

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS  
(SDGs) DAN KONTRIBUSI UNILEVER SEBAGAI  
MULTINATIONAL CORPORATION (MNC) DI  
INDONESIA PADA TAHUN 2017**

**Ilham Azhari Lubis dan Siti Muslikhati<sup>1</sup>**

*Program Studi Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*

**ABSTRACT**

*The objective of this research is focused on contributions that has been given by Unilever as a Multinational Corporation (MNC) towards Sustainable Development Goals (SDGs) agenda in Indonesia 2017. The presence of MNC is greatly affects social and environmental of a country in so many ways, which then gave rise to a stigma that corporate social responsibility will not be pure and serious without any loyalty purposes from corporate stakeholders. Unilever with CSR Unilever Sustainable Living Plan (USLP) Programme be the one of truly examples from multinational corporation's social responsibility against sustainable development. Their commitment for giving the best for social and environment of Indonesia for accepting and giving so many sources to the presence of Unilever, will it be aligned with sustainable development according to SDGs agenda adopted by Indonesia. Using a combination of two concepts between CSR and Efectivity, it can be seen how the CSR USLP works and also suitability of the target achievements claimed by Unilever with sustainable development in Indonesia 2017.*

**Key words: Multinational Corporations, Unilever, CSR, SDGs, Indonesia.**

---

<sup>1</sup> Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

*Sustainable Development Goals (SDGs)* atau dikenal juga sebagai tujuan global dibawah naungan *United Nations Development Programme (UNDP)* yang secara universal menyerukan aksi pemberantasan kemiskinan, melindungi bumi serta memastikan semua orang menikmati perdamaian dan kesejahteraan. SDGs lahir pada konferensi PBB dalam pembangunan di Rio de Janeiro pada tahun 2012 (UNDP, 2019). Dalam agenda sidang umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tanggal 25 September 2015 yang diselenggarakan di New York, Amerika Serikat secara resmi mengesahkan SDGs sebagai sebuah kesepakatan pembangunan global.

SDGs memiliki 17 Tujuan umum dengan keseluruhan tujuan tersebut memuat segala jenis pembangunan dunia di dalam berbagai macam sektor, 17 tujuan SDGs

tersebut ialah : menghapus kemiskinan, mengakhiri kelaparan, kesehatan yang baik dan kesejahteraan, Pendidikan bermutu, kesetaraan gender, akses air bersih dan sanitasi, energi bersih dan terjangkau, pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, infrastruktur industry dan novasi, mengurangi ketimpangan, kota dan komunitas yang berkelanjutan, konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, penanganan perubahan iklim, menjaga ekosistem laut, menjaga ekosistem darat, perdamaian dan institusi peradilan yang kuat, kemitraan untuk mencapai tujuan. Keseluruhan tujuan SDGs ini berlaku untuk semua (universal) negara-negara anggota PBB, baik negara maju, miskin, dan negara berkembang (Hilarius, 2012).

Indonesia sebagai salah satu anggota dewan PBB turut mengesahkan SDGs pada sidang umum PBB pada tahun 2015 yang saat itu diwakili oleh wakil presiden Jusuf Kalla

bersama sekurangnya 193 kepala negara yang hadir saat itu. Para perwakilan negara-negara anggota PBB yang hadir mengadopsi secara aklamasi sebuah dokumen yang berjudul “*Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*”. Dengan demikian, negara-negara tersebut menyetujui bentuk sebuah *platform* baru dengan terminologi baru pula, yakni SDGs (Zaki, 2016).

Pemerintah Republik Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia dan juga pembangunan infrastruktur guna meningkatkan pembangunan berkelanjutan sebagai bentuk pengimplementasian SDGs di Indonesia. Salah satu bentuk komitmen Indonesia dalam upaya pencapaian SDGs ialah dengan ditetapkannya PERPRES nomor 59 tahun 2017 tentang Pelaksanaan

Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan pada tanggal 4 Juli 2017 (PPN/Bappenas, 2017).

Pelaksanaan SDGs di suatu negara bisa tercapai apabila seluruh pihak di negara tersebut turut saling bahu membahu untuk sama-sama mewujudkan agenda global ini, baik itu pemerintah ataupun aktor-aktor non-pemerintah seperti perusahaan multinasional, organisasi non-pemerintah, atau bahkan sampai ke taraf masyarakatnya sebagai individu di dalam negara.

Unilever merupakan sebuah perusahaan multinasional yang berkantor pusat di Rotterdam, Belanda dengan nama “Unilever N.V.” (Unilever Indonesia, 2019). Dengan predikat produsen kebutuhan rumah tangga terbesar ke-3 di dunia, Unilever bertahan hingga saat ini sebagai penyandang gelar perusahaan tertua dengan *Market Place* yang tersebar di lebih dari 190 negara di

seluruh dunia (Unilever Indonesia, 2019). Unilever masuk ke Indonesia pada tanggal 5 Desember 1933 (Deil, 2015). Pada tahun 2017, Unilever menerima 11 penghargaan bergengsi berkenaan dengan pembangunan berkelanjutan. Penghargaan tersebut datang dari organisasi dan institusi nasional maupun internasional, beberapa penghargaan tersebut diantaranya ialah penghargaan dari majalah Forbes dengan kategori “*The World Most Innovative Companies*”, penghargaan dari majalah ekonomi dan finansial, Finance Asia, dengan dua kategori berbeda yaitu urutan ke lima kategori “*Most Committed to Corporate Governance*” dan urutan ke tujuh dalam kategori “*Best Managed Company*”, penghargaan dari media Warta Ekonomi dalam kategori “*Indonesia Corporate Reputation Award 2017*”, penghargaan dari Global Initiatives dalam agenda “*Sustainable Business Awards*” dengan dua kategori berbeda yaitu

“*UN Sustainable Development Goals (SDGs)*” dan “*Flagship*”, dan lainnya (Unilever Indonesia, 2017).

Banyak tantangan yang harus dihadapi oleh Indonesia di samping segala tawaran yang diberikan oleh Unilever, seperti penguasaan lahan, pemanfaatan sumber daya yang dimiliki Indonesia, dampak dari kehadirannya terhadap sosial dan lingkungan sekitar, mengingat Unilever merupakan perusahaan besar yang kemudian masuk ke negara berkembang seperti Indonesia. Sampai pada tahun 1980-an, tindakan dari sebuah MNC tercatat oleh beberapa penelitian hanya akan progresif dan akuntabel jika untuk kepentingan mereka saja. Pandangan tersebut mengartikan bahwa tindakan sebuah MNC, termasuk Unilever, menjadi sebuah tindakan yang berporos terhadap sifat *Profit-Oriented* atau juga dapat diartikan bahwa segala tindakannya hanya demi nama baik brand

yang menargetkan keuntungan. Hal ini membuat ketiadaan tindakan tanggung jawab yang legal di dalam aktivitas sistem kepentingan korporasi terhadap sosial dan lingkungan di mana mereka menjalankan industrinya (Digdowiseiso, 2010). Sebagai salah satu perusahaan multinasional dengan kegiatan usaha tidak lepas dari sumber daya alam yang ada di Indonesia, Unilever dianggap sebagai salah satu *stakeholders* yang juga memiliki tanggung jawab dalam perwujudan program SDGs di Indonesia.

