



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Penerapan CSR USLP Unilever Pilar Lingkungan
Melalui Program Bank Sampah untuk Kota Surabaya
Tahun 2017-2019

Skripsi

Oleh

Divya Sanjay Bhojwani

6091801026

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Penerapan CSR USLP Unilever Pilar Lingkungan
Melalui Program Bank Sampah Untuk Kota Surabaya
Tahun 2017-2019

Skripsi

Oleh

Divya Sanjay Bhojwani

6091801026

Pembimbing

Yulius Purwadi Hermawan, Drs, M.A., Ph.D

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Hubungan Internasional
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Divya Sanjay Bhojwani
Nomor Pokok : 6091801026
Judul : Penerapan CSR USLP Unilever Pilar Lingkungan Melalui Program Bank Sampah untuk Kota Surabaya Tahun 2017-2019

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana Pada
Kamis, 13 Januari 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang

Mireille Marcia Karman, M.Litt.

: 

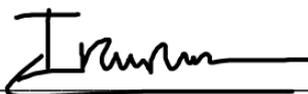
Sekretaris

Yulius Purwadi Hermawan, Ph.D

: 

Anggota

Dr. A. Irawan J.H

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Divya Sanjay Bhojwani

NPM 6091801026

Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Penerapan CSR USLP Unilever Pilar Lingkungan
Melalui Program Bank Sampah untuk Kota Surabaya
Tahun 2017-2019

Dengan ini menyatakan bahwa proposal penelitian ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 5 Januari 2022



Divya Sanjay Bhojwani

ABSTRAK

Nama : Divya Sanjay Bhojwani
Nomor Pokok : 6091801026
Judul : Penerapan CSR USLP Unilever Pilar Lingkungan Melalui Program Bank Sampah untuk Kota Surabaya Tahun 2017-2019

Pencemaran lingkungan akibat sampah dan limbah industri B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) yang tidak diuraikan secara baik pada tahap hilir (bawah) oleh pelaku sektor bisnis menyebabkan pola hidup masyarakat kalangan menengah ke bawah menjadi buruk serta tidak berkelanjutan (*sustainable living*) tidak terkecuali kota Surabaya. Perusahaan multinasional secara khusus Unilever Indonesia mulai mengindahkan isu tersebut dan memperbaiki melalui program CSR USLP (*Unilever Sustainable Living Plan*) Bank Sampah di bawah pilar lingkungan di kota Surabaya. Adapun pertanyaan penelitian yang dituliskan oleh penulis yaitu **“bagaimana penerapan program CSR USLP Unilever Indonesia pilar lingkungan melalui program Bank Sampah untuk kota Surabaya tahun 2017-2019?”**. Dalam proses penyusunan penelitian, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tujuan memperkuat analisis dari penelitian. Unilever Indonesia selaku perusahaan multinasional menerapkan dan memenuhi keempat prinsip CSR walaupun terdapat prinsip yang tidak penuhi secara maksimal.

Kata Kunci : Pencemaran lingkungan, CSR USLP, Unilever Indonesia, Bank Sampah, Kota Surabaya.

ABSTRACT

Nama : Divya Sanjay Bhojwani
Nomor Pokok : 6091801026
Title : The implementation of Unilever's CSR USLP Pillar of the Environment Through the Waste Bank Programme for the City of Surabaya in 2017-2019

Environmental pollution caused by organic trash and B3 waste (Hazardous and Toxic Materials) is not proper asunder at the downstream (bottom) stage by business sector actors. It affects the lifestyle of the middle to lower class people to become poor and unsustainable (sustainable living), including the City of Surabaya. Multinational companies specifically, Unilever Indonesia, begin to heed this issue and improve through the CSR program USLP (Unilever Sustainable Living Plan) Waste Bank under the environmental pillar in the City of Surabaya. The research question written by the author is "how is the implementation of Unilever Indonesia's USLP CSR program for environmental pillars through the Waste Bank program for the city of Surabaya in 2017-2019?". In the process of forming the research, the author uses qualitative research intending to strengthen the analysis of the essay. Unilever Indonesia carries out the obligations for implementing also fulfilling the four CSR principles. Even though there are principles that Unilever Indonesia is not wholly fulfilled.

Keywords : Environmental Pollution, CSR USLP, Unilever Indonesia, Waste Banks, Surabaya City.

KATA PENGANTAR

Penulisan skripsi dengan judul **“Penerapan CSR USLP Unilever Pilar Lingkungan Melalui Program Bank Sampah untuk Kota Surabaya Tahun 2017-2019”** hendak memaparkan mengenai permasalahan lingkungan akibat limbah dan sampah pelaku sektor bisnis yang menjadi sorot perhatian berbagai pihak. Isu lingkungan secara akibat sampah dan limbah industri B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) oleh aktivitas bisnis mencetuskan inovasi Bank Sampah dengan tujuan mengurai sampah agar tidak mencemari lingkungan. Tujuan penulisan skripsi ini agar pelaku sektor bisnis dapat memperhatikan setiap mekanisme aktivitas bisnis hendak dijalankan sehingga tidak berdampak negatif pada lingkungan sekitar. Adapun manfaat yang diperoleh dari skripsi ini yaitu pelaku sektor bisnis, pemerintah, dan masyarakat dapat bersinergi dalam menangani permasalahan lingkungan akibat sampah dan limbah industri B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun).

Penulisan skripsi ini tidak akan berjalan sesuai dengan skema yang telah ditentukan oleh penulis tanpa adanya doa, restu, dan dukungan dari beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

1. Tuhan Yang Maha Esa sebagai pemberi kesempatan dalam hidup saya dalam penulisan skripsi ini.
2. Keluarga, secara khusus alm papa (Sanjay Sham Bhojwani) yang selalu memberikan dukungan baik secara materiil maupun non-materiil sampai akhir hayat. Semoga dengan penyelesaian skripsi ini, you bahagia di alam yang baru. Kepada mama (Lanawati Sanjay Bhojwani) dan nenek (Savitri), saya haturkan terima kasih karena telah bersedia menjadi *support system* setelah papa berpulang.
3. Dosen pembimbing, Mas Pur dan Mba Indri. Saya tidak tahu harus berkata apa. Kalian sangat baik dan sabar menghadapi gejolak emosi saya yang tidak stabil pasca kepergian papa. Tuhan berkati:)
4. Teman-teman lawak saya, Jasmine Putri Azzahra; Mabel Bianda Natalia; dan Christabella Josa Lidya. Saya juga tidak tahu harus berkata apa kepada kalian bertiga. Terima kasih sudah mewarnai hidup saya selama kuliah dan penulisan skripsi ini.

5. Pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak atas bantuannya. Tuhan berkati.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.2.1. Deskripsi Masalah	4
1.2.2. Pembatasan Masalah	9
1.2.3. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.3.1. Tujuan Penelitian	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian	11
1.4. Kajian Literatur	11
1.5. Kerangka Pemikiran	19
1.6. Metode Penelitian	28
1.6.1. Metode Penelitian	28
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data	29
1.7. Sistematika Pembahasan	29
BAB 2 PROFIL PT UNILEVER INDONESIA	31
2.1. Sejarah Unilever Indonesia	31
2.2. Unilever Sustainable Living Plan (USLP) Skala Indonesia	37
2.2.1. Pilar Kesehatan dan Kesejahteraan	38

	vi
2.2.2. Pilar Lingkungan.....	42
2.2.3. Pilar Peningkatan Taraf Hidup.....	49
BAB 3 ANALISIS	51
3.1. Profil Kota Surabaya	51
3.2. Program Bank Sampah Unilever Indonesia	53
3.3. Korelasi Program CSR USLP Bank Sampah Unilever Indonesia Dengan Piramida CSR Archie B. Caroll.....	69
331. Mekanisme Program CSR USLP Dalam Hal Proses Produksi Produk Kebutuhan Hidup Milik Unilever Indonesia di kota Surabaya (Tingkat Ekonomi)	70
332. Penerapan Tatanan Hukum Domestik Oleh Unilever Indonesia Dalam Program CSR USLP Bank Sampah Kota Surabaya (Tingkat Hukum)	72
333. Etika Unilever Indonesia Terhadap Masyarakat Surabaya Terkait Program CSR USLP Bank Sampah (Tingkat Etika).....	76
334. Pemenuhan Kebutuhan Keseharian Masyarakat Kota Surabaya Melalui Program CSR USLP Unilever Indonesia (Tingkat Filantropis)	79
BAB 4 KESIMPULAN.....	83
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Piramida CSR Archie B. Caroll	27
Gambar 2. 2. Alur Ekonomi Sirkular	48
Gambar 3. 1. Peta kota Surabaya	53
Gambar 3. 2. Aktivitas Bank Sampah Makmur Sejahtera Surabaya	58
Gambar 3. 3. Kawasan Sekitar Bank Sampah Makmur Sejahtera Surabaya	59
Gambar 3. 4. Kawasan Sekitar Bank Sampah Mekar Jaya Surabaya	61
Gambar 3. 5. Lukisan Dinding Bank Sampah Mekar Jaya Surabaya	62
Gambar 3. 6. Kawasan Sekitar Bank Sampah Rose Surabaya.....	66
Gambar 3. 7. Kawasan Sekitar Bank Sampah Tuwowo Berseri Surabaya	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Isu lingkungan merupakan salah satu permasalahan krusial di berbagai penjuru dunia baik negara maju maupun berkembang. Permasalahan tersebut kerap kali dipandang sebelah mata oleh banyak pihak tidak terkecuali oleh pelaku sektor bisnis. Pelaku sektor bisnis merupakan salah satu elemen dengan peranan besar dalam siklus perekonomian domestik maupun internasional. Dewasa ini, berbagai permasalahan lingkungan yang timbul pada masyarakat sekitar bermula dari kegiatan operasional bisnis. Hal tersebut ditunjukkan pada bagian hilir dimana perusahaan memproduksi produk kebutuhan sehari-hari akan tetapi sisa bahan atau sampah yang dihasilkan tidak diperhitungkan dengan baik.

