



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**The Body Shop dan Pemulihan hutan Batang Toru, Sumatera
Utara.**

Skripsi

Oleh

Darma Prapta

2014330122

Bandung

2018



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**The Body Shop dan Pemulihan hutan Batang Toru, Sumatera
Utara.**

Skripsi

Oleh

Darma Prapta

2014330122

Pembimbing

Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, S.IP., M.A.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

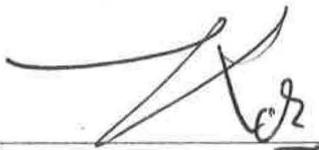


Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Darma Prapta
Nomor Pokok : 2014330122
Judul : The Body Shop dan Pemulihan hutan Batang Toru, Sumatera Utara.

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 20 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

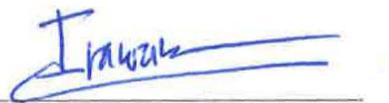
Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Paulus Yohanes Nur Indro.



Sekretaris
Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, S.IP., M.A.



Anggota
Dr. A. Irawan Justiniarto H.



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN



Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Darma Prapta

NPM : 2014330122

Jurusan Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : The Body Shop dan Pemulihan hutan Batang Toru,
Sumatera Utara.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi 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, 25 Juli 2018


METERAI
TEMPEL
K296AFF185446949
6000
ENAM RIBURUPIAH
Darma Prapta.

ABSTRAK

Nama: Darma Prapta

NPM: 2014330122

Judul: The Body Shop dan Pemulihan hutan Batang Toru, Sumatera Utara.

Pembotakan hutan merupakan suatu isu lingkungan yang dewasa ini banyak terjadi di negara-negara berkembang. Diantara negara-negara berkembang yang memiliki masalah pembotakan hutan adalah Indonesia. Dampak buruk darinya antara lain adalah seperti hilangnya habitat dan bertambahnya emisi karbon. Penelitian ini akan menjelaskan terhadap bagaimana aktor non-negara dapat mempunyai dampak positif terhadap isu lingkungan. Dalam kasus ini sosok yang berperan didalamnya adalah The Body Shop sebagai PMN yang menjalankan CSR dan Yayasan Ekosistem Lestari sebagai mitra dalam implementasinya. Bentuk CSR The Body Shop didasari oleh salah satu tujuan dari komitmen *Enrich not Exploit* yang diluncurkan pada tahun 2016. Tujuan tersebut adalah membangun *bio-bridges* atau *wildlife corridor* pada bagian hutan yang rusak untuk menghubungkan dan menghidupkan kembali habitat didalamnya. Dalam kasus ini pembangunan *bio-bridges* dilakukan di hutan Batang Toru, Sumatera Utara dimana banyak hewan disana yang masuk kedalam IUCN *Red List* yang tergolong dalam kategori *critically endangered*. Dengan adanya konservasi yang dilakukan oleh The Body Shop dan Yayasan Ekosistem Lestari terbukti bahwa peran dari aktor non-negara dapat menjadi penting dalam suatu isu sosial.

Kata kunci: The Body Shop, Yayasan Ekosistem Lestari, *Enrich not Exploit*, *Bio-Bridges*, Pembotakan hutan.

ABSTRACT

Name: Darma Prapta

NPM: 2014330122

Title: *The Body Shop and the recovery of Batang Toru forest, Sumatera Utara.*

Forest degradation is a major environmental issue that many of the developing countries are still struggling with. In this case, Indonesia is considered as one of them. The decreasing numbers of forest cover causes distress towards the environment, producing problems such as habitat loss and carbon emission. This paper will be focusing on the description of how non-state actors can have positive impacts in the discussion of environment. In this matter, The Body Shop as an MNC implementing its CSR program in collaboration with Yayasan Ekosistem Lestari as an NGO partner. Besides being the The Body Shop CSR, it also serves as the corporation's commitment, 'Enrich not Exploit', that was launched in 2016. The goal is about building bio-bridges or wildlife corridors on the damaged part of the forest to connect the animals and to foster the prosperity of the habitat in it. The bio bridges program is implemented in Batang Toru forest, North Sumatera in which many of the animals there are considered as critically endangered as reported by IUCN Red List. Under these circumstances, the Yayasan Ekosistem Lestari is relied on by The Body Shop to implement the program as they have the expertise and knowledge regarding the Batang Toru forest. With the collaboration between both parties in the conservation of the Batang Toru forest, it is fair to assume that the role of non-state actors is crucial, especially in the matter of social issues.

Key words: The Body Shop, Yayasan Ekosistem Lestari, Enrich not Exploit, Bio-Bridges, Forest Degradation

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur atas Allah SWT saya ucapkan atas berkat dan rahmatnya. Hanya karena izinNya saya dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Penulisan ini adalah untuk memenuhi syarat pelajaran Seminar pada semester 7 dan InsyaAllah akan dapat diselesaikan pada mata kuliah Skripsi di semester 8.

Penulisan ini berjudul Implementasi program *building bio-bridges* di Indonesia sebagai bentuk *Corporate Social Responsibility* salah satu perusahaan kecantikan terbesar di dunia yaitu The Body Shop. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan CSR secara komprehensif dan membuktikan akan pentingnya peran bisnis dalam ilmu Hubungan Internasional melalui salah satu praktik terbaik, yaitu The Body Shop.

Saya berhadap penelitian ini akan bisa menjadi manfaat bagi studi Hubungan Internasional kedepannya. Bagaimanapun, saya menyadari bahwa tulisan ini masih perlu penyempurnaan.

Bandung, 7 Juli 2018

Darma Prapta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR SINGKATAN.....	vii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.1 Batasan Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	8
1.4 Kajian Literatur	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	12
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	28
1.6.1 Metode Penelitian	28
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.7 Sistematika Pembahasan.	29
BAB II: PROFIL THE BODY SHOP DAN YAYASAN EKOSISTEM LESTARI	30
2.1. Profil The Body Shop	30
2.1.1. Sejarah Perjalanan dan Perkembangan The Body Shop	31
2.1.2 Komitmen The Body Shop terhadap berbagai macam isu.....	35

2.1.3 Nilai Perusahaan serta Visi dan Misi The Body Shop.....	40
2.1.4. Produk The Body Shop.....	45
2.2. Profil Yayasan Ekosistem Lestari.....	47
2.2.1 Kegiatan dari Yayasan Ekosistem Lestari	48
2.2.2. Visi dan Misi Yayasan Ekosistem Lestari	53
BAB III: KONDISI KEHUTANAN DI INDONESIA DAN KERJASAMA THE BODY SHOP DENGAN YAYASAN EKOSISTEM LESTARI DALAM PERMASALAHANNYA.....	54
3.1. Kondisi hutan di Indonesia.....	56
3.1.1. Permasalahan Hutan di Indonesia dan Penyebabnya.	56
3.2. Upaya pemerintah Indonesia	59
3.2.1. Permasalahan hutan Batang Toru dan peran Pemerintah lokal didalamnya. ..	63
3.3. Kontribusi The Body Shop dalam permasalahan hutan Batang Toru.	66
3.3.1. Komitmen Enrich not Exploit.....	66
3.3.2. Peran The Body Shop dalam permasalahan hutan dan habitat di Sumatera... ..	70
3.3.3. Peran YEL sebagai mitra dalam program bio-bridges.....	79
BAB IV: KESIMPULAN	84
DAFTAR PUSTAKA	87
DAFTAR LAMPIRAN	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1: Logo Perusahaan The Body Shop.....	30
Gambar 2. 2: Pernyataan Misi dari The Body Shop (<i>Mission Statement</i>).....	43
Gambar 2. 3: Contoh produk The Body Shop.	46
Gambar 2. 4: Logo Yayasan Ekosistem Lestari.....	47
Gambar 3. 1: Logo <i>Enrich not Exploit</i>	69
Gambar 3. 2: Poster <i>Help Reggie Find Love</i>	72
Gambar 3. 3: Kampanye produk baru The Body Shop.....	79
Gambar 3. 4: Ilustrasi pembangunan koridor Bio-Bridges	83