Agar obyek penelitian menjadi jelas dan lebih spesifik serta memudahkan peneliti dalam pencarian data dan fakta untuk menjawab persoalan-persoalan yang diangkat dalam penelitian ini, batasan materi diberikan untuk menjadi jangkauan penelitian terfokus terhadap jalannya kontribusi yang diberikan oleh Unilever sebagai

sebuah *Multinational Corporation* (MNC) dalam mendukung agenda SDGs di Indonesia pada tahun 2017 saja.

## **Pembahasan**

Lahir dengan nama *Sustainable Development Goals* (SDGs) merupakan sebuah inisiatif global yang bertujuan untuk menciptakan kualitas kehidupan manusia kearah yang lebih baik dalam aspek ekonomi maupun sosial dengan catatan bahwa kegiatan yang akan dibentuk dan dilaksanakan tetap dapat bersinergi dengan baik terhadap aspek lingkungan. Pada masa pembentukannya, tidak dapat dipungkiri bahwa tujuan-tujuan dari program inisiatif global ini tidak dapat mengesampingkan pengimplementasian yang tidak hanya pada level internasional, namun juga sampai kepada tingkat nasional maupun regional (Fitri, 2016). SDGs lahir dengan turut mengadopsi beberapa kesepakatan internasional, diantaranya:

- 1) *Sendai Framework for Disaster Risk Reduction* (Maret, 2013)
- 2) *Addis Ababa Action Agenda on Financing for Development* (Juli, 2015)
- 3) *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development* (September, 2015)
- 4) *Paris Agreement on Climate Change* (Desember, 2015)

Saat ini, sebuah forum *High-level Politic* pada pembangunan berkelanjutan dibentuk dan rutin diadakan oleh PBB sebagai media untuk terus mengawasi dan mengevaluasi SDGs (Nations, 2016). Forum tersebut menjadi wadah untuk seluruh *stakeholders* untuk ikut serta dalam mengevaluasi dan mengawasi perkembangan agenda SDGs di seluruh dunia.

Dalam presentasinya, J.

Rockstrom dan P. Sukhdev menyebutkan bahwa SDGs memiliki 17 Tujuan umum dengan 109 indikator utama dan 111 indikator tambahan yang diusulkan oleh *Sustainable Development Solution Network* (SDSN) (Agus Sutopo, 2014). Indikator digunakan sebagai tujuan dan pengukur keberhasilan perwujudan program SDGs yang terbagi ke dalam 3 elemen penting dalam kehidupan, yaitu: *Economy, Society, & Biosphere*. Keseluruhan tujuan dari agenda SDGs tersebut memuat segala jenis pembangunan dunia di dalam berbagai macam sektor (Nations, 2016).

Menurut Baker dalam Raman (2012), disebutkan bahwa CSR merupakan salah satu bentuk program perusahaan yang berkomitmen dalam jangka panjang untuk memberikan kontribusi pembangunan sosial kepada publik dan juga karyawan perusahaan. (M. Raman, 2012)

Menurut The 515

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) dalam Solihin, menyebutkan bahwa CSR dianggap sebagai sebuah kontribusi dari perusahaan yang bermanfaat terhadap pembangunan berkelanjutan (Solihin, 2009).

Dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu konsep bahwa organisasi ataupun perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan baik secara pemenuhan atas kewajiban ataupun etika, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hopkins, 2014). Program CSR yang digagas oleh Unilever dikenal sebagai program CSR *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) yang telah digagas

sejak tahun 2010. USLP memuat tiga tujuan besar, yaitu: Meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan untuk lebih dari 1 miliar orang, mengurangi dampak terhadap lingkungan hingga setengahnya, dan meningkatkan penghasilan untuk jutaan orang. USLP berdiri dengan Sembilan pilar utama, yaitu : kesehatan dan kebersihan, meningkatkan nutrisi, gas rumah kaca, penggunaan air, limbah kemasan, pembelian bahan baku berkelanjutan, keadilan ditempat kerja, peluang bagi perempuan, dan bisnis inklusif (UK, 2019).

Tiga tujuan besar program CSR USLP menjadi jalan Unilever untuk menciptakan kebaikan untuk perusahaan dan masyarakat. Sejak pertama kali diluncurkan pada tahun 2010 hingga pada tahun 2017 program CSR USLP masih terus menjadi pondasi untuk mempromosikan kebaikan untuk memperoleh kepercayaan pasar

terhadap produk-produk mereka. Dari setiap tujuan memiliki tindakan dan sasaran yang harus diimplementasikan termasuk juga terhadap perusahaan sendiri. Dengan pelaksanaan program-program dari USLP, Unilever secara langsung berkontribusi dalam pencapaian agenda SDGs di Indonesia, terutama dalam sektor sosial, lingkungan dan juga ekonomi (Unilever Indonesia, 2017).

Dalam pengimplementasian program CSR USLP pada tahun 2017 di Indonesia, Unilever bekerja sama dengan pemerintah dan organisasi-organisasi yang relevan terhadap bidang dan kegiatan dari program CSR USLP, hal tersebut diharapkan agar memberikan perubahan yang nyata terhadap sosial masyarakat. Di Indonesia sendiri, penerapan dan pelaksanaan program-program CSR USLP dilaksanakan melalui Yayasan Unilever Indonesia (YUI) yang berdiri sejak 27 November

2000 (Unilever Indonesia, 2017). YUI sendiri memiliki misi untuk mencari dan membantu perkembangan potensi yang dimiliki oleh komunitas masyarakat, menyediakan nilai tambah kepada masyarakat atau sosialisasi, juga bekerjasama dengan rekan kerja sama dan bertindak sebagai penyaring rekan kerjasama untuk formasi *partnership* (Ibid).

Dalam Dody Prayogo dan Yosef Hilarus (2012), program CSR sebuah perusahaan harus dilihat bagaimana mereka berpartisipasi didalam pembangunan berkelanjutan atau SDGs (Hilarus, 2012). Dalam mempelajari pengimplementasian program CSR dari sebuah perusahaan dapat menggunakan beragam jenis variable sebagai spektrum untuk menggambarkan dan mengukur tingkat ketepatan dalam mencapai sasaran dari program tersebut dengan kontribusi yang ditujukan terhadap pembangunan

berkelanjutan. Variabel yang dapat digunakan dalam studi ini adalah :

- a. *Efectivity* yang dimaksudkan sebagai seberapa bermanfaat CSR Unilever terhadap pemenuhan kebutuhan para penerima (*beneficiaries*) berdasarkan tingkat kebutuhannya;
- b. *Relevance* diartikan sebagai kesesuaian program CSR dengan kebutuhan penerima berdasarkan kemampuan dan potensi lokal;
- c. *Sustainability* dimaksudkan dengan tingkat berkelanjutan program CSR Unilever baik berkelanjutan secara substansial (jelas) ataupun manajerial;
- d. *Impact* dimaksudkan secara substansial, seberapa besar

dampak positif yang ditularkan dalam program CSR Unilever;

- e. *Empowerment* dimaksudkan sebagai seberapa signifikan tingkat pemberdayaan yang dirasakan oleh penerima CSR;
- f. *Participation* dimaksudkan sebagai seberapa besar tingkat partisipasi masyarakat terhadap program CSR tersebut.

Dalam *sustainability report 2017* yang diterbitkan oleh Unilever pada tanggal 24 april 2018, tercantum beberapa aspek yang menjadi cakupan dari variable-variabel diatas. Unilever bergerak dengan program CSR USLP ini dengan tujuan yang simpel dan jelas yaitu berupaya menciptakan *Sustainable Living Commonplace*, mereka percaya bahwa sebuah bisnis perusahaan tidak hanya berjalan dengan lancar namun juga

tetap memikirkan tantangan sosial dan global (PT UNILEVER INDONESIA TBK, 2018).