Perkembangan dan inovasi berbagai model bisnis dalam waktu yang singkat dilakukan oleh berbagai perusahaan multinasional secara khusus yaitu Unilever Indonesia. Perusahaan multinasional raksasa tersebut telah menyusun serta menerapkan prinsip CSR melalui *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) sejak tahun 2010. Program CSR yang dimiliki oleh Unilever tidak serta-merta hadir tanpa sebuah parameter melainkan berdasarkan tiga (3) pilar utama yaitu *improving health and well-being, reducing environmental impact, dan enhancing livelihoods*.¹ Ketiga pilar dalam program CSR USLP memiliki korelasi erat antara aktivitas bisnis dengan lingkungan kehidupan masyarakat sebagai tempat hunian seluruh makhluk hidup.

¹“Sustainable Living,” *Unilever*, <https://www.unilever.co.id/en/sustainable-living/> (diakses pada 9 April 2021)

Produk yang dihasilkan dari kegiatan operasional atau pada aliran hilir Unilever Indonesia turut memberikan dampak buruk terhadap lingkungan sekitar tanpa memperhatikan siklus daur ulang dan pemisahan sampah maupun limbah pabrik.² Unilever menyadari bahwa isu lingkungan menjadi salah satu permasalahan krusial di dunia tidak terkecuali dengan kota Surabaya sebagai Ibukota dari Provinsi Jawa Timur. Salah satu solusi yang dicetuskan oleh Unilever Indonesia dalam menangani isu tersebut adalah melalui program CSR USLP Bank Sampah dalam pilar lingkungan bertempat di kota Surabaya pada tahun 2001 dan terus berkembang sampai dengan saat ini. Program CSR USLP Bank Sampah berfokus pada pengumpulan dan pengolahan sampah secara kolektif oleh masyarakat sekitar untuk mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan.³

Penerapan program Bank Sampah Unilever dalam CSR USLP berhasil menciptakan 3.859 unit bank sampah dengan skala nasional atau Indonesia sampai pada tahun 2019 tidak terkecuali kota Surabaya.⁴ Kegiatan Bank Sampah yang dilaksanakan oleh Unilever memberikan dampak positif terhadap lingkungan sekitar. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui pembuatan komposter komunal dengan bahan dasar dari sampah organik seperti sisa makanan dan organisme (daun kering).⁵ Kompos bahan dasar organik akan diberikan kepada masyarakat sekitar

²“Stop Jadi Tukang Tadah Sampah: Aktivis Lingkungan Ingatkan Jokowi,” *Nexus3 Foundation*, Juni 25, 2019, <https://www.nexus3foundation.org/single-post/2019/06/26/Stop-jadi-tukang-tadah-sampah-aktivis-lingkungan-ingatkan-jokowi> (diakses pada 22 Desember 2021)

³“Bank Panduan Sistem Bank Sampah & 10 Kisah Sukses,” *Yayasan Unilever Indonesia*, 2013, hlm. 1-5, https://www.unilever.co.id/id/Images/buku-panduan-sistem-bank-sampah-10-kisah-sukses-ina-id_tcm1310-514974_id.pdf (diakses pada 15 Oktober 2021)

⁴“Sustainability Report 2019,” *Unilever Indonesia*, hal. 3, 2019, https://www.unilever.co.id/id/Images/sustainability-report-2019_tcm1310-553296_1_id.pdf (diakses pada 15 Oktober 2021)

⁵“Buku Panduan Sistem Bank Sampah & 10 Kisah Sukses.” *Yayasan Unilever Indonesia*. 2013. hal. 1-5. https://www.unilever.co.id/id/Images/buku-panduan-sistem-bank-sampah-10-kisah-sukses-ina-id_tcm1310-514974_id.pdf (diakses pada 15 Oktober 2021)

dan petani salah satunya oleh Bank Sampah Unilever Surabaya untuk menjaga eksistensi alam dari bahan kimia.⁶

Unilever Pabrik Rungkut Surabaya telah menjalin kerja sama dengan beberapa pihak seperti Ornop (Organisasi Non-Pemerintah) setempat, ritel sampai dengan Pemerintah kota Surabaya. Secara tidak langsung, Unilever beserta pihak terkait telah melaksanakan berbagai upaya guna menangani permasalahan lingkungan. Hal tersebut dimulai dari pembentukan bank sampah, mematuhi PERDA mengenai limbah industri B3 sampai dengan pemberian edukasi sekaligus penyaluran bantuan barang ramah lingkungan kepada masyarakat sekitar.⁷ Kerja sama serta keterlibatan Unilever Indonesia dan pihak terkait (pemerintah dan masyarakat setempat) dapat merealisasikan program CSR USLP Bank Sampah.

Eksistensi program CSR yang dimiliki oleh perusahaan multinasional salah satunya Unilever Indonesia perlu untuk ditinjau lebih lanjut baik oleh pelaku sektor bisnis, pemerintah, dan masyarakat akan tujuan yang hendak dicapai. Keterlibatan pihak terkait (pemerintah dan masyarakat setempat) serta sikap sukarela pelaku sektor bisnis menjadi kunci dalam pelaksanaan program CSR USLP Bank Sampah.⁸ Apabila keempat prinsip CSR tersebut dapat dipenuhi, maka tujuan dari pelaksanaan program CSR USLP Bank Sampah dalam mengurangi pencemaran lingkungan di kota Surabaya dapat tercapai. Kondisi sebaliknya yang akan terjadi bila keempat prinsip CSR (ekonomi, hukum, etika, dan filantropis) tidak dapat

⁶“Sustainability Report 2018,” *Unilever Indonesia*, hal. 29, 2018, https://www.unilever.co.id/id/Images/sustainability-report-2019_tcm1310-553296_1_id.pdf (diakses pada 12 Oktober 2021)

⁷“Dunia Bersih Dari Sampah,” *Unilever Indonesia*, <https://www.unilever.co.id/planet-and-society/aksi-nyata-kami/dunia-yang-bersih-dari-sampah/> (diakses pada 15 Oktober 2021)

⁸Amy S. Rahayu, “Corporate Social Responsibility (CSR) Antara Ethics-Perilaku Organisasi-Responsibility Dan Penerapannya Di Organisasi Pemerintah,” *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol 6 No. 2 (2009): 67, <https://e-jurnal.peraturan.go.id/index.php/jli/article/download/320/205> (diakses pada 24 Desember 2021)

dipenuhi maka akan merusak citra pelaku sektor bisnis dengan sebutan (*labelling*) *greenwashing* atau prinsip lingkungan hijau namun tidak direalisasikan dalam aktivitas bisnis.⁹

1.2. Identifikasi Masalah

1.2.1. Deskripsi Masalah

Perusahaan multinasional dituntut untuk menerapkan prinsip-prinsip CSR mulai dari tanggung jawab aspek ekonomi sampai dengan tahapan paling tinggi yaitu filantropis. Sektor bisnis diharapkan tetap menjalankan aktivitas bisnis dan mendapatkan profit (*profitable*) (prinsip ekonomi).¹⁰ Kehadiran hukum atau aturan internasional maupun domestik seperti Perpres, Perda, dan Perwal harus dipenuhi serta dilaksanakan oleh pelaku sektor bisnis (prinsip hukum).¹¹ Tatakrama, merupakan nilai etika yang wajib diperhatikan dan ditaati oleh pelaku sektor bisnis saat menjalankan aktivitas bisnis (prinsip etika).¹² Pemberiaan bantuan secara sukarela dalam bentuk donasi sampai dengan pelaksanaan aktivitas secara kolektif oleh pelaku sektor bisnis (prinsip filantropis).¹³ Hal tersebut ditujukan sebagai bentuk komitmen atau tanggung jawab untuk membantu secara utuh terhadap masyarakat sekitar serta pemerintah daerah tersebut.