DAFTAR SINGKATAN

ASEAN:	<i>Association of Southeast Asian Nations</i>
CEO:	<i>Chief Executive Officer</i>
CSR:	<i>Corporate Social Responsibility</i>
CSSPs:	<i>Cross-Sector Social-oriented Partnership</i>
FLO:	<i>Fair Trade Labelling Organization International</i>
FLEGT:	<i>Forest Law Enforcement, Governance and Trade</i>
FMU:	<i>Forest Management Unit</i>
GM:	<i>General Manager</i>
IPCC:	<i>Intergovernmental Panel on Climate Change</i>
KPK:	Komisi Pemberantas Korupsi
KTT:	Konferensi Tingkat Tinggi
LSM:	Lembaga Swadaya Masyarakat
MDGs:	<i>Millenium Development Goals</i>
NGO:	<i>Non-Governmental Organization</i>
MoU:	<i>Motion of Understanding</i>
OLT:	Orangutan LandTrust
ONP:	Organisasi Non Profit

PBB:	Persatuan Bangsa Bangsa
PMN:	Perusahaan Multinasional
PPLH:	Pusat Pendidikan Lingkungan Hidup
REDD:	<i>Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation</i>
SBY:	Susilo Bambang Yudhoyono
SDGs:	<i>Sustainable Development Goals</i>
SOCP:	<i>Sumatran Orangutan Conservation Programme</i>
TBS:	<i>The Body Shop</i>
UNCTAD:	United Nations Conference on Trade and Development
UNEP:	<i>United Nations Environment Program</i>
YEL:	Yayasan Ekosistem Lestari

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam studi ilmu hubungan internasional, negara merupakan entitas yang seringkali dilihat sebagai aktor yang paling utama dan paling dominan. Pandangan ini dilatar belakangi dengan adanya sejarah terhadap bagaimana fenomena hubungan internasional sendiri diliputi dengan dinamika yang *high politics* pada masa sebelum berakhirnya perang dunia ke dua. Dimana dinamika hubungan internasional yang cenderung bertitik berat pada kepentingan nasional dan pertahanan negara. Maka tentu, melalui pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa aktor utama darinya adalah negara.

Seiring dengan berjalannya waktu, pandangan ini juga turut bergeser. Dimana dalam ilmu hubungan internasional sendiri bukan hanyalah negara yang merupakan satu-satunya dianggap sebagai aktor yang paling utama, melainkan aktor non-negara yang juga dilihat semakin penting dalam dinamika hubungan internasional. Hal ini menyebabkan adanya pergeseran dari fenomena yang tadinya *high politics* menjadi *low politics*. Dalam bahasan *low politics*, isu kepentingan nasional dan pertahanan bukanlah inti atau yang dominan dalam fenomena hubungan internasional, melainkan isu sosial dan ekonomi. Hal ini disebabkan oleh aktor-aktor non-negara yang muncul pada dinamika hubungan internasional kebanyakan bergerak di bidang sosial dan ekonomi. Contoh dari aktor-aktor non-negara antara lain adalah Organisasi Internasional, Lembaga Swadaya Masyarakat dan Perusahaan Multinasional. Pada dasarnya, dengan

bermunculannya aktor-aktor non-negara atau badan transnasional tersebut, dinamika dari hubungan internasional sendiri tidak dapat lagi dilihat semata hanya peran dari negara saja. Dengan fakta tersebut pengambilan keputusan sendiri sudah tidak dapat semata menyingkirkan keberadaan peran dari aktor-aktor non-negara tersebut.

Sebagai salah satu aktor non-negara dalam dinamika hubungan internasional, perusahaan multinasional (PMN) merupakan salah satu aktor penting yang tidak dapat dipandang sebelah mata dalam pengambilan keputusan. Pada dasarnya PMN sendiri merupakan badan perusahaan yang melakukan aktivitas perdagangan di lebih dari satu negara dimana pengaruhnya sendiri besar pada perekonomian nasional maupun internasional.¹ Sejak perkembangannya yang pesat pada tahun 1970an, apa yang disediakan PMN sendiri sudah hampir mencakup segala bidang yang juga menyebabkan adanya keterkaitan masyarakat padanya.²

Biarpun di satu sisi PMN merupakan entitas yang penting dalam roda perekonomian maupun kehidupan masyarakat, di sisi lain PMN juga seringkali dinilai bertindak tidak sesuai pada norma seharusnya. Yaitu PMN seringkali bertindak tidak adil dan tidak etis dalam praktiknya. Hal ini tentu saja sudah dilihat semenjak masa awal munculnya PMN pada masa kolonialisasi. Semenjak awal praktiknya PMN sudah melakukan hal-hal seperti kerja paksa, mempekerjakan anak dibawah umur, eksploitasi lingkungan yang tidak

¹ "Transnational Corporations Statistics," United Nations Conference on Trade and Development, , <http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Transnational-Corporations-Statistics.aspx>.

² Peter Willetts, *Op. cit.*, hlm. 363.

bertanggung jawab dan membuang limbah pabrik sembarangan. Dengan ini tentu memunculkan banyak masalah dalam skala besar seperti pemanasan global dan ketidakadilan bagi manusia. Walaupun masalah tersebut tidaklah sepenuhnya diakibatkan oleh PMN tetap bagaimanapun PMN memiliki peran dominan dalam memunculkan masalah tersebut. Dengan fakta ini, Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) *Earth Summit* PBB pada tahun 1992 di Rio de Janeiro menerapkan bahwa setiap badan transnasional harus mengedepankan *sustainable development* dalam praktiknya.³ Yaitu bukan lagi *economic development* atau perkembangan ekonomi yang menjadi fokus utama, tetapi pembangunan yang berbasis pelestarian dan berkelanjutan yang harus menjadi fokus utama bagi setiap pihak.

1.2 Identifikasi Masalah

Sebagai perusahaan yang dikenal untuk mengedepankan praktik bisnis yang etis, pada tahun 2016 The Body Shop mengeluarkan komitmen yang berkaitan dengannya. Komitmen ini bernama *Enrich not Exploit* atau memperkaya bukannya mengeksploitasi.⁴ Secara garis besar, *Enrich not Exploit* merupakan komitmen perusahaan yang bersifat berkelanjutan (*sustainable*) yang dimana didalamnya terdiri atas beberapa pilar dan tujuan. Beberapa diantaranya adalah seperti menambah produsen *fair trade*, melakukan proteksi bio-diversitas dan sebagainya.

³ Hal ini tidak hanya berlaku pada badan transnasional. Melainkan tertuju pada seluruh aktor dalam hubungan internasional.

⁴ The Body Shop International Plc., "Building for The Future: Our Values Performance 2014/2015 & Our New Commitment," value report, 2016.