Masalah kesehatan masih menjadi salah satu permasalahan yang belum terselesaikan oleh pemerintah Indonesia, dimulai dengan rendahnya anggaran pemerintah hingga masih banyaknya masyarakat yang tidak memiliki kesadaran akan hidup bersih dan sehat menjadi penyebab utamanya (Aditya, 2014). Maka dari itu sesuai kebutuhan akan pemahaman hidup bersih dan sehat, Unilever melalui program CSR USLP pada tahun 2017 mencoba untuk melakukan beberapa inisiasi kegiatan yang membantu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia (Hilarius, 2012).

Dalam program besar pertama USLP, Unilever menerapkan pilar kesehatan dan kebersihan dalam upaya untuk mencegah masalah kesehatan yang mengancam jiwa. Pada

konteks Indonesia, Unilever turut bekerjasama dengan para pemangku kepentingan yang relevan dengan isu, dan berfokus terhadap kegiatan yang mampu mendorong pengembangan perilaku hidup sehat di masyarakat dan terus meningkatkan nutrisi dalam produk-produk mereka. Dengan menggunakan kedua pendekatan tersebut, Unilever ingin berkontribusi dalam meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan.

Berdasarkan sebuah riset kesehatan pada tahun 2013 ditemukan bahwa penyakit ditularkan melalui udara, vector, makanan, air, dan melalui media transmisi lainnya. Kondisi seperti itu berkaitan dengan Indeks Pengembangan Kesehatan Masyarakat (IPKM) dan juga pembangunan berkelanjutan yang ada pada agenda SDGs. Sebagian besar penyakit dan kematian yang diakibatkan oleh penyakit ini dapat dicegah dengan menyesuaikan diri kepada gaya hidup bersih

dan sehat yang telah dideklarasikan oleh Departemen Kesehatan. Dalam inisiatif ini, Unilever Indonesia berupaya mendorong perubahan perilaku masyarakat dengan menyediakan platform informasi tentang cara hidup bersih dan sehat untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang kesehatan dan kebersihan melalui sebuah program di Indonesia (Unilever Indonesia, 2017).

#### Komitmen

Unilever terhadap kesehatan lebih lanjut ialah pada tahun 2020 proporsi dari portofolio perusahaan yang memenuhi standar nutrisi tertinggi berdasarkan pedoman komposisi makanan yang diakui secara global akan berlipat ganda. Ini akan membantu ratusan juta orang untuk membeli makanan sehat. Dengan program ini Unilever mencoba untuk meningkatkan kualitas nutrisi yang dimiliki oleh produknya untuk turut serta dalam konsumsi

bernutrisi masyarakat Indonesia.

Dalam program ini tidak ditemukan sebuah tanggung jawab sosial yang diinisiasi sebagai program yang benar-benar diberikan kepada masyarakat selain sebuah *campaign* membangun citra *brand* yang dianggap memenuhi nilai gizi. Hal ini tak lain dari sebuah bentuk promosi untuk membangun citra produk agar laku di pasaran. Jika dilihat pada komitmen Unilever dalam program ini yaitu untuk membantu meningkatkan Nutrisi orang banyak, hal ini menjadi sebuah pertanyaan tersendiri, apakah program diinisiasi untuk membantu? Atau hanya sekedar untuk meningkatkan portofolio perusahaan saja seperti yang telah disebut di awal. Maka dari itu, komitmen Unilever pada program ini dianggap tidak tepat sasaran sebagai program tanggung jawab sosial.

#### Hal

tersebut dapat dilihat dari produk Unilever yang

dianggap bermasalah dalam sumber bahan baku berkelanjutan. Permasalahan produk tersebut ada pada ketiadaan logo standar *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO) yang menjadi standar berkelanjutan bahan baku di mana Unilever juga turut menjadi salah satu aktor yang membentuk dan berkomitmen dalam RSPO. Hal ini membuat publik berasumsi tentang komitmen Unilever dalam RSPO dan bahan baku berkelanjutan. Ketidadaan logo RSPO ini sudah terjadi sejak tahun 2015 hingga tahun 2019 yang belum juga menemui titik terang. Pada tahun 2015, terungkap fakta bahwa ketidadaan logo RSPO pada kemasan produk Unilever dipertanyakan pada sebuah forum diskusi dengan tema “Sawit Berkelanjutan, Pilihan Gaya Hidup Konsumen Indonesia”, di Jakarta, pada hari Rabu tanggal 20 Juni 2015 (Redaksi, 2015). Pada tahun 2019, ketidadaan logo RSPO pada kemasan produk Unilever

juga kembali dibahas pada diskusi Jaringan Indonesia Muda, Tangerang, pada Jumat 5 Juli 2019. Ketidadaan logo RSPO juga meyakinkan banyak pihak bahwa Unilever diduga tidak membeli CSPO (bahan baku) yang berasal dari produsen lokal Indonesia, hal ini mencederai klaim Unilever tentang *sourcing* yang berkomitmen untuk menggunakan bahan baku lokal sebanyak 100% (Iskandar, 2019). Selain itu juga unjuk rasa yang dilakukan oleh perkumpulan mahasiswa wilayah Tangerang Selatan yang tergabung dalam jaringan Indonesia muda di depan gedung PT. Unilever Indonesia. mereka menuntut pemerintah dan KLHK mencabut izin yang beroperasi di Wilayah BSD City Kabupaten Tangerang karena ketidadaan logo RSPO pada produk-produk Unilever (Maarif, 2019).

Program CSR USLP pada tahun 2017 yang sesuai dengan faktor lokal yang ada pada

variabel *relevance* ialah kegiatan dalam memperoleh bahan baku dari sektor pertanian yang termaktub ke dalam etika dalam memperoleh bahan baku atau *Ethics in Sourcing* (Unilever Indonesia, 2017). Dari sana dapat diketahui bagaimana Unilever memberdayakan para petani lokal dan juga petani perempuan yang termasuk ke dalam sistem *supply chain* perusahaan dalam ketersediaan bahan baku.

Berdasarkan laporan *sustainability report 2017*, sebagian besar bahan baku yang digunakan dalam produk makanan dan minuman Unilever berasal dari produk pertanian, termasuk buah-buahan, tanaman, minyak sayur, minyak kelapa sawit, dan produk lainnya dari petani dan pekebun di seluruh dunia. Pasokan bahan baku untuk Unilever Indonesia diperoleh dari 22 pemasok lokal yang ada di Indonesia. Melalui *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP),

Unilever telah menetapkan target global untuk memasok 100% bahan baku pertanian dari sumber yang dikelola secara berkelanjutan pada tahun 2020.

Unilever adalah salah satu pengguna minyak kelapa sawit terbesar di dunia, karena minyak kelapa sawit merupakan bahan baku utama dalam banyak beragam produk mereka. Sebagai salah satu negara penghasil minyak kelapa sawit terbesar di dunia, Indonesia menjadi salah satu fokus Unilever untuk melaksanakan pembelian bahan baku secara bertanggung jawab. Unilever Indonesia bekerja sama dengan beberapa pemasok dan mitra strategis, termasuk PT. Perkebunan Nusantara III, PT. Perkebunan Nusantara V, IDH Prakarsa Perdagangan Berkelanjutan, World Resources Institute Indonesia, Yayasan Penelitian Inovasi Bumi (Inobu) dan *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO) untuk mendukung

kemandirian petani kelapa sawit, terutama di Sumatera Utara, Riau, dan Kalimantan Tengah, di mana sertifikasi RSPO telah diberikan. Program ini membangun rencana pengelolaan lahan berkelanjutan jangka panjang untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani, sambil memastikan keterpantauan dan mencegah deforestasi (Unilever Indonesia, 2017).