⁹Lumen Learning, "Business Ethics and Corporate Social Responsibility: Corporate Social Responsibility," <https://courses.lumenlearning.com/wmopen-introbusiness/chapter/corporate-social-responsibility/> (diakses pada 24 Desember 2021)

¹⁰Archie B. Carroll, "Carroll's Pyramid of CSR: Taking Another Look," *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Vol. 1, No.3 (2016): 3, <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6> (diakses pada 24 Desember 2021)

¹¹ibid.

¹²ibid.

¹³ibid, 4.

Prinsip CSR tidak mampu direalisasikan oleh pelaku sektor bisnis tanpa adanya bantuan maupun kerja sama dengan pemerintah setempat serta masyarakat. Apabila pelaku sektor bisnis bertindak sewenang-wenang tanpa mengindahkan mekanisme prinsip CSR, maka penerapan CSR dikatakan tidak berhasil.¹⁴ Volkswagen, salah satu perusahaan multinasional dalam bidang otomotif tidak mampu menjalankan prinsip-prinsip CSR seperti seharusnya.¹⁵ Berdasarkan fakta yang beredar, Volkswagen tetap melaksanakan kegiatan operasional bisnis seperti sedia kala tanpa memperhatikan situasi sekitar.¹⁶ Tindakan tersebut menimbulkan berbagai permasalahan baru baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap lingkungan masyarakat daerah sekitar.

Pada umumnya, sektor bisnis hanya mampu menjalankan prinsip dasar dalam CSR yaitu ekonomi dan beberapa poin dalam prinsip kedua yaitu hukum.¹⁷ Akan tetapi, sektor bisnis tidak mengindahkan prinsip ketiga (prinsip etika) dan keempat (prinsip filantropis) dimana tahapan tersebut kerap kali sukar untuk direalisasikan.¹⁸ Sektor bisnis menilai prinsip ketiga dan keempat berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan atau melakukan bantuan

¹⁴Redaksi OCBC NISP, "Apa itu CSR – Ini Manfaat, Jenis, dan Besar Nominalnya," *OCBC NISP*, Juni 21, 2021, <https://www.ocbcnisp.com/en/article/2021/06/21/csr-adalah> (diakses pada 22 Desember 2021)

¹⁵Enrique Dans, "Volkswagen And The Failure of Corporate Social Responsibility," *Forbes*, September 27, 2015, <https://www.forbes.com/sites/enriquedans/2015/09/27/volkswagen-and-the-failure-of-corporate-social-responsibility/?sh=779bc5594405> (diakses pada 15 November 2021)

¹⁶ibid.

¹⁷Christina A. Cedillo Torres, Mercedes Garcia-French, Rosemarie Hordijk, Kim Nguyen, dan Lana Olup, "Four Case Studies on Corporate Social Responsibility: Do Conflicts Affect a Company's Corporate Social Responsibility Policy?," *Utrecht Law Review*, Vol. 8 Issue. 3 (2012): 52, 68-70, <https://www.utrechtlawreview.org/articles/10.18352/ulr.205/galley/203/download/> (diakses pada 24 Desember 2021)

¹⁸ibid.

bagi masyarakat sekitar. Apabila sektor bisnis tidak mampu menjalankan seluruh prinsip CSR, maka permasalahan baru baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap lingkungan sekitar akan timbul.

Permasalahan lingkungan menjadi salah satu isu yang timbul dari aktivitas bisnis dimana sisa-sisa limbah pabrik yang dihasilkan mengandung berbagai jenis zat yang tidak diolah dengan baik. Kota Surabaya menjadi sorot perhatian banyak pihak akibat permasalahan lingkungan yang dimana tercatat sebesar 1.717.440 kg/hari tumpukan sampah pada tahun 2017.¹⁹ Apabila hal tersebut tidak dilaksanakan sesuai dengan mekanisme yang berlaku, maka limbah dan sampah dari produksi perusahaan akan berubah menjadi zat beracun yang masuk ke dalam tanah. Zat kimia beracun tersebut lalu akan merusak siklus alam yang memproduksi air, udara dan lain-lain. Secara tidak langsung, kehidupan masyarakat sekitar tidak terkecuali di kota Surabaya terimbas dari aktivitas bisnis tersebut sehingga akan berdampak terhadap terciptanya kehidupan layak dan berkelanjutan.

Kehadiran Unilever Indonesia dan program CSR USLP secara khusus Bank Sampah pada pilar lingkungan untuk kota Surabaya memiliki reputasi baik terhadap aspek lingkungan. Fakta tersebut dicantumkan dalam “*Unilever Annual Report 2017*” dimana Unilever Indonesia selaku perusahaan multinasional berhasil menurunkan gas

¹⁹Drs. Dwi Atmoko Sektiawan, MT., “Ringkasan Eksekutif: Dokumen Informasi Kinerja Pengelolaan Lingkungan Hidup Daerah Provinsi Jawa Timur Tahun 2017,” *Dinas Lingkungan Hidup Provinsi Jawa Timur*, 2017: 11, <https://jatimprov.go.id/ppid/uploads/berkasppid/IKPLHD%20Jawa%20Timur%202017%20-%20Ringkasan%20Eksekutif%20-%20Final.pdf> (diakses pada 10 November 2021)

emisi hasil produksi sebesar 103.048 ton produk.²⁰ Adapun fakta lain yaitu Unilever Indonesia (Pabrik Rungkut di kota Surabaya) berhasil memperoleh angka tertinggi dengan indikator ISO 14001 dan mematuhi tujuh (7) parameter EPR (*Environmental Performance Report*).²¹ EPR (*Environmental Performance Report*) merupakan salah satu parameter yang ditujukan kepada pelaku sektor bisnis untuk melakukan evaluasi akan aktivitas bisnisnya. Parameter yang tertuang dalam EPR berkaitan pada aspek lingkungan hidup dimulai dari kebutuhan oksigen kimia (COD), limbah bahan berbahaya dan beracun (B3) sampai limbah non B3.²² Keberhasilan pengolahan limbah industri B3 (bahan berbahaya dan beracun) dan sampah tidak hanya terlihat melalui evaluasi tujuh (7) Parameter EPR. Kehadiran program CSR USLP Bank Sampah serta kerja sama dengan PDU (Pusat Daur Ulang) Jambangan, Jawa Timur tahun 2017 dijadikan sebagai tempat daur ulang sampah plastik di kota Surabaya serta bukti konkret Unilever Indonesia mengindahkan isu lingkungan.²³

Penerapan program CSR USLP oleh Unilever Indonesia dapat dikatakan lebih berhasil ketimbang perusahaan multinasional lainnya seperti Coca Cola, Volkswagen, Canon, dan Apple.²⁴ Kunci dari keberhasilan program CSR USLP Unilever Indonesia terlihat pada

²⁰Sustainability Report 2017,” *Unilever Indonesia*, hal. 54-55, 2017, https://www.unilever.co.id/id/Images/sustainability-report-2017-id--diperbarui-04-feb-2020-tcm1310-527709_1_id.pdf (diakses pada 12 Oktober 2021)

²¹ibid.

²²ibid.