Seiring dengan komitmen TBS, di sisi lain kesadaran internasional terhadap pembangunan berkelanjutan dapat dikatakan sudah tampak, terutama dalam hal keberlingkungan. Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang berkaitan dengan lingkungan tampak pada beberapa tujuan dalam Millenium Development Goals (MDGs) yang telah dilanjutkan dengan Sustainable Development Goals (SDGs). Di dalam MDGs yang disetujui oleh anggota PBB pada tahun 2000 ada 1 tujuan dalam pembangunan yang berbasis keberlingkungan.⁵ MDGs yang dianggap sukses pada akhirnya dilanjutkan oleh SDGs pada tahun 2015 dimana tujuan terkait keberlingkungan bertambah menjadi 7 tujuan yang spesifik. Melalui fakta bahwa anggota-anggota PBB telah menyetujui MDGs dan SDGs, seharusnya dapat dikatakan bahwa negara-negara sudah secara berbondong-bondong setuju untuk melindungi dan mendukung pembangunan yang berbasis lingkungan.

Biarpun sudah ada MDGs yang dilanjutkan dengan lebih ambisius melalui SDGs, dapat dikatakan bahwa permasalahan lingkungan tetap tampak pada banyak anggota PBB. Dalam hal ini perkembangan dari keberlingkungan sendiri dapat dikatakan masih lamban. Salah satu permasalahan yang paling umum dari kebelingkungan adalah hutan gundul ataupun penebangan hutan. Dalam kasus terkait, salah satu negara yang masih belum menjalankan upaya SDGs dengan baik adalah Indonesia. Indonesia yang cenderung kaya akan biodiversitas masih mengalami permasalahan hutan dengan tingkat penebangan hutan yang terus

⁵ *Resolution adopted by the General Assembly*, proceedings of UN Summit on the Millennium Development Goals , Amerika Serikat, Kota New York, diakses pada 21 September 2017, <http://www.un.org/millennium/declaration/ares552e.pdf>.

meningkat. Berdasarkan *World Resources Institute*, Indonesia memasuki 10 besar negara yang menyumbang gas rumah kaca terbesar yang didalamnya pembotakan hutan memiliki peran yang sangat besar dalam penyebab tersebut.⁶

Sebelumnya pembotakan hutan adalah suatu situasi dimana cakupan pohon semakin berkurang di dalamnya. Penyebab dari pembotakan hutan sendiri bisa bermacam seperti kebakaran hutan, polusi udara dan bencana alam lainnya.⁷ Bagaimanapun aktivitas manusia dapat dikatakan sebagai kontributor terbesar dalam penyebab dari pembotakan hutan. Seperti halnya yang ada di Indonesia, sebagian besar darinya disebabkan oleh produksi minyak kelapa sawit, kertas, dan aktivitas-aktivitas industri lainnya yang memerlukan lahan lebih sehingga hutan dikorbankan untuknya. Dengan hal tersebut, Terbukti bahwa sejak tahun 1990-2010 Indonesia telah kehilangan sekitar 20 persen dari total hutannya atau lebih dari 24 juta hektar hutan.⁸

Pembotakan hutan dapat menyebabkan berbagai macam masalah yang tentunya akan merugikan seluruh pihak pada akhirnya. Tentu masalah ini tidak tampak secara langsung oleh masyarakat, tetapi dapat dilihat bahwa hal tersebut dapat merugikan baik bagi masyarakat setempat ataupun masyarakat dunia. Selain dapat menyebabkan bencana yang tidak diduga-duga seperti tanah longsor, dalam jangka panjang dapat menyebabkan pemanasan global yang tidak hanya

⁶ Johannes Fredrich, Mengpin Ge, and Andrew Pickens, "This Interactive Chart Explains World's Top 10 Emitters, and How They've Changed," WRI.com, , accessed April 21, 2018, <http://www.wri.org/blog/2017/04/interactive-chart-explains-worlds-top-10-emitters-and-how-theyve-changed>.

⁷ "What Is Forest Degradation and What Are Various Causes of It," EarthEclipse.com, diakses pada 21 April 2018, <https://www.eartheclipse.com/environment/causes-of-forest-degradation.html>.

⁸ "Indonesia Forest Information and Data," Mongabay.com, 2009, diakses pada 21 April 2018, <https://rainforests.mongabay.com/deforestation/2000/Indonesia.htm>.

masyarakat lokal ataupun nasional yang merasakannya, melainkan mempunyai dampak terhadap seluruh dunia.

Masalah lainnya yang juga cukup besar karena pembotakan hutan ini adalah terancamnya habitat hewan yang ada di Indonesia. Hilangnya habitat dilihat sebagai masalah sekunder di Indonesia. Bagaimanapun dampaknya yang juga tidak terlihat langsung dapat menjadi suatu yang fatal dimana hilangnya habitat dapat menjadi bumerang bagi manusia sendiri. Seperti contohnya, punahnya suatu jenis hewan dapat membuat adanya instabilitas pada siklus rantai makanan yang menyebabkan distorsi pada ekosistem. Dengan ini, tentu langsung ataupun tidak langsung pada akhirnya juga akan merugikan manusia. Dalam kasus ini di Indonesia terdapat lebih dari 3 ribu spesies hewan didalamnya – amphihi, mamalia, burung dan reptil. 31,1 persen dari hewan tersebut tidak ada di negara lain dan sekitar 9 persen terancam punah.⁹

Salah satu lokasi di Indonesia yang kaya akan habitat dan terancam karena adanya pembotakan hutan adalah hutan Batang Toru di Sumatera Utara. Penyebab adanya masalah pembotakan hutan di Batang Toru antara lain karena adanya aktivitas manusia seperti pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA) dan Penambangan emas.¹⁰ Permasalahan ini juga didukung atas fakta bahwa pemerintah lokal kurang peduli akan masalah kehutanan. Dengan ini banyak spesies langka seperti Orangutan, Harimau dan Gajah Sumatera yang terancam punah. Berdasarkan apa yang telah dijabarkan, pembotakan hutan dapat menjadi

⁹ *Loc. cit.*

¹⁰ "Wawancara Terkait Program Bio-Bridges Di Hutan Batang Toru, Sumatera Utara dengan Rika Anggraini," diwawancarai oleh Darma Prapta, 14 Mei 2018.

sebuah awal dari masalah yang akan merugikan bagi masyarakat secara garis besar – lokal maupun masyarakat dunia atas dampak dari pembotakan hutan tersebut.

Maka dengan adanya permasalahan dari hutan tersebut – terutama yang mengancam kepunahan beberapa hewan – TBS berupaya membantu penanggulangannya melalui kerjasama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Yayasan Ekosistem Lestari (YEL) dengan bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR). Aktivitas CSR TBS sendiri difokuskan di hutan Batang Toru sebagai tempat yang kaya akan bio-diversitas namun memiliki masalah hutan yang cukup parah hingga mengancamnya. Hal yang dilakukan TBS ini sejalan dengan komitmen *Enrich not Exploit* yang dikeluarkan pada tahun 2016. Melalui komitmen *Enrich not Exploit*, Indonesia menjadi salah satu negara target untuk mewujudkan salah satu tujuan dari komitmen ini – mencapai angka reforestasi 75 juta meter kubik hutan pada tahun 2020.¹¹

1.2.1 Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah yang telah tertera, fokus dari penelitian ini adalah pada penjelasan deskriptif secara mendetil terhadap bentuk CSR dari suatu perusahaan. Namun untuk mewujudkannya, penulis mengambil salah satu praktik terbaik CSR yaitu TBS yang melakukan aksi pembentukan bio-bridges di Indonesia melalui kerjasama dengan Yayasan Ekosistem Lestari. Cakupan pembahasan akan dimulai dari tahun 2016 dimana awal dari munculnya komitmen

¹¹ "Enrich Planet," The Body Shop, diakses pada 3 Oktober 2017, <https://www.thebodyshop.com/en-gb/about-us/our-commitment/enrich-our-planet>.