Salah satu prinsip utama dalam kebijakan program minyak kelapa sawit berkelanjutan adalah untuk melibatkan petani swadaya (petani kecil) ke dalam rantai pasokan. Dalam skema ini Unilever menyediakan pembinaan, pendanaan dan bantuan teknis kepada petani swadaya, dengan enam modul pelatihan, dalam rangka membangun Sistem Pengendalian Internal (ICS) untuk petani dan penerapan Praktek Pertanian yang Baik (GAP) dalam rangka

meningkatkan produktivitas, meningkatkan pendapatan, dan memudahkan petani untuk mendapatkan sertifikasi kelapa sawit berkelanjutan (RSPO) (Unilever Indonesia, 2017).

Dalam sebuah fakta di lapangan menyebutkan bahwa standar RSPO bermasalah. RSPO dengan aktualisasi standar dan proses mutu terhadap perolehan bahan baku minyak kelapa sawit menimbulkan banyak dampak negatif yang membuatnya menjadi dipertanyakan tentang komitmen utama dari RSPO itu sendiri untuk memberikan yang lebih baik terhadap lingkungan. RSPO disinyalir menjadi senjata politik Unilever dan para aktor yang ada di dalam RSPO sendiri. Mahalnya sertifikasi RSPO diduga memeras para petani kelapa sawit dan juga perekonomian Indonesia. Dalam sebuah studi penelitian yang dilakukan oleh Yusuf Basiron dkk yang berjudul "*The Burden of RSPO*

*Certification Costs on Malaysian Palm Oil Industry and Nasional Economy*”, dalam sebuah proses sertifikasi standar minyak kelapa sawit RSPO memerlukan Rp. 4.2 Triliun per 10 juta hektar kebun kelapa sawit Indonesia dalam satu tahun (GAPKI, 2016). Jika uang tersebut digunakan untuk memberdayakan masyarakat yang masih hidup di bawah garis kemiskinan, maka satu juta penduduk Indonesia dapat terbebas dari kemiskinan per tahunnya.

Program CSR USLP yang sesuai dengan variabel *sustainability* pada tahun 2017 ialah Manajemen minyak kelapa sawit lokal. Pada tahun 2016, Unilever memperbarui dan menerapkan Kebijakan Sumber Minyak Kelapa Sawit Berkelanjutan Unilever, dan menetapkan target untuk memiliki 100% minyak kelapa sawit bersertifikasi *Mass Balance* atau setara RSPO, terutama untuk minyak sawit mentah (CPO) yang

dibeli hingga pada tahun 2019. Secara global, 56% dari volume minyak sawit yang dibeli oleh Unilever berasal dari sertifikasi fisik RSPO pada akhir tahun 2017 yang menjadikan Unilever sebagai salah satu pembeli utama bersertifikasi fisik RSPO.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, komitmen standar RSPO dianggap bermasalah. Realisasi standar RSPO berbanding terbalik dengan komitmen mereka untuk memberikan yang terbaik bagi lingkungan. Fakta pelaksanaan perkebunan dengan standar RSPO juga bertentangan dengan misi RSP. Sistem standarisasi RSPO yang menganut komitmen berkelanjutan juga diduga sebagai alat politik praktis yang berkenaan dengan memudahkan perusahaan dengan standar RSPO untuk mendapatkan izin pemerintah untuk melakukan pembukaan lahan yang bisa berpotensi aksi deforestasi. Kelapa sawit merupakan tumbuhan yang tidak bisa

disandingkan dengan tanaman lain, hal ini yang membuatnya ditanam dengan jenis perkebunan monokultur. Pembukaan hutan dan penebangan pohon untuk diganti dengan tanaman sawit (sawitisasi) terlihat menjadi satu-satunya jalan untuk memberdayakan pohon palm-palman ini. Berkurangnya hutan dan juga menjadikannya menjadi wilayah terbuka, menjadi alasan utama punahnya flora dan fauna akibat kehilangan habitat di mana mereka tinggal di dalamnya, beberapa diantaranya ialah habitat orang utan dan gajah Sumatera. Wilayah Kalimantan dan Sumatera menjadi penyumbang terbesar minyak kelapa sawit Indonesia hingga sebesar 96%. bahkan wilayah Papua juga tidak lepas dari jeratan sawitisasi yang dilakukan di Indonesia (Firman, 2016).

Atas kehadiran RSPO, Indonesia menanggapi dengan membuat standar mutu tersendiri yaitu ISPO

(*Indonesian Sustainable Palm Oil*). Namun, karena tidak diakui secara internasional, maka pemerintah Indonesia juga menerapkan RSPO sebagai dua setifikasi pada kelapa sawit agar dianggap beroperasi dengan layak. Hal ini yang membuat keterkaitan antara perusahaan Unilever dengan pemerintah semakin erat hubungannya. Dengan demikian, perusahaan lebih mudah untuk memberikan pengaruh kepada pemerintah untuk mendapatkan izin membuka lahan perkebunan kelapa sawit. Komitmen Unilever untuk hanya menerima minyak kelapa sawit bersih semakin dipertanyakan. PT. Wilmar yang menjadi pemasok minyak kelapa sawit terbesar Unilever masih terpapar dengan deforestasi, eksploitasi pekerja di bawah umur hingga penebangan ilegal dan pembakaran lahan (Firman, 2016).

Unilever memiliki visi untuk menciptakan

bisnis yang inklusif dengan tujuan untuk memberikan nilai tambah bagi mereka yang mendukung kegiatan bisnis termasuk yang memasok, memproduksi dan menjual produk mereka. Petani dan pedagang kecil atau pengecer juga termasuk dalam program ini. Sejak 2001 Unilever Indonesia, melalui Yayasan Unilever Indonesia (YUI), telah bekerja sama dengan komunitas petani kedelai hitam untuk mengembangkan praktik pertanian yang akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan. Komitmen Unilever terhadap Bisnis Inklusif Melalui *Unilever Sustainable Living Plan*, Unilever telah menetapkan target global untuk menciptakan dampak positif pada kehidupan 5,5 juta orang pada tahun 2020. Selanjutnya, program pembinaan Unilever mencakup petani kedelai hitam dan gula kelapa yang merupakan pemasok lokal utama untuk produk kecap berkualitas tinggi, Bango.

Berikut berbagai macam bentuk kegiatan yang dilaksanakan dalam program ini untuk menjamin dan meningkatkan kesejahteraan petani kedelai hitam dan kelapa.