²³“Unilever Dukung Kali Surabaya Bebas Sampah Lewat Program Konservasi dan Edukasi,” *Unilever Indonesia*, Januari 10, 2018, <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2018/cfas-kali-surabaya/> (diakses pada 13 Januari 2022)

²⁴Jon Burchell, *The Corporate Social Responsibility Reader*, 1st ed, (London: Routledge, Oktober 28, 2020), 237, <https://doi.org/10.4324/9781003060857> (diakses pada 24 November 2021)

pemenuhan prinsip etika dan filantropi serta tidak menerapkan prinsip *greenwashing* dalam programnya tidak terkecuali Bank Sampah.²⁵ Kehadiran program CSR Bank Sampah merupakan ajang pembuktian bagi Unilever Indonesia dimana program sederhana tersebut mampu menjangkau dan memenuhi keempat prinsip CSR.²⁶ Kerja sama yang dilakukan oleh Unilever Indonesia dengan tidak berhenti pada skala kota atau kabupaten. Program Bank Sampah Unilever turut menjangkau skala terkecil seperti RT (Rukun Tetangga), RW (Rukun Warga), dan TP-PKK (Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga) dalam upaya memenuhi dua prinsip terakhir dimana sulit dilakukan.²⁷

Unilever Indonesia sebagai salah satu perusahaan multinasional terbesar di dunia memiliki alasan dasar dalam memilih daerah penerapan CSR USLP melalui program Bank Sampah yaitu kota Surabaya. Alasan tersebut terbagi menjadi dua (2) yaitu sikap peduli dan bertanggung jawab Unilever Indonesia terhadap permasalahan lingkungan ketimbang perusahaan multinasional lain serta volume sampah harian kota Surabaya yang mencapai angka di atas 1.700.000. Peristiwa yang menimpa salah satu perusahaan multinasional, Volkswagen, menunjukkan sikap tidak bertanggung jawab terhadap permasalahan lingkungan akibat aktivitas bisnisnya

²⁵“Dunia Bersih Dari Sampah,” *Unilever Indonesia*, <https://www.unilever.co.id/planet-and-society/aksi-nyata-kami/dunia-yang-bersih-dari-sampah/> (diakses pada 15 Oktober 2021)

²⁶“Meningkatkan Kesejahteraan Planet,” *Unilever Indonesia*, <https://www.unilever.co.id/planet-and-society/unilever-indonesia-foundation/meningkatkan-kesehatan-planet/> (diakses pada 24 Desember 2021)

²⁷ibid.

dan hanya mengedepankan profit selaras dengan prinsip *greenwashing* hal tersebut tidak serupa dengan Unilever Indonesia.²⁸ Bentuk kepedulian Unilever Indonesia terhadap permasalahan lingkungan ditunjukkan dalam penerapan CSR USLP melalui penyediaan Bank Sampah di kota Surabaya. Surabaya sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia dihadapkan dengan permasalahan lingkungan dimana tercatat volume sampah harian kota Surabaya pada tahun 2017 sebesar 1.717.440 kg/hari.²⁹ Oleh karena itu, Unilever Indonesia memilih kota Surabaya dalam menerapkan CSR USLP dengan tujuan mengurangi permasalahan lingkungan (volume sampah harian) melalui program Bank Sampah.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Pada pembatasan masalah yang akan diangkat oleh penulis mengacu pada tenggat waktu, aktor yang terlibat, lokasi, dan rangkaian peristiwa mengenai penerapan program CSR USLP Bank Sampah dalam Pilar Lingkungan untuk kota Surabaya tahun 2017-2019. Sebagai salah satu perusahaan multinasional yang bergerak dalam bidang kebutuhan keseharian, Unilever Indonesia mengindahkan permasalahan lingkungan dan mencetuskan program Bank Sampah. Penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada tahun 2017 sampai 2019 dikarenakan Unilever Indonesia melakukan perubahan

²⁸Enrique Dans, "Volkswagen And The Failure of Corporate Social Responsibility," *Forbes*, September 27, 2015, <https://www.forbes.com/sites/enriquedans/2015/09/27/volkswagen-and-the-failure-of-corporate-social-responsibility/?sh=779bc5594405> (diakses pada 15 November 2021)

²⁹Drs. Dwi Atmoko Sektiawan, MT., "Ringkasan Eksekutif: Dokumen Informasi Kinerja Pengelolaan Lingkungan Hidup Daerah Provinsi Jawa Timur Tahun 2017," *Dinas Lingkungan Hidup Provinsi Jawa Timur*, 2017: 11, <https://jatimprov.go.id/ppid/uploads/berkasppid/IKPLHD%20Jawa%20Timur%202017%20-%20Ringkasan%20Eksekutif%20-%20Final.pdf> (diakses pada 10 November 2021)

penanganan mengenai permasalahan lingkungan di kota Surabaya ketimbang tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2017, Unilever Indonesia menjalin kerja sama dengan PDU (Pusat Daur Ulang) Jambangan, Jawa Timur di kota Surabaya sebagai pusat pengolahan sampah untuk dijadikan komposter komunal bagi petani.³⁰ Unilever Indonesia melakukan perubahan secara masif dalam menangani permasalahan lingkungan dalam kurun waktu dua (2) tahun (tahun 2017-2019) dengan menambah jumlah Bank Sampah dan dropbox melalui mitra.³¹

1.2.3. Perumusan Masalah

Perkembangan perusahaan multinasional beserta timbulnya berbagai permasalahan baru dalam kehidupan secara khusus lingkungan memberikan kesimpulan bagi penulis untuk membentuk sebuah rumusan masalah yaitu **“Bagaimana penerapan program CSR USLP Unilever Indonesia Pilar Lingkungan melalui program Bank Sampah untuk kota Surabaya tahun 2017-2019?”**

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Program CSR USLP Bank Sampah Unilever Indonesia bertujuan mengurangi pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh sampah dan limbah industri B3 (bahan berbahaya dan beracun)

³⁰“Unilever Dukung Kali Surabaya Bebas Sampah Lewat Program Konservasi dan Edukasi,” *Unilever Indonesia*, Januari 10, 2018, <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2018/cfas-kali-surabaya/> (diakses pada 13 Januari 2022)

³¹Feri Irawan Hidayat, “Unilever-Hypermart Ajak Konsumen Untuk Memilah Sampah,” *Berita Satu*, Desember 2, 2017, <https://www.beritasatu.com/nasional/466491/unilever-hypermart-ajak-konsumen-untuk-memilah-sampah> (diakses pada 26 November 2021)

dari aktivitas bisnis. Keterlibatan pemerintah dan masyarakat setempat turut menyertai proses penerapan program CSR USLP Bank Sampah Unilever Indonesia di kota Surabaya. Penulis hendak memaparkan proses penerapan program CSR USLP Bank Sampah di kota Surabaya dimulai dari prinsip ekonomi sampai dengan filantropis. Pemaparan proses bergulirnya program CSR USLP Bank Sampah milik Unilever Indonesia sedikit banyaknya berdampak pada pihak terkait baik pada masa sekarang maupun akan datang.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan kepada seluruh pihak terkait da (pelaku sektor bisnis, pemerintah, dan masyarakat) dalam penelitian ini untuk dapat mengindahkan akan permasalahan lingkungan sekitar melalui program CSR USLP Bank Sampah. Selain itu, penulis mengharapkan kepada instansi kawasan untuk melanjutkan dan mengembangkan program Bank Sampah milik Unilever Indonesia kepada masyarakat sekitar. Penulis meletakkan harapan mengenai penerapan program CSR untuk dilakukan oleh para pelaku sektor bisnis agar memperhatikan akan permasalahan pada masyarakat kelas menengah ke bawah. Adapun kegunaan lain dari penelitian ini sebagai syarat kelulusan dalam Tugas Akhir (skripsi).

1.4. Kajian Literatur

Pada umumnya, perusahaan multinasional atau MNCs menerapkan prinsip-prinsip CSR sebagai tanda kepedulian kepada masyarakat didukung

dengan program-program sesuai permasalahan yang ada.³² Dewasa ini, perusahaan multinasional tidak hanya menerapkan prinsip CSR melainkan penerapan dari poin-poin aspek lingkungan hijau.³³ Penerapan prinsip tersebut ditujukan sebagai sikap tanggung jawab akan dampak buruk yang telah diberikan baik secara sadar maupun tidak sadar kepada lingkungan sekitar perusahaan tersebut. Korelasi kedua hal tersebut tertuang dalam pandangan dari para ahli yang menilai adanya kesinambungan antara penerapan CSR oleh perusahaan secara khusus MNCs dengan nilai-nilai lingkungan hijau.

Pandangan pertama mengenai pentingnya penerapan CSR dalam suatu perusahaan dengan tetap memperhatikan aspek lingkungan dikemukakan oleh Je, drzej George Frynas dan Siân Stephens dalam jurnal berjudul “*Political Corporate Social Responsibility: Reviewing Theories and Setting New Agendas*”³⁴ Je, drzej dan Siân memaparkan bahwa **penerapan CSR sedikit banyaknya mempengaruhi aktivitas perusahaan serta memilih untuk menggunakan metode-metode tradisional (*lobbying*) dalam melibatkan pihak-pihak tertentu dalam menyelesaikan permasalahan yang ada secara khusus isu lingkungan.**³⁵

Perusahaan multinasional dituntut mampu merencanakan dan menerapkan

³²Appel Mahmud, Donghong Ding, Ataulah Kiani, dan Md. Morshadul Hasan, “*Corporate Social Responsibility Programs and Community Perceptions of Societal Progress in Bangladesh: A Multimethod Approach*,” *SAGE Open*, Vol. 10 Issue 2 (2020): 3, <https://doi.org/10.1177%2F2158244020924046> (diakses pada 26 Desember 2021)

³³S.M. Shafiul Alam dan K.M. Zahidul Islam, “*Examining The Role of Environmental Corporate Social Responsibility in Building Green Corporate Image and Green Competitive Advantage*,” *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Vol.6 No. 8 (2021): 1-3, <https://doi.org/10.1186/s40991-021-00062-w> (diakses pada 26 Desember 2021)

³⁴George Frynas dan Siân Stephens, “*Political Corporate Social Responsibility: Reviewing Theories and Setting New Agendas*,” *International Journal of Management Reviews*, Vol. 17 (2015): 484-485, <https://core.ac.uk/download/pdf/334799799.pdf> (diakses pada 12 April 2021)

³⁵ibid.

metode khusus pada saat mendirikan perusahaan di luar dari penerapan prinsip-prinsip CSR. Hal tersebut dikarenakan sedikit banyaknya perusahaan atau sektor bisnis akan bersinggungan dengan beberapa aktor serta akan berdampak terhadap lingkungan.³⁶ Penerapan prinsip CSR dinilai sebagai tanda tanggung jawab dan peduli akan situasi dan kondisi yang terjadi pada masyarakat sekitar secara khusus lingkungan sebagai tempat tinggalnya. Dengan kata lain, pelaku sektor bisnis mampu untuk memberikan tanggung jawab secara utuh mulai dari tanggung jawab ekonomi sampai dengan filantropis.