Enrich not Exploit lalu di akhiri pada Mei 2018 berdasarkan data yang terakhir didapatkan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Setelah adanya penjabaran yang telah dijelaskan melalui Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah, penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimana The Body Shop berkontribusi dalam pemulihan hutan di hutan Batang Toru, Sumatera Utara?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai CSR dari perusahaan secara komprehensif. Yaitu dengan menjelaskan mengenai bagaimana kontribusi dari The Body Shop terhadap pemulihan dari hutan Batang Toru di Sumatera Utara. Tentu hal ini dilakukan dengan dipilihnya salah satu praktik terbaik (*best practices*) dari CSR yaitu melalui The Body Shop.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan yang komprehensif terkait dengan bahasan mengenai CSR dan bagaimana hal tersebut dioperasikan dalam sebuah perusahaan dalam kasus ini melalui praktik The Body Shop.

1.4 Kajian Literatur

Kajian pertama yang digunakan oleh penulis adalah dari buku *Corporate Social Responsibility: A Case Study Approach* yang di edit oleh Christine A. Mallin pada bagian *Sticking to core values: the case of The Body Shop* yang ditulis oleh Bert van de Ven, André Nijhof dan Ronald Jeurissen.¹² Pada dasarnya tulisan ini mengkaji mengenai TBS sebagai perusahaan yang memiliki nilai utama perusahaan (*core values*) yang sangat di identikkan dengan CSR. Melalui tulisan ini, dijabarkan mengenai masa awal dari TBS yang menjadi sukses karena adanya mempunyai praktik bisnis yang berbeda dari biasanya. Hal ini didorong oleh Anita Roddick, sosok pendiri TBS yang mempercayai bahwa bisnis dapat dilakukan dengan etiket baik (seperti produk ramah lingkungan, harga yang adil, pembayaran yang adil). Hal tersebut merupakan suatu bentuk pendorong kesuksesan dari TBS pada masa awalnya. Sehingga paham tersebut menjadi nilai inti dari TBS – praktik bisnis yang baik.

Dengan fakta tersebut, para penulis melihat suatu bentuk keunikan dari perusahaan tersebut yang dilihat sangat berbeda dengan perusahaan besar lainnya. Normalnya, dalam suatu perusahaan siapa yang mempunyai “kekuatan” paling besar maka ia lah yang paling mempunyai dampak dalam pengambilan keputusan. Pada TBS, hukum ini tidak berlaku dimana seperti contohnya kepentingan hewan juga sama pentingnya dengan para investor. Selanjutnya hal yang juga di lihat berbeda adalah dengan perusahaan lainnya, TBS kadang lebih dilihat sebagai

¹² Bert Van De Ven, André Nijhof, and Ronald Jeurissen, *Corporate Social Responsibility: A Case Study Approach*, ed. Christine A. Malline (Cheltenham, Britania Raya: Edward Elgar Publishing Limited, 2009), hlm. 59-76.

kelompok berkepentingan ketimbang perusahaan. Hal ini karena TBS lebih sering melakukan kampanye keberlingkungan dibanding mengiklankan produknya.

Maka dari itu ada argumen yang menarik yang dipaparkan oleh para penulis. Dalam kasus ini, TBS menjadi suatu entitas badan yang juga tidak menjalankan fokus yang seharusnya mereka jalankan. Dimana dikatakan bahwa nilai perusahaan jadi terlalu mengambil alih aspek ekonomi yang seharusnya penting sebagai faktor keselamatan perusahaan. Oleh karena itu memang pada dasarnya para penulis setuju bahwa nilai inti yang didasari etika bagi perusahaan merupakan sangat penting, akan tetapi perusahaan juga harus bisa beradaptasi dengan lingkungan pasarnya. Kajian ini pada dasarnya menyediakan pandangan yang didasari analisa komprehensif mengenai perilaku bisnis terkait CSR dari TBS.

Kajian kedua yang digunakan oleh penulis adalah dari buku *International Relations in Southeast Asia: The Struggle for Autonomy* oleh Donald E. Weatherbee. Pada tulisan ini penulis akan mengambil dari salah satu bab yang ada di buku yaitu bab 10 (*Chapter 10*) dari buku yang bertemakan *Environmental Issues in International Relations in Southeast Asia*.

Pada dasarnya, bab ini sendiri membicarakan mengenai fakta bahwa negara-negara anggota *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) sendiri terutama Indonesia tidak terlepas dari permasalahan hutan. ASEAN dalam kasus ini terlihat cukup aktif dalam penanggulangan masalah kehutanan. Sudah banyak upaya yang dilakukan oleh negara-negara ASEAN seperti banyaknya negara-

negara ASEAN yang ikut serta dalam Kyoto Protocol dan *United Nations Framework Convention on Climate Change* semenjak awal dimana bahkan Indonesia sempat menjadi *host country* pada pertemuan tahun 2007. Secara internal ASEAN sendiri juga mempunyai harapan pada tahun 1997 untuk menjadi bersih dan mengedepankan keberlanjutan (*clean and sustainable*) pada tahun 2020.

Akan tetapi sayangnya di dalam praktiknya sendiri hal ini cenderung jauh dari apa yang telah terlihat berdasarkan penjelasan tersebut. Dalam bab ini sendiri dijelaskan dan difokuskan pada bagaimana Indonesia yang juga merupakan penggerak organisasi ASEAN malah justru mengalami masalah kehutanan yang makin parah seiring berjalannya waktu. Pada masa reformasi kondisi kehutanan Indonesia sendiri semakin lama semakin buruk dengan tingkat deforestasi terbanyak di dunia. Ada beberapa faktor yang disebutkan di bab ini yang dimana salah satunya adalah desentralisasi yang dipercayai menyebabkan adanya peningkatan penebangan hutan guna produksi di luar pulau Jawa. Pada dasarnya, bab ini sendiri membicarakan mengenai bagaimana Indonesia yang berperan penting di ASEAN sendiri tidak menjalankan komitmennya yang telah disetujui melalui ASEAN. Sehingga membuat hal ini merupakan perhatian dunia karena tidak hanya berdampak pada Indonesia saja, tetapi juga pada dunia secara menyeluruh dengan masalah keberlingkungan tersebut.¹³

¹³ Donald E. Weatherbee, *International Relations in Southeast Asia: The Struggle for Autonomy*, 3rd ed. (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2015), hlm 295-318.

1.5 Kerangka Pemikiran

Pada topik terkait program CSR The Body Shop di Indonesia penulis mengkaji bahasan dengan pandangan Hubungan Internasional melalui teori Pluralisme dan konsep-konsep *Corporate Social Responsibility* serta konsep kolaborasi PMN dan LSM dalam kerjasama strategis dalam mengatasi suatu isu sosial.

Pada dasarnya para akademisi Pluralisme memiliki pandangan bahwa dalam ilmu hubungan internasional sendiri tidak lengkap jika hanya terpaku pada negara saja sebagai aktor. Hal ini merupakan kritik terhadap kaum realis yang cenderung *state-centric* atau terpaku kepada pemikiran bahwa negara adalah aktor utama dalam hubungan internasional. Pluralisme tidak hanya menganggap aktor negara saja yang ada pada hubungan internasional, melainkan aktor non-negara juga merupakan aktor yang penting yang tidak dapat dipandang sebelah mata.¹⁴ Dengan pentingnya pula aktor non-negara dalam dinamika hubungan internasional, maka Keohane dan Nye berargumen bahwa adalah isu sosial dan ekonomi yang merupakan fokus utama dalam dinamika hubungan internasional¹⁵, bukan isu pertahanan maupun kepentingan nasional.¹⁶ Dalam hubungan internasional sendiri partisipasi dari aktor non-negara yang dapat dilakukan adalah antara lain seperti menyediakan bantuan kemanusiaan, konservasi lingkungan,

¹⁴ Chris Brown and Kirsten Ainley, *Understanding International Relations*, ed. ke-3. (New York, Amerika Serikat: Palgrave MacMillan, 2005), hlm. 35.