Kesejahteraan petani salah satunya dapat dilakukan dengan memberikan upah sesuai dengan target capaian kerja dan juga di atas ambang batas gaji minimum di suatu wilayah. Komitmen Unilever dalam produksi produk kecap dengan merek dagang Kcap Bango mereka menjadi salah satu contoh bagaimana Unilever menghargai pekerjaan buruh dan pegawai dalam rantai produksi produk tersebut. Masih dapat ditemui serangkaian kasus tuntutan demonstrasi kenaikan upah yang tidak sesuai dilakukan oleh Unilever, salah satu kasus yang terjadi pada PT. Anugera Bersama Kecap Bango (ABKB) Subang, Jawa Barat, merupakan anak perusahaan Unilever. lebih dari 200 orang yang merupakan perwakilan dari

726 pekerja berunjuk rasa di depan kantor pusat Unilever pada rabu 16 Maret 2016 tepat di Jalan Gatot Subroto, Jakarta. Para pekerja ini menuntut pihak Unilever untuk menaikkan gaji para pekerja PT. ABKB Subang, dari Rp. 2,4 juta per bulan naik menjadi Rp. 3,1 juta per bulan. Dengan gaji Rp. 2,4 juta perbulan dianggap kurang untuk memenuhi kebutuhan hidup di Subang yang memiliki upah minimum kota (UMK) sebesar Rp. 2,4 juta per bulan. Para pekerja hanya meminta kenaikan gaji dan akan mengalah jika tuntutan mereka hanya dinaikkan sebesar Rp. 2,7 juta per bulan. Ironi terjadi ketika melihat komitmen Unilever untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja hingga level aktor terbawah melalui program bisnis inklusif namun masih ada pekerja yang menuntut upah yang dianggap tidak layak tersebut (Hardum, 2016).

Dalam Dody Prayogo dan Yosef Hilarus (2012), variabel *impact* dimengerti sebagai seberapa besar dampak positif yang ditularkan baik kepada lingkungan maupun sosial dalam program CSR Unilever tersebut secara substansial, hal ini dapat kita lihat melalui hasil dan manfaat dari beberapa kegiatan yang dilakukan Unilever pada tahun 2017 di Indonesia melalui program CSR USLP (Unilever Indonesia, 2017).

untuk membangun generasi yang lebih aktif dan cerdas melalui sekolah. Dengan mempromosikan perilaku hidup bersih dan sehat sebagai dasar kebersihan yang baik. Unilever memperkenalkan 7 kebiasaan hidup bersih dan sehat dengan menkankan untuk anak-anak bisa mempertahankan gaya hidup bersih dan sehat. Tujuh kebiasaan hidup bersih dan sehat atau yang lebih dikenal dengan 7-Habit ini diantaranya ialah gerakan mencuci dengan sabun, memisahkan nutrisi,

keseimbangan, dan makanan yang aman, minum air yang bersih, menyikat gigi pada pagi dan malam hari, membersihkan toilet, kamar mandi dan lantai, mengatur sampah di sekolah, mengantisipasi perkembangan nyamuk demam berdarah dengan mengantisipasi tempat yang berpotensi menjadi tempat berkembang biak nyamuk. Melalui program ini, pada tahun 2017 Unilever berhasil membentuk 81.400 lebih anak untuk menjadi program ambassador yang sukses menghasilkan 2,2 juta pelajar di Indonesia yang mendapatkan manfaat dari program tersebut (Unilever Indonesia, 2017).

Sebuah penelitian dalam psikologi anak mengatakan bahwa untuk menerapkan kebiasaan terhadap anak akan sangat efektif jika dilakukan pada saat usia *golden edge* (0-6 tahun). Pada usia ini, anak terhitung belum duduk di bangku sekolah dasar (pendidikan SD minimal

usia 7 tahun). Lebih dari itu, pendidikan kebiasaan harus dilakukan secara berulang dan akan lebih efektif jika dicontohkan oleh orang tua sebagai pembimbing utama bagi anak di rumah (Tonoto Foundation, 2019). Ini yang menjadikan program berbasis sekolah Unilever yang mempromosikan 7 kebiasaan hidup bersih dan sehat belum cukup efektif. Akan lebih baik jika yang mendapatkan edukasi ialah para orang tua dengan mengajarkan bagaimana menyampaikan dan melaksanakan 7 kebiasaan hidup bersih dan sehat agar dapat dicontoh oleh anak-anak mereka.

Keberlangsungan proses industrialisasi Unilever maupun MNCs lainnya sejatinya tidak akan pernah lepas dari dampak terhadap lingkungan sekitarnya. Lingkungan merupakan bagian dari bumi yang mencakup tiga aspek yang terdiri dari air, tanah, dan udara di mana setiap masing-masing aspek tersebut memiliki banyak

ekosistem kehidupan yang berjalan. Maka dari itu perlunya aksi Unilever untuk menyadari tentang pentingnya pengelolaan penyebab kerusakan lingkungan atas dampak dari kegiatan bisnisnya, beberapa fokus Unilever terhadap permasalahan ini ialah mengurangi emisi gas rumah kaca (GRK).

Negara-negara di seluruh dunia telah sepakat untuk mengurangi emisi Gas Rumah Kaca (GRK) sesuai dengan perjanjian Paris untuk memastikan suhu Bumi naik kurang dari 2 derajat Celcius. Aktivitas manufaktur Unilever memainkan peran penting dalam mengurangi GRK. Unilever mengidentifikasi dan menghilangkan pemborosan dan kerugian dari setiap proses melalui penerapan *World Class Manufacturing* (WCM), yang merupakan sistem produksi hulu ke hilir yang terstruktur. Efisiensi energi dicapai dengan menggunakan dan mengatur peralatan pabrik agar lebih efisien dan fleksibel, hingga

pemanfaatan energi terbarukan.

Sepanjang tahun 2008 hingga tahun 2017, Unilever berhasil menurunkan emisi karbon penyebab gas rumah kaca hingga sebesar 29,96% atau 152.154 Kg/Ton produk menjadi 103.048 Kg/Ton produk. Hal ini membuktikan secara pelan dan perlahan, program ini dapat menurunkan penyebab gas rumah kaca secara efektif dengan kuantitas produksi yang lebih besar (Unilever Indonesia, 2017).

Walaupun demikian, pada faktanya, Unilever masih belum serius dalam penekanan angka gas rumah kaca. Sistem standar RSPO yang dianggap bermasalah menjadi alasan *statement* tersebut muncul. Selain mahal, Sistem standar RSPO dianggap menyumbangkan gas rumah kaca yang sangat besar akibat dari emisi bahan bakar fosil yang digunakan selama proses standarisasi minyak kelapa sawit. Penelitian Basiron

dkk yang berjudul “*The Burden of RSPO Certification Costs on Malaysian Palm Oil Industry and Nasional Economy*” menemukan bahwa, dari proses sertifikasi RSPO untuk minyak kelapa sawit sebesar 32 juta ton CPO menghasilkan 2.6 juta ton CO<sup>2</sup>. langkah serius harus diambil oleh Unilever untuk mempertahankan misi mereka dalam pembangunan berkelanjutan menangani dampak lingkungan terutama dalam pengurangan emisi karbos gas rumah kaca (GAPKI, 2016).

#### *Empowerment*

dimaksudkan sebagai seberapa signifikan tingkat pemberdayaan yang dirasakan oleh penerima CSR. Lebih dari itu, pemberdayaan yang dilakukan oleh Unilever dengan program CSR USLP pada tahun 2017 juga mengangkat isu permasalahan ketidakadilan dan juga permasalahan HAM di tempat kerja. Ketidakadilan bagi kaum wanita

dan juga perbedaan hak di tempat kerja masih sering terjadi di dalam rantai nilai sebuah perusahaan. Perusahaan juga sering menjadi tempat pelanggaran HAM terjadi (Macionis, 2002). Paul Polman sebagai CEO Unilever telah mengakui bahwa risiko sistemik pelanggaran hak asasi manusia saat ini terjadi dalam rantai nilai bisnis global. Merupakan sebuah kenyataan bahwa seluruh aspek dalam sebuah rantai nilai perusahaan harus menghadapi dan meningkatkan solusi dalam mengatasinya secara bersama. Keadilan di tempat kerja diciptakan dengan menempatkan HAM sebagai asas tertinggi dan mempromosikan penerapan hak asasi manusia di setiap fungsi dan peran di seluruh rantai nilai.

