ketidakpatuhan terhadap hukum, (ii) kesadaran akan adanya kelalaian perdata yang aktual atau potensial, atau (iii) sekadar kepatuhan pasif terhadap hukum.

Domain etis mengacu pada tanggung jawab etis sebuah perusahaan seperti yang diharapkan oleh masyarakat dan para pemangku kepentingan yang terkait, dimana etis tersebut merujuk pada ketanggapan perusahaan terhadap keharusan etika etis domestik dan juga global (Schwartz & Carroll, 2003). Domain etis ini kemudian menyempurnakan dan juga semakin memperluas konsep etika Carroll dengan memasukkan tiga standar etis secara umum, yaitu (1) konvensional, (2) konsekuensial, dan (3) deontologi. Standar etika secara umum yang pertama yaitu standar konvensional. Standar ini didefinisikan sebagai standar atau norma yang telah diterima oleh organisasi, industri, profesi, atau masyarakat sebagai hal yang diperlukan agar bisnis dapat berfungsi dengan baik. Masyarakat di sini didefinisikan sebagai perwujudan pemangku kepentingan perusahaan, termasuk pemegang saham, karyawan, konsumen, pesaing, pemasok, dan komunitas lokal,

selain warga negara pada umumnya. Namun, norma-norma masyarakat dapat berbeda-beda bergantung pada acuan seseorang. Untuk meminimalisir keterbatasan dan meningkatkan penerapan praktis standar ini, maka referensi dapat dibuat pada kode etik dan kode etik formal (misalnya organisasi, industri, professional, atau internasional) untuk menentukan kesesuaian suatu perusahaan dengan standar konvensional (Schwartz & Carroll, 2003).

Standar etis yang kedua yaitu standar konsekuensialis atau teleologis yang berfokus pada tujuan dan juga konsekuensi. Menurut Hoffman, Frederick, dan Schwartz (2001), meskipun ada beberapa jenis konsekuensialisme, bentuk yang relevan untuk tujuan domain etis menunjukkan bahwa “hal yang benar secara etis untuk dilakukan adalah memajukan kebaikan manusia” (Schwartz & Carroll, 2003). Dalam hal ini, konsekuensialisme mencakup egoisme (meningkatkan kebaikan individu) dan utilitarianisme (meningkatkan kebaikan masyarakat). Meskipun egoisme dapat digunakan sebagai pembenaran etis untuk ranah ekonomi, hanya utilitarianisme yang dianggap relevan untuk tujuan ranah etika berdasarkan standar konsekuensialis. Menurut Velasquez (2002), hal tersebut berakibat suatu tindakan dianggap etis menurut konsekuensialisme ketika tindakan tersebut memajukan kebaikan masyarakat, atau lebih khusus lagi, ketika tindakan tersebut dimaksudkan untuk menghasilkan manfaat bersih (atau biaya bersih terendah) terbesar bagi masyarakat jika dibandingkan dengan semua tindakan alternatif lain (Schwartz & Carroll, 2003).

Standar etis yang ketiga yaitu standar deontologi. Menurut De George (1999), standar deontologis tidak berfokus pada konsekuensi, namun didefinisikan sebagai

perwujudan aktivitas yang mencerminkan pertimbangan tugas atau kewajiban seseorang (Schwartz & Carroll, 2003). Model CSR Tiga Domain ini menggunakan kategori prinsip-prinsip deontologis karena memiliki potensi untuk secara lebih spesifik menangkap potensi pembenaran etis yang lebih luas. Salah satu contohnya seperti yang dikemukakan oleh Josephon (1997) yaitu nilai-nilai inti yang lebih spesifik seperti sifat dapat dipercaya (yaitu kejujuran, integritas, keandalan, loyalitas); tanggung jawab (yaitu, akuntabilitas); kepedulian (yaitu, menghindari bahaya yang tidak perlu); dan kewarganegaraan (yaitu, membantu masyarakat, melindungi lingkungan) (Schwartz & Carroll, 2003). Aktivitas akan berada di luar wilayah etis jika aktivitas tersebut (i) bersifat aetis (yaitu, dengan ketidaksadaran atau ketidakpedulian terhadap keetisan tindakan), (ii) terjadi meskipun terdapat kesadaran bahwa tindakan tersebut bertentangan dengan keetisan tertentu. prinsip-prinsip (yaitu tidak etis), atau (iii) hanya dimaksudkan untuk menghasilkan keuntungan bersih bagi perusahaan dan bukan bagi pemangku kepentingan yang terkena dampak (yaitu hanya didukung oleh egoisme).