¹⁵ Karena mayoritas dari aktor non-negara dalam hubungan internasional bergerak di isu sosial dan ekonomi.

¹⁶ Robert Owen Keohane and Joseph S. Nye, *Power and Interdependence*, 2nd ed. (Massachusetts, Amerika Serikat: Center for International Affairs, 1989), hlm. 23-29.

melobi pemerintah dalam pengambilan kebijakan, dan menjalin hubungan dengan pihak lokal.

Ada beberapa argumen terhadap mengapa aktor non-negara juga penting dalam hubungan internasional. Dimana kaum pluralis juga berargumen bahwa bahkan aktor non-negara juga sama pentingnya dengan aktor negara.

1. Aktor non-negara adalah kenyataan yang penting dalam hubungan internasional

- Kaum pluralis berargumen bahwa badan non-negara seperti organisasi internasional, juga merupakan suatu badan yang independen yang juga dapat menghasilkan suatu keputusan yang dapat mempengaruhi negara. Bentuk nyata lainnya dalam kasus ini adalah PMN sebagai salah satu aktor non-negara yang tidak dapat dianggap aktor marjinal. Karena PMN merupakan salah satu aktor dominan dalam penciptaan ketergantungan ekonomi dunia

2. Negara bukan aktor tunggal

- Kaum pluralis percaya bahwa negara bukan aktor tunggal karena kebijakan dari suatu negara sendiri sangat dipengaruhi oleh bermacam aktor. Yaitu dalam kasus ini adalah birokrat, individu, dan kelompok berkepentingan. Maka, dapat dikatakan bahwa negara bangsa bukanlah entitas yang semata terintegrasi sendiri. Dimana dalam formulasinya, aktor negara dan non-negara sama-sama mempunyai peran dalam memformulasi keputusan negara

yang pada akhirnya akan mempengaruhi dinamika hubungan internasional.

3. Negara bukan aktor rasional

- Argumen ini menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan dalam kebijakan luar negeri sangat dipengaruhi oleh koalisi dan kontra koalisi yang menyebabkan kebijakan tidak optimal. Yang juga hasil dari kebijakan tersebut adalah dari adanya perselisihan, tawar menawar dan kompromi.

4. Agenda politik internasional sangat luas.

- Dengan ini kaum pluralis menolak pengkajian bahasan yang hanya terpaku dengan bahasan militer dan keamanan. Dimana agenda dari politik internasional jauh lebih luas dari itu. Yaitu juga adanya argumen dari kaum pluralis semenjak tahun 1980an isu sosial dan ekonomi dipandang lebih dominan.¹⁷

Diantara aktor-aktor non-negara yang berada pada dinamika hubungan internasional, PMN adalah salah satu yang paling berpengaruh. Berdasarkan *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*, PMN secara definitif merupakan suatu badan bisnis yang beroperasi di lebih dari satu negara yang beroperasi didalam suatu sistem pengambilan keputusan yang melakukan kebijakan dan strategi secara independen untuk keberlangsungannya.¹⁸ Dalam praktiknya, PMN sebagai salah satu aktor dalam hubungan internasional dinilai

¹⁷ M. Saeri, "Teori Hubungan Internasional Sebuah Pendekatan Paradigmatik," *Jurnal Transnasional* 3, no. 2 (February 2012): , diakses pada 16 Januari 2018.

¹⁸ "Transnational Corporations Statistics," *Op. Cit.*, United Nations Conference on Trade and Development.

seringkali bertindak dengan tidak etis dan tidak menjalankan norma yang wajar. Yaitu seperti yang telah dituturkan, PMN seringkali melakukan tindakan seperti kerja paksa, mempekerjakan anak dibawah umur, dan eksploitasi tidak bertanggung jawab. Maka pada KTT PBB di Rio pada tahun 1992 mengharuskan untuk setiap badan transnasional yang juga termasuk PMN untuk melakukan tanggung jawab sosial dalam praktiknya.¹⁹ Dalam kasus ini PMN dalam praktik bisnisnya tidak dapat mengesampingkan *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan). Dalam suatu perusahaan, hal ini dapat dilakukan dalam bentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Di Indonesia sendiri yang merupakan lokasi kasus pembahasan juga turut mengatur mengenai CSR dalam sebuah perusahaan. Pembahasan CSR sendiri ada pada undang-undang nomor 40 tahun 2007 mengenai perseroan dan dibahas lebih merinci di peraturan pemerintah nomor 47 tahun 2012 mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Pada dasarnya melalui keduanya diatur bahwa di Indonesia sendiri perusahaan wajib untuk memperhatikan praktik Tanggung Jawab Sosial didalamnya. Dimana sejalan dengan bahasan sebelumnya, tidak hanya semata menjalankan praktik ekonomi tetapi perusahaan juga harus memerhatikan tindakan etis kepada lingkungan dan masyarakat dalam praktiknya.

Sebelum membahas lebih dalam mengenai CSR, perlu diambil pengertian secara teoritis mengenai CSR itu sendiri. Pertama-tama definisi CSR yang diambil adalah dari Edwin Epstein yaitu:

¹⁹ Subhabrata Bobby Banerjee, "Corporate Social Responsibility: The Good, The Bad and The Ugly," *Critical Sociology* 34, no. 1 (2008): , diakses pada 18 Januari 2018, <http://openaccess.city.ac.uk/6095/8/criticalsociologyfinal.pdf>.

“Corporate social responsibility relates primarily to achieving outcomes from organizational decisions concerning specific issues or problems which (by some normative standard) have beneficial rather than adverse effects upon pertinent corporate stakeholders. The normative correctness of the products of corporate action have been the main focus of corporate social responsibility.”²⁰

Pada dasarnya menurut Epstein CSR adalah sebuah keputusan dari perusahaan sebagai sebuah badan yang mempunyai dampak positif ketimbang dampak negatif bagi *stakeholders* dari perusahaan. Dalam kasus ini yang dimaksud dengan *stakeholders* adalah pihak-pihak yang mempunyai pengaruh untuk perusahaan.²¹ Jadi dapat dikatakan bukan hanyalah pemilik, konsumen ataupun karyawan semata yang harus diuntungkan melalui CSR ini sendiri. Dimana yang harus diuntungkan adalah *stakeholders* perusahaan yang juga berasal dari luar perusahaan. Yaitu seperti pemerintah dan masyarakat sebagai *stakeholders* inti²², dan banyak pihak lainnya seperti lembaga swadaya masyarakat dan kelompok kepentingan yang juga harus diuntungkan melalui CSR dalam kasus ini.

Namun dalam menjelaskan mengenai praktik CSR dalam perusahaan, ada beberapa konsep CSR yang digunakan penulis untuk menjelaskan terkait dengan topik bahasan. Yang pertama adalah *triple bottom line*. *Triple bottom line* pada dasarnya merupakan konsep CSR yang mengedepankan keberlanjutan

²⁰ Edwin M. Epstein, "The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness," *California Management Review* 29, no. 3 (Musim semi 1987):, diakses pada October 1, 2017, doi:10.2307/41165254.