Pada fakta di lapangan “Amnesty” menemukan penyalahgunaan buruh anak dalam rantai suplai PT. Wilmar sebagai pemasok minyak kelapa

sawit terbesar Unilever. Secara tidak langsung, Unilever bertanggung jawab atas permasalahan tersebut. Komitmen Unilever dalam menerima 100% minyak kelapa sawit bersih menjadi bertolak belakang dengan fakta tersebut. Amnesty mengatakan bahwa terdapat penyalahgunaan buruh anak yang sistematis dalam rantai suplai minyak kelapa sawit PT. Wilmar dengan Unilever dan 8 perusahaan lainnya. Ditemukan bahwa buruh anak berusia delapan tahun bekerja dalam kondisi yang “berbahaya” di perkebunan pemasok yang ada di wilayah Sumatera dan Kalimantan. Yang lebih parah, setelah 120 orang buruh diwawancarai, mereka mengaku bekerja selama berjam-jam dengan upah kerja yang rendah dan bekerja dengan tanpa peralatan keamanan sama sekali. Atas dasar kerja yang tidak sesuai antara target dengan upah, memaksa para karyawan untuk memperkerjakan buruh harian lepas (BHL) yang digaji seadanya untuk

membantu mengejar target perusahaan (Kompas, 2016). Hal ini justru merupakan pelanggaran HAM, dan jelas, Unilever turut bertanggung jawab atas masalah tersebut dan komitmennya terhadap keadilan di tempat kerja dengan mendukung HAM menjadi sulit diterima.

Unilever memiliki posisi kuat untuk membantu memberdayakan konsumen wanita, petani, distributor dan karyawan pabrik di Unilever. Pemberdayaan perempuan terkait erat dengan sasaran SDGs ke-5 yaitu untuk mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan semua perempuan. Memberdayakan perempuan diyakini membawa kebaikan bagi masyarakat secara keseluruhan dalam memperkuat pemberdayaan masyarakat. Sejak 2007, Unilever telah mengimplementasikan Program Pemberdayaan Perempuan Saraswati sebagai program

pengembangan pelengkap bagi petani kedelai.

Memberikan peluang bagi perempuan memang menjadi salah satu inisiasi yang dilakukan oleh Unilever, salah satu kebijakannya ialah memberikan libur hamil hingga pasca hamil yang berjumlah hingga 4 bulan lamanya dan tetap mendapatkan gaji penuh, setelah sebelumnya hanya 1,5 bulan. Para suami juga diberikan cuti untuk mendampingi para ibu dalam menghadapi proses kelahiran, program ini dinamai *paternity leave* untuk mewujudkan *family well-being* selama proses kehamilan dan pasca melahirkan (Kumparan, 2017).

Jika berbicara tentang sebuah program perusahaan yang berkelanjutan, salah satu spektrum yang perlu dilihat ialah seberapa antusias para aktor di luar rantai nilai perusahaan turut berpartisipasi dalam program tersebut untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan sesuai

agenda SDGs. Banyak aktor yang terlibat dalam pelaksanaan program CSR USLP di Indonesia pada tahun 2017, diantaranya:

1. Partisipasi 9000 sekolah di seluruh Indonesia dalam kegiatan Unilever dalam memperkenalkan 7 kebiasaan hidup bersih dan sehat dengan menekankan untuk anak-anak agar bisa mempertahankan gaya hidup bersih dan sehat;
2. Dukungan kelompok LSM di berbagai kegiatan Unilever, salah satunya dalam kegiatan aksi anti kuman Wipol yang berhasil memberdayakan lebih dari 2000 agen di masyarakat untuk mendidik secara *peer-to-peer* kepada sebanyak 54.982 ibu yang tinggal di 16 kota di Indonesia;

3. Partisipasi Dewan Direksi Asosiasi Dokter Gigi Indonesia, bersama dengan para anggotanya dan juga beberapa LSM, dalam penyelenggaraan acara WOHD (*World Health Day*) di 98 cabang klinik dari Perhimpunan Dokter Gigi Indonesia (PDGI).
  4. Unilever bersama dengan Pepsodent juga bekerjasama dengan PDGI dan asosiasi Fakultas Kedokteran Gigi Indonesia (AFDOKGI) turut mempromosikan Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN) yang dimulai sejak 2010 di asetiap tanggal 12 September selama 3 bulan penuh di berbagai kota di Indonesia
- Keterlibatan aktor dari berbagai macam elemen ini menjadi penanda bahwa program

CSR USLP pada tahun 2017 sudah memenuhi variabel *participation*. Keterlibatan aktor dimulai dari generasi muda pada program berbasis sekolah, pers, kelompok masyarakat, hingga ahli profesional dan juga institusi.

### **Kesimpulan**

Digagas sejak tahun 2010, program CSR *Unilever Sustainable Development* (USLP) menjadi salah satu jalan yang diinisiasi oleh Unilever dalam memenuhi tuntutan yang terjadi atas permasalahan yang muncul dari kehadirannya di wilayah sosial dan lingkungan Indonesia. Program CSR *Unilever Sustainable Development* (USLP) memuat tiga tujuan besar dengan Sembilan pilar utama yang didasari oleh sembilan komitmen dan juga target yang memenuhi kinerja sosial, lingkungan, dan ekonomi Unilever di seluruh rantai nilai moralitas.

Dampak dari pelaksanaan program CSR

USLP di Indonesia pada tahun 2017 dinilai memiliki banyak sisi negatif yang justru bertolak belakang dengan tujuan dari program CSR USLP dalam pembangunan berkelanjutan itu sendiri. Hal ini dinilai melalui variabel-variabel yang ada pada penelitian Dody Prayogo dan Yosef Hilarus (2012) dalam mempelajari program berkelanjutan perusahaan, yaitu : *Efectivity, Relevance, Sustainability, Impact, Empowerment,* dan *Participation*. Variabel-variabel tersebut menjadi indikator untuk mengetahui apakah penerapan program CSR *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) di Indonesia pada tahun 2017 sudah tepat sasaran dan sesuai dengan agenda pembangunan berkelanjutan atau belum.

Praktik program CSR USLP di Indonesia pada tahun 2017 dapat dikategorikan dalam tiga sektor yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dilihat melalui laporan

*Sustainability Report 2017* Unilever mengangkat isu kesehatan dan HAM dalam membangun permasalahan pada sektor sosial. Unilever telah melaksanakan program ini dengan baik dan berkelanjutan seperti program yang didedikasikan untuk pekerja wanita, pemberian cuti melahirkan yang cukup hingga memberikan cuti kepada para suami dalam agenda *paternity leave*. Unilever juga memberikan edukasi 7 kebiasaan hidup bersih dan sehat kepada anak dalam program berbasis sekolah, kepada masyarakat di pasar melalui program berbasis komunitas hingga pemberian fasilitas pemeriksaan gigi gratis setiap bulan melalui agenda bulan kesehatan gigi dan mulut.

Lebih dari itu, terdapat sebuah keterbalikan antara laporan dan juga realisasi faktual kegiatan program CSR USLP, salah satunya ialah mengenai sertifikasi standar mutu RSPO yang salah satu aktor

penginisiasinya ialah Unilever. Kesalahan pertama ialah mengenai ketiadaan logo RSPO pada kemasan produk Unilever, hal ini membangun sebuah asumsi bahwa Unilever tidak berkomitmen penuh dengan tujuan RSPO pada produk mereka. Setelah ditelaah lebih lanjut, RSPO menunjukkan sebuah fenomena *iceberg* yang hanya memperlihatkan masalah yang hanya pada permukaan saja.