Karakteristik utama dari Model CSR Tiga Domain adalah penggambaran domain-domain ekonomi, hukum, dan etis dalam diagram Venn. Diagram tersebut menyoroti sifat-sifat domain yang saling tumpang tindih antara satu sama lain dan menghasilkan tujuh kategori CSR yang kemudian dapat dikonseptualisasikan, dianalisis, dan diilustrasikan. Model tiga domain ini berguna untuk analisis yang berfokus pada kekuatan-kekuatan yang berperan dalam pengambilan keputusan etis dibandingkan dengan diskusi umum mengenai CSR, di mana filantropi mungkin mengambil peran yang lebih penting. Terdapat 7 kategori CSR yang termuat dalam

diagram venn Model CSR Tiga Domain, yaitu (i) *Purely Economic*, (ii) *Purely Legal*, (iii) *Purely Ethical*, (iv) *Economic/Ethical*, (v) *Economic/Legal*, (vi) *Legal/Ethical*, dan yang terakhir yaitu (vii) *Economic/Legal/Ethical*. Namun, beberapa kategori CSR tertentu (misalnya, murni legal, murni etis, dan ekonomi/hukum) diperkirakan akan jarang diterapkan, sehingga membatasi penerapan konseptual atau praktis dari beberapa segmen model. Alasan utama hal ini adalah karena tingginya korelasi antara aktivitas yang bersifat ekonomi dan legal, serta aktivitas yang legal dan etis (Schwartz & Carroll, 2003). Oleh sebab itu dalam penelitian ini hanya digunakan 4 dari 7 kategori dalam Model CSR Tiga Domain. Hal tersebut dikarenakan program-program CSR Allianz yang diteliti hanya mencakup beberapa kategori saja. Empat kategori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *economic/ethical*, *legal/ethical*, *purely ethical*, dan yang terakhir yaitu *economic/legal/ethical*.

1.4.2.1 Economic/Ethical

Dalam kategori ini kegiatan korporasi tidak didasarkan pada pertimbangan hukum, namun bersifat etis dan ekonomis secara bersamaan. Kategori ini mencakup banyak aktivitas perusahaan yang dimotivasi oleh pepatah yang sering diulang-ulang, “etika yang baik adalah bisnis yang baik.” Agar dapat dianggap etis, aktivitas tersebut harus melampaui kepentingan rasional-egois dan didasarkan pada prinsip-prinsip konvensionalis, konsekuensialis, atau deontologis. Sebenarnya semua aktivitas dalam kategori ini akan melibatkan kepatuhan pasif terhadap hukum karena hampir semua aktivitas ilegal dianggap tidak etis. Menurut Carrol (1993), perusahaan yang menyumbang untuk amal karena alasan ekonomi dan etika

termasuk dalam kategori ini (Schwartz & Carroll, 2003). Perusahaan-perusahaan di sektor lingkungan hidup, industri reksa dana “sosial” atau “lingkungan”, atau terlibat dalam penjualan produk “ramah lingkungan” dapat dianggap ekonomis sekaligus etis. Salah satu contohnya ditunjukkan oleh Lager (1994) melalui kebijakan perusahaan Ben & Jerry dalam membagikan es krim secara gratis. CEO Ben & Jerry mengemukakan bahwa alasan dilakukannya aktivitas tersebut adalah motivasi untuk memberi kembali yang selalu tulus, dan pada saat bersamaan menjadi strategi pemasaran yang efektif yang menjadikan pelanggan membeli es krim dan mendukung bisnis mereka karena mereka mendukung masyarakat (Schwartz & Carroll, 2003).