²¹ Yaitu pemilik perusahaan, konsumen, karyawan, *supplier*, masyarakat, pemerintah maupun LSM berkepentingan merupakan entitas-entitas yang dikategorikan sebagai *stakeholder*.

²² M. Ahmad Daniri, *Op. Cit*, hlm. 3.

(*sustainability*) tanpa melupakan faktor bisnis dari perusahaan dalam praktiknya. Pada dasarnya konsep ini mengatakan bahwa harus adanya 3 landasan dalam menjalankan CSR. Landasan yang pertama adalah *profit* atau keuntungan. Hal ini merupakan hal dasar perusahaan dimana dalam aktivitasnya perusahaan harus menilai keuntungan dan kerugian dalam upaya yang mereka lakukan. Kedua adalah *people* atau masyarakat. Maksudnya adalah praktik yang dilakukan oleh perusahaan harus memiliki dampak sosial yang positif bagi masyarakat. Dan yang ketiga adalah *planet*, yang berarti aktivitas dari perusahaan harus bisa bertanggung jawab kepada lingkungan dalam praktiknya. Ketiga landasan tersebut menciptakan 3P yaitu *profit*, *people*, dan *planet* dimana perusahaan dalam praktik CSR harus menguntungkan pihak yang berada di ketiga landasan ini. Pendeknya, perusahaan harus menguntungkan dirinya sendiri, menguntungkan masyarakat, dan tidak merugikan lingkungan atau malah juga turut menguntungkan lingkungan dalam praktiknya.²³

Selanjutnya untuk menjelaskan CSR penulis menggunakan teori Piramida CSR Carroll. Sebelumnya Carroll mendefinisikan CSR itu sendiri seperti berikut:

“The social responsibility of business encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary (philanthropic) expectations that society has of organizations at a given point in time.”²⁴

²³ "Triple bottom line," The Economist, November 17, 2009, diakses pada 17 Januari 2018, <http://www.economist.com/node/14301663>.

²⁴ Archie B. Carroll dan Ann K. Buchholdtz, *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*, ed. Ke-7. (Mason, Ohio: Cengage Learning, 2008), hlm. 40.

Gambar 1.1: Piramida Corporate Social Responsibility Archie B. Carroll.



Sumber: Archie B. Carroll dan Ann K. Buchholdtz, *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*, ed. Ke-7. (Mason, Ohio: Cengage Learning, 2008).

Pada dasarnya Carroll mempunyai pandangan bahwa sebuah perusahaan dalam melakukan CSR mempunyai 4 tanggung jawab yang harus menjadi fokusnya. Tanggung jawab ini adalah ekonomi, legal, etis, dan filantropis. Tanggung jawab yang pertama yaitu ekonomi mengharuskan perusahaan untuk melakukan aktivitasnya dengan juga harus menguntungkan bagi pihak perusahaan. Selanjutnya adalah legal dimana perusahaan dalam praktiknya harus bertindak sesuai dengan aturan/hukum. Carroll menjelaskan dalam poin ini bahwa pada dasarnya perusahaan harus “bermain berdasarkan aturan” yang maksudnya adalah harus taat aturan secara tertulis dalam praktiknya.

Ketiga adalah tanggung jawab etis. Tanggung jawab etis pada dasarnya mirip dengan tanggung jawab legal. Akan tetapi bedanya adalah etis cenderung bertindak lebih berdasarkan norma ketimbang hukum. Yang dimana perusahaan harus bertindak sesuai dengan norma sosial yang ada. Terakhir tanggung jawab filantropis. Tanggung jawab ini mempunyai arti untuk “memberikan kembali”

kepada masyarakat atas keuntungan yang telah didapat. Tanggung jawab ini bersifat sukarela dan tidak memaksa. Contoh darinya adalah perusahaan memberikan makanan kepada korban bencana alam dan melakukan penanaman pohon terhadap hutan yang rusak.

Jika mengacu semata pada piramida, oleh seketika dapat diasumsi bahwa berurut dari tanggung jawab Ekonomi merupakan yang paling penting. Asumsi tersebut tidaklah salah, akan tetapi ada penjelasan yang lebih dalam darinya. Dengan ini, maksudnya adalah bukan berarti satu tanggung jawab dapat berdiri sendiri tanpa tanggung jawab lainnya. Melainkan untuk menjalankan CSR yang sempurna, pada dasarnya keempat tanggung jawab tersebut harus ada.

Gambar 1.2: Ilustrasi mengenai bentuk Corporate Social Responsibility menurut Carroll.

$$\begin{aligned} & \textit{Economic Responsibilities} + \textit{Legal Responsibilities} + \textit{Ethical Responsibilities} \\ & + \textit{Philanthropic Responsibilities} \\ & = \textit{Total Corporate Social Responsibility} \end{aligned}$$

Sumber: Archie B. Carroll dan Ann K. Buchholdtz, *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*, ed. Ke-7. (Mason, Ohio: Cengage Learning, 2008).

Pada dasarnya, jika salah satu tanggung jawab tidak ada, tidak akan menyempurnakan CSR. Jika ekonomi tidak ada, dasar dari aktivitas bisnis seakan hilang. Jika legal tidak ada, sama saja tidak bisa beroperasi karena tindakan perusahaan tidak melakukan praktik sesuai aturan yang disediakan. Sama juga pada tanggung jawab etis, yaitu perusahaan dapat dilihat sebagai entitas yang tidak konsisten jika tidak menjalankan praktik sesuai norma yang juga akan berdampak ke citra perusahaan. Dan tentu jika filantropis tidak ada, tidak akan

sempurna karena praktik CSR sendiri juga dikenal sebagai tindakan filantropis pada umumnya.

Dalam bukunya *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management* Carroll juga turut membahas secara merinci mengenai poin *Corporate Philanthropy* yang juga cocok untuk menjelaskan kontribusi The Body Shop di hutan Batang Toru. Sebelumnya secara merinci *Corporate Philanthropy* diartikan oleh Carroll sebagai upaya dari perusahaan untuk memberikan bantuan secara cuma-cuma atas dasar simpati atau kemanusiaan kepada pihak yang dibantu.²⁵ Perusahaan sendiri dapat memberikan bantuan dengan cara langsung memberikan aset yang mereka miliki. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam kasus ini, akan tetapi yang paling mendasar adalah dengan memberikan saluran dana kepada pihak yang dituju.

Dalam bantuan kemanusiaan pada konteks *Corporate Philanthropy*, salah satu aksi yang kerap kali dilakukan adalah melalui memberikan bantuan pada lembaga non-profit. Lembaga non-profit yang diberikan hibah dalam pembahasan ini dapat bervariasi yang dimana isu yang dihadapi masing-masing pun berbeda. Salah satu lembaga non-profit yang diberikan bantuan adalah yang berbasis masyarakat dan komunitas (*civic and community activities*).²⁶ Dalam kategori ini, aktivitas yang dominan dilakukan oleh lembaga non-profit bergerak di bidang memperdaya masyarakat, dan keberlingkungan. Jadi pada dasarnya dalam poin

²⁵ Archie B. Carroll dan Ann K. Buchholdtz, *Op. Cit.*, hlm. 626-627.

²⁶ Archie B. Carroll dan Ann K. Buchholdtz, *Op. Cit.*, hlm. 633.

Corporate Philanthropy, bantuan melalui aset yang dimiliki perusahaan terhadap suatu isu keberlingkungan merupakan salah satu contoh nyata darinya.