Pandangan kedua dikemukakan oleh Nik Ramli Nik Abdul Rashid, Nor Irwani Abdul Rahman, dan Shaiful Annuar Khalid dalam jurnal berjudul "*Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR) as a Strategic Marketing Initiatives*". Nik Ramli dan rekan-rekan menjelaskan bahwa **keputusan perusahaan secara khusus perusahaan multinasional dalam menerapkan prinsip CSR sedikit banyaknya mempengaruhi aktivitas lingkungan sekitar.**³⁷ Prinsip CSR dinilai sebagai kerangka dasar atau landasan fundamental yang harus mampu diterapkan dengan baik oleh sektor bisnis dalam menjalin relasi dengan pihak terkait. Siklus dari pihak terkait (pemerintah dan masyarakat) memiliki dampak signifikan terhadap situasi kondisi dari lingkungan sekitar. Penerapan prinsip CSR secara

³⁶Pernyataan serupa dapat dilihat dari buku yang ditulis oleh Archie Negi dan rekan-rekan (Archie Negi, Jose Antonio Perez-Pineda, dan Johannes Blankenbach, *Sustainability Standards and Global Governance: Experiences of Emerging Economies*, (Singapura: Springer, Juli 3, 2020), <https://doi.org/10.1007/978-981-15-3473-7> (diakses pada 26 Desember 2021))

³⁷Nik Ramli Nik Abdul Rashid, Nor Irwani Abdul Rahman, dan Shaiful Annuar Khalid, "Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR) as a Strategic Marketing Initiatives," *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, Vol. 130 (2014): 501-502, <https://core.ac.uk/download/pdf/82395335.pdf> (diakses pada 12 April 2021)

khusus pada poin *philanthropy* sebagai tanggung jawab tertinggi dalam piramida CSR dijadikan sebagai tolok ukur kegiatan operasional dari aktivitas bisnis.

Pandangan ketiga dikemukakan oleh Carroll A. Tilt dalam jurnal berjudul “*Corporate Social Responsibility Research: The Importance of Context*”. Carroll memiliki pandangan dengan fokus pada **tahapan-tahapan dalam prinsip CSR yang diterapkan oleh perusahaan merupakan suatu proses mengenali setiap permasalahan, kebutuhan serta situasi kondisi terjadi dalam masyarakat sekitar baik vital maupun non-vital salah satunya lingkungan.**³⁸ Aktivitas operasional yang dijalankan oleh elemen-elemen perekonomian secara khusus perusahaan sedikit banyaknya memberikan pengaruh terhadap aspek lain. Dengan kata lain, prinsip dasar CSR yaitu tanggung jawab pada aspek ekonomi akan terus berkelanjutan sampai dengan prinsip tertinggi. Perhitungan yang tepat dan fondasi kuat merupakan salah satu hal utama bagi perusahaan untuk tidak memberikan dampak buruk terhadap aspek lainnya. Berpedoman pada poin-poin SDGs, perusahaan mampu merealisasikan prinsip CSR serta memahami kondisi pada masyarakat sekitar.

Pandangan keempat dikemukakan oleh Sri Widyastuti, Muhammad Said, Safitri Siswono, dan Dian Andi Firmansyah dalam jurnal berjudul “*Customer Trust through Green Corporate Image, Green Marketing Strategy, and Social Responsibility: A Case Study*”. Sri dan rekan-rekan

³⁸Carroll A. Tilt, “Corporate Social Responsibility Research: The Importance of Context,” *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Vol. 1, No. 2 (2016): 2-3, <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0003-7> (diakses pada 12 April 2021)

menegaskan akan **peningkatan rasa kepedulian atau sikap empati dari perusahaan secara khusus yang telah memberikan dampak buruk terhadap situasi kondisi lingkungan sekitar melalui program-program bantuan berlandaskan kehidupan berkelanjutan (*sustainable*) secara khusus prinsip CSR.**³⁹ Perusahaan dituntut untuk mampu memproduksi barang-barang kebutuhan sehari-hari berbasis lingkungan hijau dan menjalankan nilai-nilai lingkungan tanpa hanya mengedepankan profit atau keuntungan dari kegiatan operasional yang dilaksanakan. Oleh karena itu, alur komunikasi antar elemen-elemen terkait yaitu perusahaan atau bisnis, pemerintah, dan masyarakat harus berjalan dengan baik. Apabila ketiga pihak tersebut bersinergi, lingkungan hijau dapat diperoleh oleh generasi selanjutnya dan tercipta pola hidup berkelanjutan.

Pandangan kelima dituliskan oleh Joana Castro Pereira dalam jurnal yang berjudul "*Environmental issues and international relations, a new global (dis)order – the role of International Relations in promoting a concerted international system*". Joana menekankan bahwa **permasalahan lingkungan merupakan salah satu isu krusial dan menjadi bagian dari isu keamanan dunia yang dapat mengancam instabilitas politik maupun ekonomi dunia.**⁴⁰ Permasalahan lingkungan timbul akibat konstelasi politik yang terjadi pada tingkat internasional perlahan

³⁹Sri Widyastuti, Muhammad Said, Safitri Siswono, dan Dian Andi Firmansyah, "Customer Trust through Green Corporate Image, Green Marketing Strategy, and Social Responsibility: A Case Study," *European Research Studies Journal*, Vol. XXII, No. 2 (2019): 84-85, <https://www.ersj.eu/journal/1427/download> (diakses pada 14 April 2021)

⁴⁰Joana Castro Pereira, "Environmental issues and international relations, a new global (dis)order – the role of International Relations in promoting a concerted international system," *Revista Brasilia de Politica Internacional*, Vol. 58, No. 1, (2015): 194-198, <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7329201500110> (diakses pada 16 Januari 2022)

mempengaruhi seluruh tingkatan masyarakat (pelaku sektor bisnis sampai masyarakat).⁴¹ Ketidaksiharian pihak terkait (pemerintah dan pelaku sektor bisnis) untuk menangani permasalahan lingkungan melalui program CSR akan mempengaruhi permasalahan lain dalam kehidupan di luar dari ekonomi maupun politik (seperti kesehatan sampai pendistribusian kebutuhan harian bagi masyarakat).⁴²

Pandangan keenam dicetuskan oleh Lucia Gatti, Peter Seele, dan Lars Rademacher dalam jurnal berjudul “*Grey Zone in – Greenwash out. A Review of Greenwashing Research and Implication for the Voluntary-Mandatory Transition of CSR*” bertolak belakang dengan pandangan lainnya. Lucia Gatti dan rekan-rekan mengungkapkan mengenai **situasi pelaku sektor bisnis dewasa ini lebih memilih untuk menerapkan prinsip *greenwashing* ketimbang CSR dalam aktivitas bisnisnya.**⁴³ Prinsip perusahaan hijau yang dilekatkan kepada pelaku sektor bisnis kerap kali disalahartikan dalam aktivitas bisnis dan dijadikan pelindung program CSR kepada masyarakat sekitar (*greenwashing*).⁴⁴ Pelaku sektor bisnis memutuskan untuk menerapkan prinsip *greenwashing* ketimbang CSR didukung oleh berbagai faktor seperti profit aktivitas bisnis, reputasi sektor bisnis sampai dampak jangka panjang terhadap kehidupan masyarakat

⁴¹ibid, 195.

⁴²ibid, 196.

