

ABSTRAK

Sejak beroperasinya Aqua Danone di Klaten Jawa Tengah banyak memunculkan pro kontra dikalangan masyarakat sekitar. Meski dalam menjalankan usahanya tidak lepas dari kewajiban untuk memperhatikan etika bisnis dengan lingkungan sekitar dengan bentuk program corporate social responsibility (CSR), namun penolakan warga sekitar terus berlanjut untuk menggagalkan usahanya dengan memunculkan aksi protes. Dengan demikian yang menjadi pertanyaan adalah mengapa Aqua Danone dapat terus beroperasi ditengah aksi protes masyarakat, strategi apa yang digunakan. Menurut Joseph E. Stiglitz bahwa setiap korporasi untuk menjadi agen globalisasi yang baik harus memiliki program CSR. Dalam implementasi CSR maka korporasi harus memiliki strategi salah satunya dengan strategi. Menurut Porter strategi dalam bisnis memiliki sifat yang cenderung negosiatif. Dengan demikian bertahannya Aqua Danone dalam menjalankan usahanya ditengah aksi protes masyarakat dengan menggunakan strategi kolaborasi, dimana Aqua Danone berkolaborasi dengan LSM dan media massa. Dalam implementasi CSR Aqua Danone bekerjasama dengan pihak terkait yang merupakan suatu momentum untuk merajut kembali rasa saling percaya (*trust*) dan elemen-elemen modal sosial lainnya. Sehingga dengan berbagai ancaman yang ada Aqua Danone dapat terus beroperasi.

Kata-kata kunci: Strategi, Menjalankan Usahanya, Aksi Protes Masyarakat