

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara-negara di dunia diklasifikasikan menjadi negara sedang berkembang dan negara maju dengan berbagai indikator dan syarat tertentu. UNDP (*United Nations Development Program*) mengelompokkan kedua negara tersebut menggunakan berbagai faktor non ekonomi seperti tingkat harapan hidup, tingkat kematian bayi, dan tingkat pendidikan. Jadi klasifikasi negara maju dan negara berkembang berdasarkan keberhasilan negara-negara tersebut dalam membangun kualitas hidup penduduk di wilayahnya. Sedangkan Bank Dunia melakukan pembagian negara maju dan negara berkembang bertumpu pada sektor perekonomian. Menurutnya, negara maju yang berpendapatan tinggi dan mengandalkan perekonomiannya dari sektor industri dan negara berkembang ialah yang berpendapatan menengah dan sektor industrinya sedang dalam tahap perkembangan. Letak negara maju biasanya berada benua Eropa, Amerika Utara, Australia, Selandia Baru, dan Asia Timur. dan negara-negara berkembang pada umumnya berada di kawasan Asia Selatan, Asia Tengah, Asia Tenggara, Afrika, Amerika Selatan dan beberapa kepulauan di Pasifik.¹

Setelah klasifikasi antara kedua negara tersebut, maka dapat dilihat tentang adanya perbedaan antara negara maju dan berkembang. Negara berkembang yang notabene adalah negara bekas jajahan negara maju pasti menghadapi berbagai persoalan terlebih dalam hal pembangunan dalam semua aspek, karena negara berkembang harus

¹ dikutip dari Negara Maju dan Negara Berkembang, <http://www.softilmu.com/> diakses pada 12 April 2016.

mengerjar ketertinggalannya dari negara maju. Begitupula dengan Indonesia, negara berkembang yang masih dalam proses pembangunan. Pada dekade 70 hingga 80an Indonesia berfokus pada pertumbuhan ekonomi yang lebih menekankan pada peningkatan pendapatan negara, akan tetapi pada akhirnya disadari bahwa perlu adanya keseimbangan antara pembangunan ekonomi dan pembangunan sosial yang menekankan pada peningkatan taraf hidup masyarakat secara merata. Pembangunan sosial ini memiliki lingkup yang luas hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat yaitu berupa program terencana, terorganisir dan dalam bentuk pemberian pelayanan serta pemberdayaan individu, kelompok dan masyarakat.²

Lalu di sisi lain, setiap negara pasti melakukan interaksi dengan negara lain dengan tujuan untuk mendapat keuntungan dan timbal balik bagi negara yang terkait, interaksi tersebut dinamakan hubungan internasional. Negara sebagai pelaku utama yang memiliki kedaulatan secara *de facto* dan *de jure*. Akan tetapi terdapat pula aktor non negara dalam hubungan internasional yang meliputi Intergovernmental Organizations (IGOs), IGO merupakan organisasi antar pemerintah seperti, Persatuan Bangsa Bangsa dan Uni Eropa. Lalu, Non-governmental Organizations (NGOs) merupakan organisasi non pemerintah dan tidak mewakili suatu negara, contohnya adalah Lembaga Swadaya Masyarakat. Aktor non negara yang terakhir adalah Multinational Corporations (MNCs), MNCs merupakan aktor non negara memiliki peran dalam bidang ekonomi. Contoh dari *Multinational Corporations (MNCs)* yang banyak diketahui adalah McDonalds, KFC, Coca-Cola, Pepsi dan lain lain.

² dikutip dari Trisnohadi Hari Murti, Memperkuat Komitmen Pembangunan Kesejahteraan Sosial, <http://www.alumni.ugm.ac.id/> diakses pada 12 April 2016.

MNCs saat ini menjadi aktor non negara yang cukup fenomenal dengan kapasitas dan kapabilitas operasinya dalam aspek ekonomi dan sosial. MNCs merupakan sebuah perusahaan yang berpusat di sebuah negara dan memiliki cabang di berbagai negara baik negara maju maupun negara berkembang dan menggunakan sistem manajemen terpusat. Jadi, segala aktivitas baik dalam produksi barang maupun sumber daya yang digunakan sesuai dengan perusahaan pusat dan dapat digunakan di seluruh negara.³