⁴³Lucia Gatti, Peter Seele, dan Lars Rademacher dalam jurnal berjudul “*Grey Zone in – Greenwash out. A Review of Greenwashing Research and Implication for the Voluntary-Mandatory Transition of CSR*,” *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Vol. 4 No. 6 (2019): 1-2, <https://doi.org/10.1186/s40991-019-0044-9> (diakses pada 26 November 2021)

⁴⁴Pernyataan serupa dapat dilihat dari jurnal yang ditulis oleh Menno D.T. de Jong dan rekan-rekan (Menno D.T. de Jong, Gabriel Huluba, dan Ardion D. Beldad, “*Different Shades of Greenwashing: Consumers Reactions to Environmental Lies, Half-Lies, and Organizations Taking Credit for Following Legal Obligations*,” *Journal of Business and Technical Communication*, Vol. 34 Issue. 1 (2019): 1-3, <https://doi.org/10.1177%2F1050651919874105> (diakses pada 26 November 2021))

sekitar.⁴⁵ Sejatinya, kehadiran prinsip CSR yang ditujukan kepada pelaku sektor bisnis sebagai bentuk tanggung jawab untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi di masyarakat sekitar serta mendukung hidup keberlanjutan (*sustainable living*).⁴⁶ Prinsip *greenwashing* dapat mencerminkan sikap pelaku sektor bisnis yang tidak mengindahkan situasi dan kondisi masyarakat sekitar (kalangan menengah ke bawah).⁴⁷

Pandangan ketujuh dikemukakan oleh Bentley Allan, Joanna I. Lewis, dan Thomas Oatley dalam jurnal yang berjudul “*Green Industrial Policy and the Global Transformation of Climate Politics*”. Bentley dan rekan-rekan **memfokuskan pandangan terkait permasalahan lingkungan yang timbul akibat kehadiran sistem internasional berdampak pada pola perilaku tidak ramah lingkungan dan melekat kepada pemerintah serta pelaku sektor bisnis.**⁴⁸ Penerapan model bisnis *green industry* bagi pelaku sektor bisnis tidak serta-merta mampu menurunkan tingkat pencemaran lingkungan di dunia maupun daerah akibat ketidakmampuan bisnis untuk mengolah sampah di bagian hilir.⁴⁹ Seluruh pihak terkait (pemerintah, pelaku sektor bisnis, dan masyarakat) harus

⁴⁵ibid.

⁴⁶Pernyataan serupa dapat dilihat dari buku yang ditulis oleh Federica Balluchi (Federica Balluchi, Arianna Lazzini, dan Riccardo Torelli, *CSR and Greenwashing: A Matter of Perception in the Search of Legitimacy*, (Cham: Springer, April 1, 2020), <https://doi.org/10.1007/978-3-030-41142-8> (diakses pada 26 Desember 2021))

⁴⁷Pernyataan serupa dapat dilihat dari jurnal yang ditulis oleh Menno D.T. de Jong (Menno D.T. de Jong, Karen M. Harkink, dan Susanne Barth, “Making Green Stuff? Effects of Corporate Greenwashing on Consumers,” *Journal of Business and Technical Communication*, Vol. 32 Issue 1 (2017): 22-24, <https://doi.org/10.1177%2F1050651917729863> (diakses pada 26 Desember 2021))

⁴⁸Bentley Allan, Joanna I. Lewis, dan Thomas Oatley, “Green Industrial Policy and the Global Transformation of Climate Politics,” *Global Environmental Politics*, Vol. 21, No. 4 (2021): 9, https://doi.org/10.1162/glep_a_00640 (diakses pada 16 Januari 2022)

⁴⁹ibid.

menjalin kerja sama dimana terikat dalam rezim internasional mengenai permasalahan lingkungan agar tidak menimbulkan permasalahan baru (*domino effect*).⁵⁰

Pandangan kedelapan dituliskan oleh Susanne Jakobsen dalam jurnal yang berjudul “*International Relations and Global Environmental Change: Review of the Burgeoning Literature on the Environment*”. Susanne menekankan akan **permasalahan lingkungan yang timbul berasal dari kegagalan pemberlakuan rezim internasional oleh pemerintah dunia melalui perjanjian internasional**.⁵¹ Pemerintah dan pelaku sektor bisnis hanya mementingkan profit dari aktivitas bisnis dengan tujuan untuk mempertahankan pergerakan roda perekonomian di pasar tanpa mengindahkan dampak terhadap lingkungan.⁵² Maka dari itu, kesinambungan antara unsur politik serta ekonomi yang dijalankan oleh pemerintah maupun pelaku sektor bisnis menjadi kunci utama agar tidak berdampak pada kehidupan masyarakat dan menjadi faktor penghambat pertumbuhan ekonomi negara.⁵³

Prinsip CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan bentuk tanggung jawab pelaku sektor bisnis kepada masyarakat sekitar yang dilakukan secara sukarela tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Kehadiran dari prinsip CSR yang dijalankan oleh pelaku sektor bisnis untuk membantu pemerintah menyelesaikan permasalahan di masyarakat sekitar

⁵⁰ibid, 3.

⁵¹Susanne Jakobsen, “International Relations and Global Environmental Change: Review of the Burgeoning Literature on the Environment,” *Cooperation and Conflict*, Vol. 34 No. 2 (1999): 211.

⁵²ibid.

⁵³ibid, 212.

seperti isu lingkungan, kesehatan dan kebersihan. Oleh karena itu, keterlibatan dan peran aktif dari pihak terkait (pemerintah dan masyarakat sekitar) dalam pelaksanaan prinsip CSR sedikit banyaknya berdampak pada penyelesaian permasalahan di lingkungan sekitar. Penerapan prinsip CSR tidak sepenuhnya disambut dan dipatuhi dengan baik oleh pelaku sektor bisnis dengan mempertimbangkan berbagai hal yang mengarah pada faktor ekonomi (sektor bisnis meraup kerugian ketimbang keuntungan). Maka dari itu, pelaku sektor bisnis memilih untuk menerapkan prinsip *greenwashing* ketimbang CSR bila menimbang risiko ekonomi (kerugian) secara materiil maupun non-materiil pada aktivitas bisnis yang dijalankan.

1.5. **Kerangka Pemikiran**

Aspek ekonomi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan masyarakat baik dalam skala domestik sampai dengan internasional dan melibatkan aktor negara maupun non-negara (masyarakat dan pelaku sektor bisnis).⁵⁴ Roda perekonomian dalam suatu negara tidak akan berjalan tanpa adanya keterlibatan dari aspek politik sebagai salah satu aspek fundamental selain ekonomi. Aspek politik meliputi beberapa hal mulai dari tahapan pembentukan hukum atau undang-undang sampai dengan pengambilan keputusan oleh pemerintah terhadap situasi yang terjadi di masyarakat.⁵⁵ Kedua aspek tersebut (politik dan ekonomi) merupakan suatu kesatuan sehingga tidak dapat dipisahkan dan berdiri dengan sendirinya tanpa adanya

⁵⁴Collin Constantine, "Economic Structures, Institution, and Economic Performance," *Journal of Economic Structures*, Vol. 6 No. 2 (2017): 1-10, <https://journalofeconomicstructures.springeropen.com/articles/10.1186/s40008-017-0063-1#Bib1> (diakses pada 15 Januari 2022)

⁵⁵ibid, 7-10.

dukungan satu sama lain dikarenakan digunakan sebagai ujung tombak kehidupan suatu negara. Paradigma IPE (*International Political Economy*) yang dikemukakan oleh Robert Gilpin, David N. Balaam, serta Joseph Nye dan Robert Keohane akan membahas mengenai peranan aspek ekonomi serta politik dalam dunia internasional.

Robert Gilpin sebagai salah satu ahli paradigma IPE (*International Political Economy*) memaparkan pandangannya dalam buku yang berjudul “*Global Political Economy: Understanding The International Economics Order*”. Gilpin menilai **kehadiran dari aspek ekonomi dan politik saling melengkapi serta memegang peranan penting dalam hal pengendalian situasi pasar (*market*) yang akan berdampak pada roda perekonomian banyak pihak tidak terkecuali masyarakat.**⁵⁶ Paradigma IPE (*International Political Economy*) memiliki ruang lingkup pembahasan yang luas tidak serupa dengan ilmu ekonomi murni membahas mengenai statistik ekonomi serta kebijakan ekonomi (fiskal dan moneter).⁵⁷ Ruang lingkup pembahasan IPE (*International Political Economy*) melekat dengan unsur kekuatan (*power*) serta pengaruh dari berbagai pihak terkait siklus perekonomian seperti pemerintah suatu negara dalam ikatan bilateral maupun multilateral.⁵⁸ Keterlibatan dari instansi pemerintah internasional seperti IMF (*International Monetary Fund*) dan *World Bank* diikuti dengan prinsip kebebasan yang

⁵⁶Robert Gilpin, *Global Political Economy: Understanding The International Economics Order*, (New Jersey: Princeton University Press, 2001): 74-77.