Selanjutnya penulis turut menyertakan *Corporate Social Incentives* untuk mendukung penjelasan mengenai praktik CSR TBS. *Corporate Social Initiatives* menyediakan 6 poin yang pada intinya mempunyai fokus dalam bagaimana sebuah perusahaan dapat mendukung keberlangsungan sosial dan untuk memenuhi komitmen CSR nya. Berikut adalah beberapa poinnya.

1. **Cause Promotion:** dimana perusahaan melakukan sebuah bentuk promosi yang pada dasarnya perusahaan melakukan suatu bentuk usaha yang ditujukan untuk meningkatkan kepedulian terhadap suatu isu sosial. Hal ini dilakukan dengan cara seperti menggalang dana dan partisipasi yang pada dasarnya ditujukan untuk mendukung isu sosial tersebut.
2. **Cause-related marketing:** merupakan sebuah komitmen dari perusahaan terhadap sebuah isu tertentu dengan memberikan sebagian keuntungan yang diperoleh kepada yang dituju. Biasanya hal ini dilakukan dengan batas waktu tertentu, melalui produk tertentu terhadap tujuan amal yang spesifik. Juga perusahaan biasanya melakukan hal ini dengan bekerjasama dengan LSM tertentu. Perilaku ini dilihat sebagai *win-win-win solution* dimana dapat menguntungkan citra perusahaan dengan mengatasmakan amal, lalu menguntungkan pihak tujuan tentunya, dan selaras dengan kepentingan LSM yang bekerjasama dengan perusahaan.
3. **Corporate Social Marketing:** Situasi dimana perusahaan mendukung pembangunan atau mendukung perubahan kebiasaan menjadi positif.

Yaitu pada dasarnya adalah untuk maksud meningkatkan kesehatan masyarakat, keamanan, keberligkungan, ataupun peningkatan taraf hidup masyarakat. Poin ini dapat dikatakan mirip dengan *Cause Promotion*, akan tetapi perbedaan ada di fokus. Yaitu dimana *Social Marketing* sendiri fokus pada perubahan kebiasaan (*behavioural change*) dari masyarakat dan *Cause Promotion* lebih fokus pada meningkatkan kesadaran, penggalangan dana dan sukarela yang khusus diperuntukan untuk sebuah isu sosial yang ada. Hal ini sendiri bisa dilakukan melalui program yang langsung diinisiasikan oleh perusahaan, ataupun bekerjasama dengan suatu lembaga dalam programnya.

4. **Corporate Philanthropic:** Merupakan bentuk paling dasar dari bagaimana perusahaan melakukan tindakan amal. Yaitu adalah dengan memberikan sesuatu langsung ke tujuan amal yang diberikan. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan dana langsung, donasi ataupun menyediakan barang yang dibutuhkan.
5. **Community Volunteering:** Perusahaan melibatkan dari pihaknya sendiri untuk ikut serta dalam aktivitas sukarela. Dalam kasus ini karyawan langsung terjun ke lapangan untuk ikut serta dalam aktivitas amal yang dilakukan perusahaan. Hal ini sendiri juga dapat dilakukan dengan secara langsung dari perusahaan sebagai penyedia ataupun disediakan oleh LSM.
6. **Socially Responsible Business Practices:** Perusahaan sendiri juga harus mempunyai praktik bisnis yang bertanggung jawab. Maksudnya disini adalah perusahaan juga harus beroperasi secara etis. Pada dasarnya dalam

praktiknya perusahaan diharapkan dalam praktiknya dapat mendukung kesejahteraan masyarakat dan melestarikan lingkungan.²⁷

Konsep-konsep CSR sendiri melihat analisa melalui pandangan PMN semata. Bagaimanapun, aktor non-negara yang juga memainkan peran penting dalam bahasan terkait konservasi hutan di Batang Toru adalah Organisasi Non-Pemerintah (ONP) – atau *Non-governmental Organization* (NGO). Pada penulisan ini penulis mengambil definisi dari LSM atau NGO berdasarkan Bank Dunia yang berbunyi berikut:

*“private organizations that pursue activities to relieve suffering, promote the interests of the poor, protect the environment, provide basic social services, or undertake community development”.*²⁸

Pada dasarnya NGO berdasarkan Bank Dunia merupakan organisasi swasta yang dimana aktivitasnya bergerak di bidang isu sosial, pengembangan komunitas dan kemanusiaan. Perlu diingat juga bahwa ada 2 tipe NGO secara garis besar. Yaitu NGO dan INGO atau *International* NGO. Perbedaan darinya sederhana, yaitu dimana NGO sifatnya lebih lokal sedangkan INGO lebih tersebar lintas batas negara.

Bagaimanapun ONP sendiri dalam arti umum mempunyai cakupan yang sangat luas. Seperti contohnya, ada yang menyamai ONP dengan PMN karena

²⁷ Philip Kotler and Nancy Lee, *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause* (Wiley, 2004), hlm 22-24.

²⁸ Carmen Malena, *Working with NGOs: A Practical Guide to Operational Collaboration between The World Bank and Non-Governmental Organization*, (Washington D. C, World Bank, 1995), hlm. 13-15.

keduanya adalah sektor swasta yang tidak dikuasai oleh pemerintah. Maka untuk menghindari ambiguitas penulis mengambil definisi dari Bank Dunia ini yang dimana ONP sendiri diidentikkan dengan *Non-profit Organization* (NPO) atau organisasi non-profit juga biasa di sebut Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dalam bahasa Indonesia.²⁹

LSM secara khusus identik dengan organisasi yang berbasis nilai yang bergantung pada donasi dan sukarela dari masyarakat. Walaupun selama kurang lebih dua dekade sudah banyak LSM yang sudah dapat dikatakan resmi dan profesional, altruisme dan kesukarelawan merupakan ciri khas yang harus ada didalamnya.

Bank Dunia juga mengakui akan hal-hal yang merupakan kelebihan dari LSM dalam bidangnya berdasarkan definisi yang sebelumnya di jelaskan. Antara lain kelebihan dari LSM berdasarkan Bank Dunia adalah:

1. **Mempunyai relasi yang kuat dengan masyarakat.** Bank Dunia menggunakan kata "*grassroots*" yang dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai masyarakat hingga pedalaman. Jadi dapat diartikan melalui poin pertama ini LSM dapat mempunyai relasi kuat dengan masyarakat hingga level terlokal.
2. **Memiliki keahlian di lapangan.** Poin ini dapat diartikan bahwa masyarakat di LSM mempunyai pengetahuan yang lebih dalam ketika

²⁹ Term LSM adalah yang akan digunakan penulis sepanjang penulisan

terjun ke lapangan dalam masalah sosial tertentu – seperti bencana alam dan konservasi lingkungan.

3. **Kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi**
4. **Berorientasi proses dalam pembangunan**
5. **Komitmen jangka panjang dan fokus pada keberlanjutan (*sustainability*)**
6. **Hemat dalam penggunaan biaya.**

Hal-hal tersebut adalah hal positif yang dapat dikontribusikan oleh LSM berdasarkan Bank Dunia terutama dalam bidang isu sosial dan kemanusiaan. Dapat dilihat pada dasarnya Bank Dunia sendiri juga telah mengakui pentingnya keberadaan LSM terutama dalam upaya bantuan seperti melindungi lingkungan, membantu rakyat miskin, dan pengembangan masyarakat yang pada dasarnya merupakan isu-isu sosial. Jadi melalui hal ini sendiri Bank Dunia juga mengakui akan pentingnya peran LSM serta pentingnya akan menyertakan peran LSM dalam masalah-masalah tersebut karena hal ini adalah merupakan fokus bidang pekerjaannya. Maka dari itu, selaras dengan pandangan pluralisme, dampak dari LSM sebagai aktor non-negara tidak dapat dipandang sebelah mata dalam isu sosial.