Masalah utama negara berkembang pasca kemerdekaannya adalah pembangunan, dan saat negara berkembang gencar gencarnya melakukan pembangunan, MNCs dapat melakukan ekspansinya ke negara penerima modal sebagai agen pembangunan. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang dengan kekayaan Sumber Daya Alam-nya pun menjadi peluang bagi MNCs dari berbagai negara untuk melakukan perpanjangan tangannya. Dengan kemunculan MNCs di negara berkembang termasuk Indonesia, menimbulkan beberapa dilema karena MNCs dengan kekuatan raksasanya yang menggurita tersebut dapat mempengaruhi kondisi ekonomi dan politik negara penerima modal, yang bisa jadi berupa eksploitasi, peran negara yang semakin kecil dan ketergantungan. Akan tetapi di sisi lain juga MNCs memiliki dampak positif sebagai agen pembangunan di negara penerima modal dengan peningkatan pendapatan negara, transfer teknologi, peluang kerja yang diberikan dan kompensasi perusahaan kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. Ketika sebuah MNCs masuk ke negara penerima modal pasti melalui regulasi-regulasi tertentu yang harus dipenuhi, yang salah satunya adalah etika korporasi untuk turut melaksanakan pembangunan melalui *Corporate Social Responsibility*. Di Indonesia hal tersebut dituangkan dalam Undang-

³ Dikutip dari Multinational Corporations, <http://www2.econ.iastate.edu> diakses pada 12 Maret 2016.

Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas,⁴ bahwa setiap perusahaan di Indonesia wajib melaksanakan Corporate Social Responsibility atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Salah satu MNCs yang beroperasi di Indonesia adalah Toyota Motor Corporation sebuah MNCs asal Jepang. Toyota Motor Corporation (TMC) adalah sebuah perusahaan yang memproduksi mobil yang berpusat di Jepang. Toyota masuk ke Indonesia pada tahun 1971, dengan membawa mobil versi jeep yaitu Land Cruiser. Toyota menggandeng PT. Astra Internasional Tbk. yang resmi pada 12 April 1971 yang semula berfungsi sebagai importir kendaraan Toyota. Kemudian pada tahun 2003, TAM melakukan restrukturisasi menjadi dua perusahaan: PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) dan PT Toyota-Astra Motor (TAM). Toyota selalu mencatat market share diatas 20% di pasar otomotif Indonesia sejak tahun 1976⁵. Begitupula dengan Toyota, ia juga turut berkontribusi dalam bidang sosial dengan cara menggelar program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari empat bidang yakni, lingkungan, pendidikan, traffic safety dan community development.

Masalah pembangunan menjadi tugas utama negara untuk mengatasi hal tersebut, akan tetapi kemunculan MNCs juga dapat menjadi aktor pembantu negara dalam menangani masalah tersebut. Hingga pada akhirnya perlu adanya kerja sama yang signifikan dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah, masyarakat, Lembaga Swadaya Masyarakat dan lembaga-lembaga akademik yang ada agar menjadi sebuah

⁴ Dikutip dari Fajar ND, Mukti. 2013. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal 1.

⁵ Dikutip dari Langgeng, Agus. 2014. Kiprah Toyota Melayani Indonesia 2002-2014. Jakarta:PT Infometro Mediatama. Hal 7.

pendekatan bagi perusahaan untuk mengintegrasikan kepedulian sosial mereka sekaligus menjadi hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan negara penerima modal. Dengan adanya kerja sama tersebut, masing masing pihak dapat menyalurkan kepentingannya dengan baik dan terjadi *simbiosis mutualisme*. Kolaborasi antara Perusahaan Multinasional dengan aktor-aktor domestik dalam pembangunan sosial di negara penerima modal menjadi studi yang kompleks dan menarik, oleh karena itu penulis tertarik untuk mengambil judul **“Kolaborasi Perusahaan Multinasional dan Aktor Domestik dalam Pembangunan Sosial di Negara Berkembang (Studi Kasus : Kiprah Toyota Motor Corporation di Indonesia)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis menetapkan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana Implementasi dari Pelaksanaan Pembangunan Sosial oleh Toyota Motor Corporation sebagai Perusahaan Multinasional di Indonesia ?

C. Kerangka Teori

1. Konsep *Corporate Social Responsibility*

Konsep CSR dapat diartikan sebagai sebuah aktivitas sosial oleh perusahaan dalam menangani masalah sosial dengan cara peningkatan pertumbuhan ekonomi, peningkatan kualitas hidup masyarakat dan mengurangi dampak buruk operasional perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan. Menurut *the World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, definisi CSR adalah: *“Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and*

*contribute to economic development while improving the equality of life of the workforce and either familie as well as of the local community and society at large”.*⁶

Istilah *Corporate Social Responsibility* mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari profit, planet dan people. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (profit). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (planet) dan kesejahteraan masyarakat (people).