1.4.2.2 Legal/Ethical

Aktivitas perusahaan tertentu terjadi bukan karena adanya keuntungan ekonomi, namun karena aktivitas tersebut diwajibkan secara hukum dan etis. Aktivitas yang bersifat etis dan legal sering kali memberikan manfaat ekonomi tidak langsung, sehingga hanya sedikit aktivitas perusahaan yang termasuk dalam kategori ini (Schwartz & Carroll, 2003). Aktivitas memasang perangkat anti-polusi karena diwajibkan secara hukum (yaitu, kepatuhan yang ketat) dan dianggap etis meskipun tidak ada manfaat ekonomi jangka panjang akan termasuk dalam kategori ini. Studi kasus dalam kategori ini dapat terlihat dari berita yang dirilis oleh CNN (2000), di mana perusahaan farmasi yang menyediakan obat HIV/AIDS dengan harga di bawah biaya (yaitu non-ekonomis) ke negara-negara Afrika. Namun, menurut DeYoung (2001) tindakan tersebut juga sekaligus berusaha menghindari

diberlakukannya undang-undang pelanggaran paten yang mengizinkan produsen obat generik membuat obat yang sama (Schwartz & Carroll, 2003).

1.4.2.3 Purely Ethical

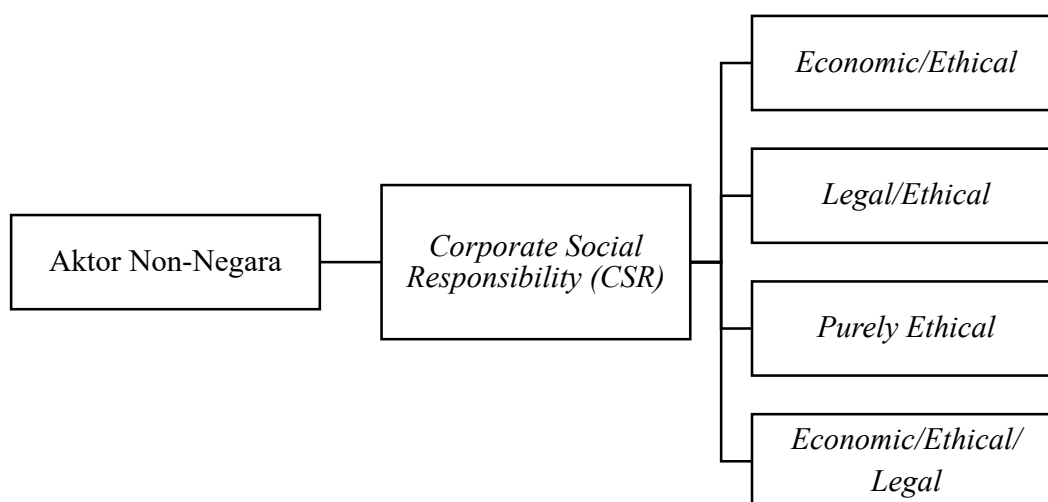
Segala aktivitas yang murni etis dan tidak memiliki implikasi ekonomi atau hukum secara langsung atau tidak langsung akan masuk dalam kategori ini. Kegiatan tersebut dilakukan karena dianggap etis berdasarkan setidaknya satu prinsip etis (misalnya konvensi, deontologis, konsekuensial) meskipun aktivitas tersebut kurang memberikan dampak ekonomi yang positif (Schwartz & Carroll, 2003). Selain kegiatan filantropi korporasi yang tidak didasarkan pada kepentingan ekonomi, saat ini hanya sedikit kegiatan korporasi yang termasuk dalam kategori ini. Alasan utamanya adalah banyak aktivitas yang dianggap etis dapat dikaitkan dengan manfaat ekonomi tidak langsung dalam jangka panjang. Namun, sulit untuk menemukan dan mempertahankan praktik atau keputusan perusahaan yang menggambarkan motif etis murni karena tidak mungkin untuk mengetahui sepenuhnya semua motif yang mendasari suatu keputusan dan konsekuensi yang diakibatkannya. Misalnya, Carroll (1993) yang menyebut keputusan 3M untuk menghentikan kredit polusi meskipun mengalami kerugian ekonomi dapat dipandang sebagai aktivitas etis semata (Schwartz & Carroll, 2003).