⁵⁷ibid, 77.

⁵⁸ibid.

diterapkan dalam dunia perekonomian internasional (*free-market*, adil, dan setara) terikat dalam rezim internasional.⁵⁹

Adapun pandangan serupa yang dikemukakan oleh David N. Balaam mengenai paradigma IPE dalam buku yang berjudul “*Introduction to International Political Economy*”. Balaam memfokuskan pembahasan IPE mengenai **konsep multidimensi dimana adanya keterlibatan negara-negara, pasar (*market*) yang dijalankan oleh pelaku sektor bisnis, dan aktor non-pemerintah (masyarakat dan Ornop/Organisasi Non-Pemerintah) untuk mencapai pembangunan ekonomi dalam skala nasional sampai internasional.**⁶⁰ Keterlibatan unsur politik dari berbagai aktor (pemerintah, pelaku sektor bisnis, dan masyarakat) tetap mengedepankan unsur ekonomi dasar dalam hal perdagangan, investasi sampai pengembangan pasar.⁶¹ Ruang lingkup multidimensi yang dimiliki oleh paradigma IPE (*International Political Economy*) dapat dijadikan fondasi dasar dalam pembangunan serta pertumbuhan berbagai permasalahan (mulai dari kesehatan, pendidikan, sampai lingkungan) dalam negara hingga skala internasional.⁶²

Joseph Nye dan Robert Keohane turut menuturkan pandangan serupa dengan dua (2) ahli lain mengenai paradigma IPE (*International Political Economy*) dalam buku yang berjudul “*The Theoretical Evolution of*

⁵⁹Pernyataan serupa dapat dilihat dari buku yang ditulis oleh Richard Peet dan Elaine Hartwick (Richard Peet dan Elaine Hartwick, *Theories of Development: Contentions, Arguments, Alternatives*, 2nd ed, (New York: The Guilford Press, 2009): 78.)

⁶⁰David N. Balaam dan Bradford Dillman, *Introduction to International Political Economy*, 6th ed, (USA: Pearson Education, 2014): 8.

⁶¹*ibid.*

⁶²Pernyataan serupa dapat dilihat dari buku yang ditulis oleh Richard Peet dan Elaine Hartwick (Richard Peet dan Elaine Hartwick, *Theories of Development: Contentions, Arguments, Alternatives*, 2nd ed, (New York: The Guilford Press, 2009): 172-173.)

International Political Economy: A Reader". Joseph Nye dan Robert Keohane menegaskan **adanya kesinambungan antara rezim internasional yang dibentuk atas dasar kesepakatan serta kepentingan dari aktor domestik yang terlibat (pemerintah, pelaku sektor bisnis, dan masyarakat) dalam membangun pertumbuhan ekonomi.**⁶³ Kekuatan politik yang dimiliki oleh pemerintah negara dalam mencetuskan rancangan hukum dan dasar negara tidak dapat dijadikan sebagai penggerak roda perekonomian (nasional sampai internasional).⁶⁴ Keterlibatan sekaligus peran aktif dari seluruh aktor (pemerintah, pelaku sektor bisnis, dan masyarakat) yang terikat dalam rezim internasional bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan pengembangan ekonomi (unsur politik dan ekonomi melebur).⁶⁵

Seiring berjalannya waktu, paradigma IPE (*International Political Economy*) berkembang tidak hanya membahas mengenai pola hubungan antara pemerintah, pelaku sektor bisnis, dan masyarakat. Perkembangan tersebut meliputi keterlibatan aktor hingga situasi dan kondisi dari masing-masing negara maupun daerah (pola perilaku masyarakat sampai dengan permasalahan pada lingkungan setempat).⁶⁶ Kehadiran paradigma IPE dinilai sebagai tolok ukur bagi pelaku sektor bisnis untuk menjalankan program CSR dimana pelaku sektor bisnis menjalin kerja sama dengan pemerintah untuk

⁶³Joseph Nye dan Robert Keohane, *The Theoretical Evolution of International Political Economy: A Reader*, (New York: Oxford University Press, 2013): 4, <https://sir.ac.ir/files/Survey/387709423t.pdf> (diakses pada 16 Januari 2022)

⁶⁴ibid.

⁶⁵Pernyataan serupa dapat dilihat dari artikel yang ditulis oleh Japan Strategy ("Japan Market Entry: Why Can Business in Japan be Difficult?," *Japan Strategy*, <https://www.japanstrategy.com/business-in-japan/> (diakses pada 16 Januari 2022))

⁶⁶Richard Peet dan Elaine Hartwick, *Theories of Development: Contentions, Arguments, Alternatives*, 2nd ed, (New York: The Guilford Press, 2009): 172-173.

membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi di masyarakat.⁶⁷ Siklus perekonomian tidak akan berjalan dengan baik (mulai dari skala domestik sampai internasional) tanpa adanya kesinergian antara aspek ekonomi dan politik diikuti keterlibatan dari pihak terkait (pemerintah, pelaku sektor bisnis, dan masyarakat).⁶⁸

Kehadiran prinsip CSR ditujukan kepada pelaku sektor bisnis untuk dapat menjalankan tanggung jawab serta menyelesaikan permasalahan pada masyarakat kalangan menengah ke bawah (skala kabupaten dan desa). Berdasarkan fakta yang beredar, pelaku sektor bisnis yang menerapkan prinsip CSR hanya mampu menjangkau masyarakat dalam skala provinsi maupun kota. Hal tersebut didukung dengan minimnya fokus perhatian terhadap permasalahan krusial seperti isu lingkungan.⁶⁹ Dengan kata lain, prinsip-prinsip CSR yang tidak diterapkan secara tepat sasaran akan memperluas permasalahan di aspek lainnya sehingga pelaku sektor bisnis memilih untuk menerapkan prinsip *greenwashing*.⁷⁰

Analogi sederhana yang dapat menggambarkan perilaku pelaku sektor bisnis apabila hanya berfokus pada penyelesaian isu perubahan iklim tanpa memperhatikan isu lingkungan. Isu perubahan iklim akan tetap ada dan tidak menutup kemungkinan timbul masalah baru pada aspek yang lain. Oleh karena itu, perusahaan secara khusus perusahaan multinasional diharapkan menerapkan teori CSR. Perusahaan atau pelaku sektor bisnis dituntut untuk

⁶⁷David N. Balaam dan Bradford Dillman, *Introduction to International Political Economy*, 6 th ed, (USA: Pearson Education, 2014): 432-435.

⁶⁸ibid, 106.

⁶⁹Menno D.T. de Jong, Karen M. Harkink, dan Susanne Barth, "Making Green Stuff? Effects of Corporate Greenwashing on Consumers," *Journal of Business and Technical Communication*, Vol. 32 Issue 1 (2017): 22-24, <https://doi.org/10.1177%2F1050651917729863> (diakses pada 26 Desember 2021)

⁷⁰ibid.

memperhatikan isu lain yang berdekatan dengan isu utama seperti Unilever melalui USLP berbasis kebersihan lingkungan berdasarkan teori CSR.

Prinsip-prinsip dasar CSR tidak akan terlepas pemikiran dari Archie B. Carroll dalam buku yang berjudul “*Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*”. Archie memaparkan **sektor bisnis wajib untuk melakukan pengawasan dalam aktivitas bisnis sehingga meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi dengan membatasi kepentingan sendiri dari sektor bisnis.**⁷¹ Archie B. Carroll menggambarkan prinsip CSR melalui piramida khusus dengan 4 prinsip penting yang harus diterapkan oleh perusahaan multinasional. Prinsip tersebut dimulai dari tanggung jawab dalam aspek ekonomi (*economic*), hukum (*legal*), etika (*ethical*), dan filantropis (*philanthropy*). Apabila keempat prinsip tersebut mampu diserap dan diterapkan dengan baik, maka permasalahan yang terjadi di masyarakat secara khusus isu lingkungan dapat diminimalisir. Berikut penjelasan mengenai 4 prinsip CSR⁷²:

1. Economic Responsibilities

Ekonomi merupakan aspek fundamental bagi seluruh sektor bisnis terlepas dari jenisnya (perusahaan sedang, besar maupun perusahaan multinasional). Pergerakan roda perekonomian dari sektor bisnis berasal dari produksi barang atau jasa sampai penanaman saham investor. Pada dasarnya, perusahaan memiliki tanggung jawab besar

⁷¹Archie B. Carroll dan Ann K. Buchholtz, *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*, 7th ed (Canada: South-Western Cengage Learning, 2008) : 38-39.