Proses sertifikasi RSPO yang dianggap bermasalah, mulai dari harga yang mahal dalam proses sertifikasi, hingga produksi gas karbon yang sangat besar oleh emisi bahan bakar fosil yang digunakan selama proses sertifikasi RSPO minyak kelapa sawit. Lebih dalam lagi, perusahaan penyandan standar RSPO seperti PT. Wilmar yang juga mejadi *suplier* Unilever pada praktik pertanian justru banyak melanggar HAM, seperti memperkerjakan buruh anak, buruh harian lepas yang digaji rendah dan

bekerja anpa alat pengaman. Perusahaan dengan sertifikasi RSPO bahkan dapat menggunakannya sebagai alat politik untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah dalam izin pembukaan lahan perkebunan kelapa sawit yang bisa berpotensi deforestasi dan semakin menekan habitat hewan yang ada di hutan. Hal ini menjadi masalah serius dan sangat bertolak belakang terhadap komitmen Unilever dalam mensejahterakan seluruh pekerja yang ada dalam rantai nilai perusahaan. Dengan fakta tersebut menjadikan laporan *sustainability report 2017* diragukan komitmen hingga capainnya. Dengan fakta yang berbanding terbalik dengan fakta yang ada, beberapa program Unilever dinyatakan lari dari tujuan utama dalam pembangunan berkelanjutan yang ada pada agenda SDGs. Dengan ketidaksesuaian ini pula, sulit rasanya untuk mematahkan asumsi bahwa Unilever hanya melakukan

tanggung jawab sosial atas dasar kepentingan para pemegang saham dan kepentingan perusahaan saja. Atas dasar itu pula dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kontribusi Unilever dianggap hanya berkontribusi secara simbolis atau bahkan cenderung lebih untuk kepentingan membangun citra baik perusahaan saja.

Dalam mengkaji program CSR USLP, jelas bahwa program CSR USLP cenderung hanya dilakukan untuk mensejahterakan mereka yang menjadi *shareholders* yang ada pada rantai nilai mereka saja. Padahal, jika dilihat dari hakikat sebenarnya dari sebuah program sosial ialah memberikan pemberdayaan berkelanjutan terhadap sosial dan lingkungan yang terkena dampak negatif dari kehadiran sebuah MNC itu sendiri, bukan hanya untuk meningkatkan mutu perusahaan saja. Padahal dampak negatif dari kehadiran Unilever seperti gas karbon yang menyebabkan efek rumah

kaca tidak memilih siapa yang akan berdampak, melainkan semua orang. Unilever justru memilih memberikan bantuan berkelanjutan terhadap perkembangan bisnisnya saja.

### **Daftar Pustaka:**

- Macionis, J. J. (2002). *Society: The Basic*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Aditya, R. (2014, Oktober 15). *Permasalahan Kesehatan di Indonesia*. Dipetik Desember 23, 2019, dari Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/ratihputri/54f41eff745513a32b6c869c/permasalahan-kesehatan-di-indonesia>
- Chandler, A. D. (2005). *Leviathans. Dalam A. D. Chandler, Multinational Corporations and The New Global History* (hal. 19-24). New York: Cambridge University Press.

- Cohen, S. D. (2007). *Multinational Corporations and Foreign Direct Investment; Avoiding Simplicity, Embracing Complexity*. New York: Oxford University Press, inc.
- Deil, S. A. (2015, Desember 1). *Unilever, Penguasa 400 Merek Ternama di Dunia*. Diambil kembali dari Bisnis News: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2379535/unilever-penguasa-400-merek-ternama-di-dunia>
- Digdowniseiso, K. (2010). *Deforestation and multinational companies: a conceptual note. MPRA Paper*.
- Dinda, A. A. (2018, Desember 25). *PBB Resmi Keluarkan 17 Target Agenda Pembangunan Berkelanjutan*. Dipetik Desember 17, 2019, dari IDN Times: <https://www.idntimes.com/news/world/anisa-anggidinda/pbb-resmi-keluarkan-17-target-agenda-pembangunan-berkelanjutan-c1c2/full>
- Efriyal. (2018, Maret 7). *PT. Unilever Buang Limbah B3 Sembarangan, Ternak Warga Mati*. Dipetik Desember 20, 2019, dari Berita Nasional: <https://buktipers.com/pt-unilever-buang-limbah-b3-sembarangan-ternak-warga-mati/>
- Ferreira, F. (2017, Oktober 16). *The 2017 global poverty update from the World Bank*. Dipetik Desember 17, 2019, dari World Bank Group: [worldbank.org](http://worldbank.org)

- Fitri, M. R. (2016, Oktober). Perkembangan Pelaksanaan Sustainable Development Goals (SDGs) di Indonesia. September 2015-September 2016. *Briefing Paper 02*.
- Gafaru, A. A. (2006). Are MNCs Compatible With Sustainable Development? The Experience of Developing Countries. *working Paper Series 2007-2008*, 6-16.
- Hasyir, E. A. (20017). Analisis Pengukuran Kinerja CSR Berdasarkan Evaluasi Laporan Berkelanjutan. *Vol. 17 No. 1*, 2-3.
- Hilarius, D. P. (2012). Efektivitas program CSR/CD dalam pengentasan kemiskinan; studi peran perusahaan geotermal di Jawa Barat. *Jurnal Sosiologi Masyarakat*, 11.
- Hopkins, M. (2014, September). What is CSR All About? *Aspirare, 1*, 3-5.
- Hukum Perseroan Terbatas. (2016, Maret 22). *Corporate Social Responsibility oleh Perseroan Terbatas*. Diambil kembali dari Hukum Perseroan Terbatas: <https://www.hukumperseroanterbatas.com/tanggung-jawab-perseroan-terbatas/corporate-social-responsibility-oleh-perseroan-terbatas/>
- Indonesia, P. (2017, Juli 2017). *Peraturan Presiden (PERPRES) tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan*. Diambil kembali dari JDIH BPK RI Database Peraturan: <https://peraturan.b>

- pk.go.id/Home/Details/72974/perpres-no-59-tahun-2017
- Jain, S. C. (2015). Role of Multinational Corporations in Developing Countries: Policy Makers Views . *Management International Review*, 59-60.
- Joga, N. (2019, Juli 14). Komunitas Kota Berkelanjutan. *Opinion*.
- Koran Sindo. (2018, Januari 24). Potret Kemiskinan di Penjuru Dunia *Artikel*.
- Kumparan. (2018, Juli 28). *Hanya 13 Persen Lautan di Bumi yang Belum "Ternoda" oleh Manusia*. Dipetik Desember 17, 2019, dari Kumparan Sains: <https://kumparan.com/kumparansains/hanya-13-persen-lautan-di-bumi-yang-belum-ternoda-oleh-manusia-27431110790555652>
- Kumparan. (2018, Oktober 22). *Masalah Sanitasi Hingga Buruknya Kualitas Air Minum Ancam Kematian Pada Anak, Ini Langkah Pemerintah*. Dipetik Desember 17, 2019, dari Kumparan: <https://kumparan.com/trubus-id/masalah-sanitasi-hingga-buruknya-kualitas-air-minum-ancam-kematian-pada-anak-ini-langkah-pemerintah-1540141456818327529>
- M. Raman, W. L. (2012). The Impact of Corporate Social Responsibility on Consumer Loyalty. *Kajian Malaysia*.
- Maarif, F. (2019, Juli 5). *Mahasiswa Tangsel Mendesak Pemerintah Cabut Izin Unilever*. Dipetik Desember 20, 2019, dari Regional News:

