

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, penulis ingin membahas tentang implementasi *corporate social responsibility* atau CSR itu pada *multinational corporations* (MNCs). Mengingat CSR merupakan suatu konsep yang masih belum memiliki suatu definisi yang pasti, maka metode penelitian dengan cara studi kasus diharapkan dapat memberikan penjelasan yang lebih jelas dan nyata akan implementasi CSR di MNCs, dalam hal ini PT. Smelting. Penulis memiliki dua rumusan masalah yakni tentang bagaimana implementasi CSR PT. Smelting terhadap masyarakat dan apa reaksi dari masyarakat terhadap program CSR tersebut. Untuk menjelaskan permasalahan tersebut maka penulis menggunakan beberapa kerangka pemikiran yaitu Teori Glokalisasi, Konsep *Corporate Social Responsibility* dan Konsep *Triple Bottom Line*.

Dalam pembahasannya, penulis menjelaskan tentang konsep CSR, MNCs, dan keterkaitan kedua konsep tersebut dengan konsep-konsep lain seperti *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Sustainable Development*. Juga tentang bagaimana PT. Smelting mendefinisikan CSR dan apa saja bentuk komitmen perusahaan tersebut terhadap CSR. Dengan mengkaitkan penemuan data lapangan dengan kerangka pemikiran, maka penulis menarik hipotesis bahwa PT. Smelting memang berusaha untuk mengimplementasikan CSR, walaupun terkadang apa yang diaplikasikan tidak selalu sesuai dengan teori-teori CSR yang ada dan reaksi masyarakat tidak sama dengan ekspektasi dari perusahaan yang disebabkan oleh adanya perbedaan kepentingan antara perusahaan dengan persepsi masyarakat. Hubungan antar konsep CSR-MNCs-GCG dan *Sustainable Development* membuktikan bahwa walaupun PT. Smelting telah mengimplementasikan CSR, namun hasil implementasinya tidak selalu sesuai dengan teori-teori tentang CSR yang ada. Selain itu, persepsi masyarakat tentang *image* perusahaan tidak selalu bisa sesuai dengan harapan perusahaan karena perbedaan tujuan dan kepentingan antara PT. Smelting dengan masyarakat sekitarnya.

Kata kunci: MNCs, CSR, *Sustainable Development*, GCG, *image*, *profit*.