1.4.2.4 Economic/Legal/Ethical

Suatu kegiatan yang dimotivasi secara bersamaan oleh kepentingan, sistem hukum, dan prinsip-prinsip etika akan termasuk dalam kategori ini. Carroll dan Buchholtz berpendapat bahwa kehati-hatian diperlukan di banyak segmen ekonomi, hukum, dan etika yang saling tumpang tindih, namun di segmen utama

ini, rekomendasi manajemen adalah untuk “melakukannya,” karena ketiga kategori tanggung jawab tersebut terpenuhi (Carroll dan Buchholtz 2003: 175). Dari sudut pandang normatif, segmen sentral ini (*economic/legal/ethical*) adalah tempat dimana perusahaan harus berupaya untuk beroperasi bila memungkinkan, atau dalam segmen *economic/ethical* (selama perusahaan secara pasif mematuhi hukum). Tak hanya itu, namun domain sentral ini juga menggambarkan adanya manajemen moral yang dinyatakan oleh Carroll (1987), yang ditunjukkan melalui keinginan perusahaan untuk mendapatkan profit, namun dalam batasan yang tetap patuh terhadap hukum dan juga standar etika. Sehingga, dapat dikatakan bahwa perusahaan mengejar tujuan yang diinginkan, bersamaan juga dalam memenuhi keuntungan, legalitas, dan juga moralitas. Contohnya yaitu ketika Wal-Mart memutuskan untuk berhenti menjual rokok di toko-tokonya di Kanada, yang menurut Heinzl (1994) tampaknya dimotivasi oleh masalah ekonomi (misalnya, hubungan masyarakat), antisipasi terhadap perubahan undang-undang, dan juga masalah etika (Schwartz & Carroll, 2003).

1.5 Sintesa Pemikiran



Bagan 1.1 Sintesa Pemikiran

Sumber: Penulis

Dapat terlihat dari sintesa pemikiran di atas bahwa terdapat aktor non negara dalam penelitian ini, yaitu perusahaan multinasional Allianz yang menerapkan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) di berbagai negara tempat mereka beroperasi. Salah satu negara tempat pengaplikasian CSR Allianz adalah di Indonesia melalui program-program tanggung jawab sosial yang dilakukan. Berbagai program CSR Allianz yang dilaksanakan di Indonesia tersebut kemudian akan ditelaah sesuai dengan Model CSR Tiga Domain, yang kemudian mengkategorikan berbagai aktivitas CSR sebuah perusahaan ke salah satu dari tujuh

segmen berbeda. Penelitian terkait program-program Allianz ini diteliti dengan 4 dari 7 segmen kategori Model CSR Tiga Domain saja, yaitu *economic/ethical*, *legal/ethical*, *purely ethical* dan *economic/ethical/legal*.

1.6 Argumen Utama

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, kerangka pemikiran dan juga sintesa pemikiran yang telah ditulis sebelumnya, penulis memiliki jawaban sementara dari rumusan masalah yang sekaligus menjadi argumen utama dalam penelitian ini. Allianz merupakan sebuah perusahaan MNC asal Jerman di bidang asuransi dan manajer aset di lebih dari 70 negara. Perusahaan tersebut memiliki beragam program CSR yang kemudian dilaksanakan di berbagai negara tempat perusahaan tersebut melaksanakan aktivitas bisnis mereka. Salah satu negara tempat Allianz beroperasi adalah Indonesia, sehingga program-program CSR Allianz juga turut dilaksanakan di Indonesia pula. Beragam program CSR Allianz di Indonesia tersebut dilaksanakan berlandaskan Pendidikan, Kesehatan, Pemberdayaan Ekonomi, dan Lingkungan & Penanggulangan Bencana. Kemudian, program-program CSR yang dilakukan oleh Allianz di Indonesia tersebut akan ditelaah sesuai dengan Model CSR Tiga Domain yang memiliki 7 domain yang saling tumpang tindih. Penelitian ini kemudian menggunakan 4 segmen kategori dari Model CSR Tiga Domain tersebut. Segmen pertama yaitu *economic/ethical*, dengan contoh program CSR Allianz yang memberikan donasi kepada korban banjir Jakarta 2021. Segmen kategori selanjutnya yaitu *legal/ethical*. Contoh program CSR Allianz yang termasuk dalam kategori ini adalah *sponsorship*