Triple Bottom Line mengungkapkan adanya pergeseran pengelolaan bisnis dari “shareholders focused” ke “stakeholders focused”. Dari fokus kepada pemaksimalan perolehan laba bergeser kepada kepentingan bagi pemangku kepentingan sehingga ia memiliki peran yang signifikan di dunia bisnis sebagai alat untuk memberdayakan masyarakat dan melestarikan lingkungan sebagai strategi perusahaan. Triple Bottom Line saat ini juga dijadikan sebagai *corporation goals*. Karena pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya shareholders atau para pemegang saham. Melainkan pula stakeholders, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan, maka harus ada keterlibatan pemerintah dan masyarakat secara langsung dalam proses pembangunan.

Pada awal perkembangannya, bentuk CSR yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di negara-negara berkembang. Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam,

⁶ Dikutip dari Fajar ND, Mukti. Op.cit, Hal 34.

disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat. Mulai dari pembangunan fasilitas pendidikan, lingkungan, kesehatan dan pengembangan skema perlindungan sosial berbasis masyarakat dan seterusnya.⁷

Penerapan CSR oleh Toyota Indonesia menjadi suatu bukti bahwa dalam menjalankan bisnis mereka tidak hanya berfokus untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan dan mengedepankan kepentingan shareholder saja, tetapi juga peduli pada pengembangan masyarakat dan juga lingkungan sekitar agar terciptanya sinergi yang baik antara korporasi dengan negara penerima modal dan juga sekaligus sebagai strategi keberlanjutan perusahaan Toyota di Indonesia.

2. Teori Pembangunan Sosial

Edi Suharto mengartikan pembangunan Sosial sebagai pendekatan pembangunan yang bertujuan meningkatkan kualitas kehidupan manusia secara paripurna, yakni memenuhi kebutuhan manusia mulai dari kebutuhan fisik sampai sosial. Secara kontekstual pembangunan sosial lebih berorientasi pada prinsip keadilan sosial daripada pertumbuhan ekonomi. Beberapa program yang menjadi pusat perhatian pembangunan sosial mencakup pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, perumahan dan pengentasan kemiskinan.⁸ Berdasarkan definisi dari Edi Suharto, pembangunan sosial adalah proses pembangunan yang berjalan selaras dengan pembangunan ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat secara paripurna.

⁷ Dikutip dari Edi Suharto, "Menggagas Standar Audit program CSR", disampaikan pada 6th Round Table Discussion "Menggagas Standar Audit Program CSR: Implementasi UU Perseroan Terbatas, Asosiasi Auditor Internal (AAI), Financial Club Jakarta, 27 Maret 2008. Diakses pada 20 November 2015.

⁸ Dikutip dari Edi Suharto, "Pekerjaan Sosial dan Pembangunan Sosial" disampaikan dalam Diskusi Pendidikan Dasar HMI Cabang Bandung, 3 November 2002. Diakses pada 23 November 2015.

Ada banyak definisi Pembangunan Sosial, berdasarkan fokus semua definisi itu dapat dikelompokkan dalam tiga kategori utama:

1. Fokus pada aspek "perencanaan sistematis dan hubungan antara pembangunan sosial dengan pembangunan ekonomi".

“Social development is a process of planned social change designed to promote the well-being of the population as a whole in conjunction with the dynamic process of economic development (Midgley 1995, 25)”.

“Pembangunan sosial adalah suatu proses perubahan sosial terencana yang dirancang untuk mengembangkan kesejahteraan penduduk secara keseluruhan, yang terkait secara erat dengan proses pembangunan ekonomi (Midgley 1995, 25)”.

2. Fokus pada aspek "perubahan struktural sebagai inti dari pembangunan sosial".

“Social development is a comprehensive concept which implies major structural changes – political, economic and cultural, which are introduced as part of deliberate action to transform society. (Pathak 1987, 57-58)”.

“Pembangunan sosial adalah sebuah konsep yang komprehensif yang menyiratkan perubahan struktural yang fundamental - politik, ekonomi dan budaya, yang dilaksanakan sebagai bagian dari tindakan yang disengaja untuk mengubah masyarakat. (Pathak 1987, 57-58)”.

3. Fokus pada upaya untuk "mewujudkan (realisasi) potensi manusia, pemenuhan kebutuhan dan pencapaian kualitas hidup yang lebih baik".

“Social development has two interrelated dimensions: the first is the capacity of people to work continuously for their welfare and that of society; the second is the alteration or development of society’s institutions so that human need are met at all level, especially at the lowest level, through a process of improving the relationships between people and social economic institution. (Paiva 1982, 4)”.