Dalam program bio-bridges sendiri peran dari LSM juga sangat penting untuk keberlangsungannya. Dengan ini penulis memilih *Cross-Sector Social-oriented Partnership* (CSSPs) sebagai landasan untuk menjelaskannya. Pada dasarnya CSSP adalah sebuah komitmen dimana organisasi bergabung secara kolaboratif antar sektor untuk mengatasi isu sosial – seperti perkembangan

ekonomi, edukasi, kesehatan, pengentasan kemiskinan, peningkatan kapasitas masyarakat dan ketahanan lingkungan (*environmental sustainability*).³⁰ Perlu diingat bahwa bentuk kerjasama dalam CSSP dilakukan diantara sektor-sektor yang berbeda. Sektor-sektor yang dimaksud dalam CSSP adalah badan Bisnis, LSM dan Pemerintah. Kerjasama dalam CSSP sendiri dilakukan melalui proyek yang dituju pada isu sosial yang dimana kolaborasi diberlakukan sebagai satu kelompok. Proyek tersebut dapat dilakukan secara transaksional yaitu jangka pendek atau integratif dan developmental yang cenderung jangka panjang.

CSSP sendiri memiliki 2 landasan di dalamnya yang dimana landasan ini adalah alasan mengapa kolaborasi dilakukan sejak awal. Pertama adalah *resource dependence*. Dalam landasan ini kolaborasi dilakukan karena adanya kepentingan pribadi masing-masing perusahaan yang dilihat sebagai tujuan utama. Dengan ini kolaborasi dilakukan karena antar sektor membutuhkan sektor lainnya dalam kepentingannya. Maka isu sosial di bagian ini dinomor duakan dan kepentingan dari organisasi adalah yang di prioritaskan. Kedua adalah *social issues* yang dimana poin ini berbalik dengan poin pertama, yaitu tujuan utama dari kolaborasi adalah isu sosial itu sendiri sedangkan keperluan pribadi adalah yang sekunder. Maka dengan ini landasan yang kedua lebih bersifat sukarela dibanding yang pertama. Dalam kolaborasi, landasan CSSP ada diantara kedua poin ini.

Dalam CSSP ada 4 tipe arena dalam kerjasama antar sektor yaitu adalah Bisnis-LSM, Bisnis-Pemerintah, LSM-Pemerintah, dan kolaborasi ketiganya.

³⁰ John W. Selsky and Barbara Parker, "Cross-Sector Partnerships to Address Social Issues: Challenges to Theory and Practice," *Journal of Management* 31, no. 6 (Desember 2005):, diakses pada 2 Juni 2018, doi:10.1177/0149206305279601.

Masing-masing arena memiliki tipe yang berbeda dalam kerjasama dan penjelasannya berbeda dalam detil masing-masing. Pada bahasan terkait, kolaborasi Bisnis-LSM adalah yang dipakai dan dengan ini arena tersebut yang hanya akan dibahas secara detil. Perlu diingat bahwa ada 3 tahap yang berlaku pada setiap arena. Pertama adalah formulasi, yang dimana tiap organisasi harus mengetahui akan mengapa mereka tergabung dalam kolaborasi. Lalu dilanjutkan dengan implementasi, dimana dalam hal ini secara garis besar harus diidentifikasi akan kejelasan dari mekanisme kerjasama. Terakhir adalah tahap *outcome* atau bagaimana hasil dari kerjasama. Secara garis besar, agar adanya kerjasama yang efektif, organisasi yang terkait harus mempercayai satu dengan yang lainnya dalam pekerjaannya.

Pada arena bisnis-LSM, keduanya tentu memiliki pandangan masing-masing mengenai kolaborasi ini. Berdasarkan LSM, kerjasama ini dapat dilihat sebagai taktik yang strategis. Sektor bisnis sendiri cenderung lebih tertarik akan kerjasama yang memiliki dampak langsung seperti ketahanan lingkungan dan edukasi. Pada tahap pertama yaitu formulasi, tiap organisasi harus mengidentifikasi tujuan kolektif yang ingin dicapai melalui kerjasama. Yaitu juga didalamnya alasan mengapa masing-masing organisasi memilih satu dengan yang lainnya. Kedua pada implementasi, organisasi yang terkait harus mengetahui betul akan peran masing-masing dan mekanisme dari kerjasama yang dijalankan. Dalam kerjasama ini kekuasaan dari tiap organisasi tidak harus seimbang, tetapi yang terpenting adalah keduanya harus menyadari akan peran masing-masing dalam kerjasamanya. Maka di tahap ini komunikasi yang jelas merupakan

komponen sangat penting. Terakhir adalah tahap *outcome* dimana adanya determinan terhadap hasil yang dicapai. cakupan darinya tidak dibatasi, melainkan determinan dari hasil ini bisa ditentukan melalui persepsi masing-masing organisasi. Seperti bagi perusahaan yaitu memperoleh keuntungan, sedangkan bagi LSM selesainya isu sosial.

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan penulis adalah metode kualitatif. Pada dasarnya metode kualitatif mengacu kepada penelitian yang dimana datanya sendiri diambil dari wawancara, dokumen-dokumen yang berkaitan, audio-visual dan observasi lapangan.³¹ Dengan metode ini penulis akan mencoba untuk mendeskripsikan situasi yang ada dalam pembahasan dengan mengacu pada kerangka yang telah dipaparkan.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengkaji CSR The Body Shop dan kerjasamanya dengan Yayasan Ekosistem Lestari didalamnya penulis melakukan pengambilan data primer dan sekunder. Untuk data primer, penulis melakukan wawancara langsung dengan Rika Anggraini selaku *General Manager Corporate Affairs and Sustainability* dari The Body Shop Indonesia terkait dengan mekanisme program bio-bridges sendiri termasuk implementasinya. Selanjutnya data sekunder diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang diambil dari beberapa sumber. Dalam kasus ini

³¹ John W. Creswell, *Research Design: Quallitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, ed. ke-3. (Thousand Oaks, Amerika Serikat: Sage Publications, 2009), hlm. 15.

penulis mendapatkan data dengan bentuk dokumen resmi dari perusahaan TBS, Jurnal, Buku, Proposal, Laporan, Audio Visual dan beberapa Situs untuk mendukung argumen lainnya.

1.7 Sistematika Pembahasan.

Pembahasan terdiri atas 4 bab. Yaitu Bab 1 pendahuluan, Bab 2 sampai 4 pembahasan dan kesimpulan.

Pada Bab 1, akan membahas mengenai Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan penelitian ini, menjelaskan kerangka pemikiran sebagai acuan penelitian dan pada dasarnya menjelaskan masalah atau isu yang akan dikaji.

Di Bab 2 akan membahas mengenai gambaran umum dan sejarah dari The Body Shop International Plc. untuk memberikan gambaran mengenai karakter perusahaan darinya.

Pada Bab 3 penulis akan membahas mengenai CSR dari The Body Shop yang dilakukan di Indonesia dalam rangka memenuhi salah satu komitmen *Enrich not Exploit*. Tentu dengan ini juga akan dijabarkan mengenai aktivitas dari Yayasan Ekosistem Lestari sebagai rekan kerjasama The Body Shop dalam upaya pembentukan bio-bridges di Indonesia.

Dan pada Bab 4 penulis akan memberikan kesimpulan dari penulisan ini.