COVID-19 rapid test. Segmen kategori ketiga adalah *purely ethical*, di mana salah satu program CSR Allianz di Indonesia yang masuk pada kategori ini adalah program donor darah. Segmen kategori CSR yang keempat yaitu *economic/ethical/legal*, di mana salah satu program CSR Allianz yang termasuk dalam segmen ini adalah *Allianz Community for Neighborhood and Society (ACTIONS)*, yaitu sebuah program yang menunjang para karyawan dan tenaga pemasar di penjuru Indonesia untuk menjadi voluntir dan merealisasikan berbagai kegiatan CSR di lingkungan mereka.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Untuk melaksanakan sebuah penelitian, seorang penulis perlu untuk memahami jenis penelitian apa yang digunakan untuk dapat meneliti masalah yang diambil. Penelitian mengenai implementasi program CSR oleh Allianz di Indonesia tahun 2020-2022 ini digunakan tipe penelitian deskriptif. Menurut Habe (2019), metode deskriptif digunakan untuk mengilustrasikan fenomena yang ada, yang menguraikan mengenai nilai variabel berdasarkan parameter yang ditelaah tanpa membangun hubungan dan perbandingan dengan beberapa variabel lain yang bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai gejala sosial yang sedang diteliti. Menurut Nugrahani (2014) metode penelitian deskriptif mengilustrasikan proses selama berjalannya waktu dalam situasi alami atau konteks natural (natural setting), tanpa adanya rekayasa peneliti, dan dapat menyingkap hubungan yang wajar antara peneliti dan informan. Dengan begitu, implementasi berbagai program

CSR oleh Allianz di Indonesia dapat terlihat dari berbagai aktivitas dan agenda yang dilaksanakan selama tiga tahun program tersebut berlangsung, yaitu dimulai dari tahun 2020- 2022.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Jangkauan dalam penelitian ini dimulai dari tahun 2020 hingga tahun 2022. Hal tersebut disebabkan penulis ingin melihat bagaimana implementasi beragam program tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh Allianz di Indonesia dilakukan di masa pandemi COVID-19 yang memberikan berbagai rintangan kepada masyarakat dan juga pasca terjadinya pandemi COVID-19 tersebut sebagai masa pemulihan. Sehingga, jangkauan pada penelitian ini hanya selama tiga tahun tersebut. Data-data yang mungkin digunakan di luar jangkauan penelitian dapat dijadikan sebagai pelengkap atau tambahan informasi.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk melaksanakan penelitian, ditemukan dua metode pengumpulan data. Data yang dikumpulkan dapat bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data-data yang didapatkan langsung dari lapangan atau tempat penelitian oleh peneliti, sementara data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui sumber bacaan dan pelbagai macam sumber-sumber lain (Aisyah & Astuti, 2019). Untuk meneliti implementasi program CSR oleh Allianz di Indonesia tahun 2020-2022 ini digunakan sumber data sekunder dengan teknik studi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang melingkupi pengutipan dan

pengkajian teori, data dan informasi dari berbagai buku, dokumen, internet, dan media cetak. Dalam penelitian ini, data-data yang diambil berasal dari internet, artikel berita, jurnal-jurnal yang telah ada sebelumnya, buku, dokumen, dan sebagainya.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Menurut Ahmar & Yulisnawati (2019) teknik analisis data merupakan sebuah proses untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis yang akhirnya akan diangkat menjadi teori substantif dengan mengorganisasi dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Secara umum, teknik analisis data dibagi menjadi dua, yaitu teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif. Perbedaan dari kedua teknik tersebut terdapat pada jenis datanya. Dalam data yang tidak bisa dijadikan angka, maka analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif. Sebaliknya, data yang dapat diangkakan dapat dianalisis secara kuantitatif, bahkan dapat juga secara kualitatif dianalisis. Pada penelitian ini, akan digunakan teknik analisis data kualitatif.

1.7.5 Sistematika Penulisan

Terdapat 4 pembagian bab dalam penelitian ini, dengan sistematika penulisan seperti sebagai berikut.

BAB I

Berisikan pendahuluan, mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan masalah, kerangka pemikiran yang meliputi landasan teori, sintesa

pemikiran, argumentasi utama, metode penelitian yang terdiri dari tipe penelitian, jangkauan penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB II

Berisikan mengenai implementasi berbagai program CSR oleh Allianz di Indonesia selama tahun 2020-2020 yang akan ditelaah menggunakan dua segmen kategori CSR, yaitu *economic/ethical* dan *legal/ethical*.

BAB III

Berisikan mengenai implementasi berbagai program CSR oleh Allianz di Indonesia selama tahun 2020-2020 yang akan ditelaah menggunakan dua segmen kategori CSR selanjutnya, yaitu *purely ethical*, dan *economic/ethical/legal*.

BAB IV

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.