“Pembangunan sosial memiliki dua dimensi yang saling terkait: yang pertama adalah kemampuan orang untuk bekerja terus menerus untuk kesejahteraan mereka dan masyarakat; yang kedua adalah perubahan atau pengembangan kelembagaan masyarakat sehingga kebutuhan manusia terpenuhi pada semua tingkatan, khususnya pada tingkat terendah, melalui proses peningkatan hubungan antara masyarakat dan lembaga sosial ekonomi. (Paiva 1982, 4)”⁹

Bedasarkan tiga kategori utama diatas, pembangunan sosial dilakukan untuk mencapai peningkatan taraf hidup masyarakat secara paripurna. *Corporate Social Responsibility* Toyota Indonesia berkontribusi dalam proses pembangunan sosial yang selaras dengan pembangunan ekonomi melalui pengembangan masyarakat. Dimana dalam proses pembangunan tersebut, masyarakat terlibat langsung dan menjadi subyek, bukan obyek sejak proses awal sebelum, saat dan kondisi setelah adanya pembangunan.

D. Hipotesa

Dari uraian yang telah dijelaskan di atas, maka penulis mencoba untuk mengajukan hipotesa bahwa implementasi pembangunan sosial yang dilaksanakan oleh

⁹ Dikutip dari Rusman R Manik, “Pembangunan Sosial di Indonesia: Sebuah Kajian terhadap UU 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial dan Teoritis Pembangunan Sosial”, www.academia.edu Diakses pada 20 November 2015.

Toyota Motor Corporation sebagai Perusahaan Multinasional di Indonesia adalah berupa penerapan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang berkolaborasi dengan aktor domestik yaitu pemerintah Indonesia, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan lembaga-lembaga akademik di Indonesia.

E. Tujuan Penulisan

1. Memenuhi kewajiban penulis sebagai mahasiswa untuk mengerjakan Tugas Akhir dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai syarat melengkapi proses pendidikan Strata 1.
2. Mendeskripsikan bagaimana Toyota Motor Corporation sebagai Perusahaan Multinasional bekerja sama dengan aktor domestik dalam melaksanakan pembangunan sosial di Indonesia melalui program CSR.

F. Jangkauan Penelitian

Untuk memfokuskan penelitian, penulis merasa perlu memberikan batasan terhadap penelitian yang akan dikemukakan penulis agar penulis dapat lebih terarah dan mudah untuk dipahami sesuai dengan tujuan pembahasan. Penulis menetapkan batasan waktu dalam penyusunan skripsi yang membahas tentang kolaborasi Toyota Motor Corporation dan aktor domestik dalam pembangunan sosial di Indonesia ini yaitu, pada tahun 2005 hingga tahun 2015. Namun pembahasan tersebut tidak bersifat kaku dan dapat berkembang sejauh data yang diperoleh dapat mendukung penulisan ini.

G. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dari beberapa sumber yaitu studi dokumen yang dilakukan dengan cara menghimpun data sekunder dalam hal ini diwakilkan oleh informasi-informasi dari literatur-literatur yang relevan seperti buku, surat kabar dan data elektronik (internet) yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

Apabila memungkinkan maka penulis berusaha untuk mencari data primer yakni wawancara dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai informasi data sekunder yang telah didapatkan.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan ini ditulis dalam lima bab, yang masing-masing bab membahas tentang hal yang berbeda-beda untuk memudahkan memahami skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Merupakan penggambaran skripsi secara umum, berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Hipotesa, Tujuan Penulisan, Kerangka Teori, Teknik Pengumpulan Data, Jangkauan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II Gambaran Umum Perusahaan Multinasional di Negara Berkembang

Merupakan deskripsi yang berkaitan dengan pembahasan berupa peran Potret Pembangunan di Negara Berkembang, Kontribusi Korporasi

Internasional di Negara Berkembang, termasuk MNCs Toyota Motor Corporation di Indonesia.

BAB III Kesenjangan Sosial di Negara Berkembang dan Munculnya Gerakan Corporate Social Responsibility dari Dunia Usaha

Merupakan eksplanasi mengenai bagaimana Kesenjangan Sosial di Negara Berkembang, Keterbatasan Negara dalam Menangani Masalah Kesenjangan dan Munculnya gerakan *Corporate Social Responsibility* dari Dunia Usaha.

BAB IV Kolaborasi Toyota Motor Corporation dan Aktor Domestik dalam Pembangunan Sosial di Indonesia.

Merupakan eksplanasi mengenai bagaimana dari kolaborasi Toyota Motor Corporation dengan aktor domestik dalam Pembangunan Sosial di Indonesia melalui program *Corporate Social Responsibility*.

BAB V Penutup

Kesimpulan.