⁷²Archie B. Carroll, “*Carroll’s Pyramid of CSR: Taking Another Look*,” *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Vol. 1, No.3 (2016): 2-4, <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6> (diakses pada 10 April 2021)

secara aspek ekonomi untuk menunjang kehidupan pekerja yang direkrut dan aktivitas bisnis. Archie B. Carroll menekankan betapa pentingnya roda perekonomian perusahaan untuk terus berputar mengingat bahwa salah satu tujuan bisnis yaitu mendapatkan profit (*be profitable*).

2. *Legal Responsibilities*

Suatu perusahaan tidak dapat menjalankan bisnis dengan baik seperti seharusnya tanpa adanya pemberian izin dari masyarakat sekitar pada saat pendirian perusahaan. Dengan kata lain, sektor bisnis wajib mematuhi seluruh hukum yang berlaku pada daerah maupun negara tersebut. Archie Carroll memaparkan adanya beberapa syarat dalam menjalankan tingkat hukum (*legal responsibilities*) oleh pelaku sektor bisnis. Syarat tersebut seperti mematuhi peraturan dalam negara tersebut sesuai dengan bentuk negara dan pemerintahan yang diterapkan sampai pemenuhan kepada pihak terkait.⁷³ Apabila telah terjadi kesepakatan antara 2 pihak secara khusus perusahaan dan masyarakat sekitar, maka seluruh kegiatan operasional dapat dijalankan dengan baik sehingga perusahaan mampu melanjutkan menuju tahap 3 yaitu etika.

3. *Ethical Responsibilities*

Pada dasarnya, tahapan 2 dan 3 yaitu *legal dan ethical responsibilities* berkesinambungan. Kedua tahapan tersebut menjelaskan mengenai proses ‘membangkitkan’ sektor bisnis kepada

⁷³ibid.

masyarakat sekitar serta penemuan nilai-nilai etika yang menjadi fondasi kerangka tahap 2. Aspek ekonomi sudah tidak menjadi permasalahan utama melainkan sikap (*attitude*) perusahaan akan menentukan layak tidaknya membangun kegiatan operasional pada daerah tersebut. Perusahaan dituntut untuk bersikap bijak, adil, *universal*, dan etika lainnya tanpa menyinggung maupun melakukan pelecehan terhadap masyarakat sekitar. Hal tersebut dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui produk yang dihasilkan, kampanye produk, dan proses operasional lainnya dalam suatu bisnis.

4. *Philanthropy Responsibilities*

Tahap filantropi dilakukan oleh sektor bisnis kepada masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab sekaligus pemenuhan kebutuhan terkait permasalahan yang ada. Perusahaan dapat memberikan ‘hadiah’ kepada masyarakat melalui produk kebutuhan keseharian. Adapun bantuan lain di luar produk seperti pembangunan ekonomi pada daerah tersebut sampai pemberian bantuan pendidikan kepada masyarakat. Tahapan filantropis sedikit banyaknya berkesinambungan dengan tahap 3 yaitu etika yang mengedepankan sikap sukarela, simpati, dan empati mengenai situasi kondisi daerah tersebut. Keempat prinsip CSR milik Archie B. Carroll dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1. Piramida CSR Archie B. Carroll

Sumber: Carroll's Pyramid of CSR

Pandangan CSR yang dikemukakan oleh Archie B. Carroll diadaptasi kembali melalui pemikiran dari sudut pandang William C. Frederick dituliskan oleh James Weber dan David M. Wasieleski dalam buku yang berjudul “*Corporate Social Responsibility: From Founder to Millennials*”. William memaparkan akan **kewajiban dari sektor bisnis ditujukan kepada masyarakat bersifat sukarela untuk melakukan tanggung jawab kepada masyarakat.**⁷⁴ Dalam konteks ini, Unilever Indonesia menerapkan prinsip CSR dalam aktivitas bisnis yang dijalankan secara sukarela. Tanggung jawab yang dijalankan tidak serta-merta tanpa adanya penyebab melainkan sebagai bentuk antisipasi atau sikap preventif terhadap permasalahan yang terjadi pada masyarakat akibat produk yang dihasilkan.

⁷⁴William C. Frederick, “Corporate Social Responsibility: From Founders to Millennials,” dalam James Weber Dan David M. Wasieleski, ed. *Corporate Social Responsibility: From Founders to Millennials* (United Kingdom: Emerald Publishing Limited, 2018), 4-5. <https://books.emeraldinsight.com/resources/pdfs/chapters/9781787542600-TYPE23-NR2.pdf> (diakses pada 14 April 2021)

Pandangan kompleks dan rinci dari Archie Carroll tertuang dalam Piramida CSR sedikit ditambahkan oleh Keith Davis dan Robert L. Blomstrom. Dalam buku yang berjudul “*Business and Society: Environment and Responsibility, 3th ed*” yang membahas mengenai poin utama CSR. Keith Davis dan Robert menekankan dua **tanggung jawab utama perusahaan yaitu melindungi dan meningkatkan (to protect and to improve) kesejahteraan dari masyarakat sekitar dengan melihat kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan.**⁷⁵ Perusahaan tidak melupakan tanggung jawab utamanya kepada masyarakat untuk melindungi dari pengaruh buruk yang timbul dari kegiatan operasional seperti pencemaran lingkungan sampai kesenjangan sosial. Adapun peningkatan yang dilakukan perusahaan secara khusus pemberdayaan masyarakat sekitar agar mampu meningkatkan kesejahteraan dalam lingkup terkecil yaitu individu dan keluarga menjadi lebih baik melalui program perusahaan.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan bagian terpenting dalam proses penyusunan penelitian melalui jenis metode penelitian kualitatif. Penulis memilih untuk menggunakan metode penelitian kualitatif ketimbang kuantitatif dengan alasan keterbatasan waktu

⁷⁵Keith Davis dan Robert L. Blomstrom, *Business and Society: Environment and Responsibility*, 3th ed, (U.S.A: McGraw-Hill, 1975), 4-10; 24-28, <https://archive.org/details/businesssocietye0000davi/page/n9/mode/2up> (diakses pada 15 April 2021)

dalam proses penyusunan skripsi. Dalam metode penelitian kualitatif, penulis memperoleh data dari hasil wawancara (data primer) dengan empat (4) pengurus Bank Sampah Unilever di Surabaya. Adapun data lain yang diperoleh penulis untuk menunjang penyusunan skripsi melalui metode penelitian kualitatif dalam bentuk tulisan (data sekunder) seperti buku, jurnal, laporan dan artikel.

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu pengumpulan data campuran yaitu primer dan sekunder. Hal tersebut didasari oleh penguatan data dalam penyusunan skripsi melalui tahap wawancara (primer) dan tidak berpedoman pada data sekunder. Teknik pengumpulan data primer dinilai jauh lebih akurat dan terpercaya dibandingkan dengan pengumpulan data sekunder. Proses pengumpulan data primer sebanyak 4 orang selaku pengurus Bank Sampah Unilever Surabaya pada tanggal 24 Agustus 2021 sampai dengan 17 September 2021.

1.7. Sistematika Pembahasan

Penulis akan membagi penelitian ini terdiri dari 4 bab tertuang dalam sistematika penulisan atau pembahasan yaitu :

Pada Bab I, penulis akan menjelaskan mengenai pendahuluan penelitian. Bagian-bagian yang tertuang dalam Bab I atau pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, kajian literatur, kerangka teori, dan sebagainya. Penyajian Bab I dengan tujuan

memperkenalkan permasalahan yang akan diangkat oleh penulis dalam penelitian.

Pada Bab II, penulis akan menjelaskan mengenai latar belakang dari perusahaan multinasional (Unilever) dan keterkaitan dengan teori CSR. Bagian-bagian yang tertuang dalam Bab II terdiri dari latar belakang perusahaan lalu keterkaitan dengan penerapan teori CSR milik Archie B. Carroll. Penyajian Bab II dengan tujuan memperkenalkan perusahaan multinasional (Unilever) beserta program CSR USLP yang akan diangkat oleh penulis dalam penelitian.

Pada Bab III, penulis akan menjelaskan mengenai pembuktian pertanyaan penelitian dalam bentuk analisa. Bagian-bagian yang tertuang dalam Bab III terdiri dari penerapan program USLP milik Unilever untuk kota Surabaya dalam aspek kebersihan lingkungan. Penyajian Bab III dengan tujuan memaparkan program USLP milik Unilever untuk kota Surabaya yang akan diangkat oleh penulis dalam penelitian.

Pada Bab IV, penulis akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian. Bagian-bagian yang tertuang dalam Bab IV terdiri dari konklusi seluruh bab penelitian dari penulis (Bab 1-3). Penyajian Bab IV dengan tujuan sebagai hasil akhir dari seluruh rangkaian penelitian yang dilakukan oleh penulis.