- <http://monitorday.com/mahasiswa-tangsel-desak-pemerintah-cabut-izin-unilever-5209>
- Macionis, J. J. (2002). *Society: The Basic*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- National Geographic Society. (2011, Juni 24). *Resource Library*. Dipetik Desember 17, 2019, dari National Geographic Society: <https://www.nationalgeographic.org/encyclopedia/biosphere/>
- Nations, U. (2016). *Sustainable Development Goals*. Dipetik Desember 16, 2019, dari Sustainable Development Goals, Knowledge Platform: [sustainabledevelopment.un.org/sdgs](https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs)
- PPN/Bappenas, K. (2017, Juli 26). *Indonesia Berkomitmen Capai SDGs dengan Perpres No. 59 Tahun 2017*. Diambil kembali dari Kementerian PPN/Bappenas: <https://www.bappenas.go.id/id/berita-dan-siaran-pers/indonesia-berkomitmen-capai-sdgs-dengan-perpres-no-59-tahun-2017/>
- PT UNILEVER INDONESIA TBK. (2018, April 24). *Sustainability Report 2017*. 2017
- Rahpeima, K. H. (2013). *Corporate Social Responsibility (CSR): A Scale Development Study in Iran*. 1517.
- Setiawan, E. (2019). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Dipetik Desember 17, 2019, dari Kamus online/daring: <https://kbbi.web.id/mitra>
- Setiawan, H. (2014). *Efektivitas Kegiatan Orientasi Perpustakaan*

- (Studi Eksplanatif Tentang Efektivitas Kegiatan Orientasi Perpustakaan Terhadap Pemanfaatan Layanan Pada Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya). *Journal UNAIR*, 5.
- Siregar, Y. H. (2013). Persepsi penyedia Jasa Konstruksi Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Aanwijzing Elektronik. *Vol. 20 No. 1*, 44.
- Solihin, I. (2009). *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba empat.
- Statistik, B. P. (2016, Juli 18). Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2016. *Berita Resmi Statistik*.
- Stopford, J. (1999). *Nature of MNCs*. Washington DC: Washingtonpost.Newsweek Interactive, LLC.
- UK, U. (2019). *The Unilever Sustainable Living Plan*. Dipetik Desember 21, 2019, dari <https://www.unilever.co.uk/sustainable-living/the-unilever-sustainable-living-plan/>
- UNDP. (2019). *Sustainable Development Goals*. Diambil kembali dari <https://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals.html>
- Unilever Indonesia. (2017). *Sustainability Report 2017*. Cikarang: Unilever Indonesia.
- Unilever Indonesia. (2019). *Hadirnya Unilever di Indonesia*. Diambil kembali dari about us: <https://www.unilever>

- er.co.id/about/who-we-are/our-history/1920-1929.html  
Unilever Indonesia. (2019). *Kehidupan Berkelanjutan*. Dipetik Desember 21, 2019, dari <https://www.unilever.co.id/sustainable-living/>
- Unilever Indonesia. (2019). *Siapa Kami*. Diambil kembali dari about us: <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/our-history/1920-1929.html>
- United Nations. (2016). *Sustainable Development Goals*. Dipetik Desember 16, 2019, dari Sustainable Development Goals, Knowledge Platform: [sustainabledevelopment.un.org/sdgs](https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs)
- Zaki, R. (2016, Mei 18). *Arti Penting "Sustainable Development Goals" bagi Indonesia*. Diambil kembali dari <https://business-law.binus.ac.id/2016/05/18/arti-penting-sustainable-development-goals-bagi-indonesia/>
- Tonoto Foundation. (2019, Septembrer 23). *Peran Keluarga dalam Pengembangan dan Pendidikan Anak Usia Dini*. Diambil kembali dari <https://tanotofoundation.org/id/news/peran-keluarga-dalam-pengembangan-dan-pendidikan-anak-usia-dini/>
- Redaksi . (2015, Juni 10). *Memalukan, Produk Unilever Indonesia Belum Berlabel RSPO*. Diambil kembali dari Majalah Sawit Indonesia: <https://sawitindonesia.com/memalukan-produk-unilever->

- indonesia-belum-berlabel-rspo/  
Kumparan. (2017, Juli 7).  
*Unilever Perpanjang Masa Cuti Melahirkan Bagi Pegawai Menjadi 4 Bulan.* Diambil kembali dari Woman: <https://kumparan.com/kumparanstyle/unilever-perpanjang-masa-cuti-melahirkan-bagi-pegawai-menjadi-4-bulan>
- Kompas. (2016, 1 12).  
*Kebun Sawit Wilmar Eksploitasi Buruh Anak, Terutama di Indonesia.* Diambil kembali dari <https://internasional.kompas.com/read/2016/12/01/07524301/kebun.sawit.wilmar.eksploitasi.buruh.anak.terutama.di.indonesia>
- Hardum, S. E. (2016, Maret 16). 200 Karyawan PT ABKB Subang Geruduk Kantor Unilever di Jakarta. *Berita Satu.*
- GAPKI. (2016). *Sertifikasi RSPO Rugikan Ekonomi dan Naikkan Emisi Karbon Sawit?* Diambil kembali dari Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia: <https://gapki.id/news/1037/sertifikasi-rspo-rugikan-ekonomi-dan-naikkan-emisi-karbon-sawit>
- Iskandar, D. (2019, Juli 5). Tak Ada Label RSPO, Produk Unilever Harus Diboikot. *86 news.co.*
- Deil, S. A. (2015, Desember 1). *Unilever, Penguasa 400 Merek Ternama di Dunia.* Diambil kembali dari Bisnis News: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2379535/unilever-penguasa-400-merek-ternama-di-dunia>

- Dinda, A. A. (2018, Desember 25). *PBB Resmi Keluarkan 17 Target Agenda Pembangunan Berkelanjutan*. Dipetik Desember 17, 2019, dari IDN Times: <https://www.idntimes.com/news/world/anisa-anggidinda/pbb-resmikeluarkan-17-target-agenda-pembangunan-berkelanjutan-c1c2/full>
- Efrijal. (2018, Maret 7). *PT. Unilever Buang Limbah B3 Sembarangan, Ternak Warga Mati*. Dipetik Desember 20, 2019, dari Berita Nasional: <https://buktipers.com/pt-unilever-buang-limbah-b3-sembarangan-ternak-warga-mati/>
- Hukum Perseroan Terbatas. (2016, Maret 22). *Corporate Social Responsibility oleh Perseroan Terbatas*. Diambil kembali dari Hukum Perseroan Terbatas: <https://www.hukumperseroanterbatas.com/tanggungjawab-perseroanterbatas/corporate-social-responsibility-oleh-perseroanterbatas/>
- Indonesia, P. (2017, Juli 2017). *Peraturan Presiden (PERPRES) tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan*. Diambil kembali dari JDIIH BPK RI Database Peraturan: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/72974/perpres-no-59-tahun-2017>
- Deil, S. A. (2015, Desember 1). *Unilever, Penguasa 400 Merek Ternama di Dunia*. Diambil

kembali dari Bisnis  
News:

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/2379535/unilever-penguasa-400-merek-ternama-di-dunia>