

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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.

Dalam hal ini juga, sejak tahun 2016 Tujuan Pembangunan Millennium (MDGs) 2000–2015 digantikan secara resmi oleh tujuan utama SDGs 2015–2030. SDGs tersusun atas dasar seperangkat tujuan bersifat transformatif yang disepakati dan berlaku bagi seluruh bangsa tanpa terkecuali (Zaki, 2016).

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. Didalam SDGs sendiri terdapat program progresif yang ingin dicapai pada tahun 2030 mendatang (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. Indeks Pembangunan Manusia masyarakat Indonesia menunjukkan angka yang semakin meningkat dengan percepatan pembangunan infrastruktur yang diharapkan mampu meningkatkan distribusi dan efisiensi, serta mampu mengurangi disparitas antar kawasan 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, dengan tidak hanya berfokus pada bidang makanan, namun juga pada produk-produk perawatan tubuh (kesehatan) dan kecantikan dengan lebih dari 400 merk dagang (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).

Masuknya Unilever ke Indonesia menjadi era baru bagi Indonesia untuk tidak hanya menerima segala benefit dari hadirnya sebuah perusahaan multinasional di sosial dan lingkungan Indonesia. 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 sesuai dengan Pasal 74 ayat (1) UU PT berbunyi, “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” (Hukum Perseroan Terbatas, 2016).

Dalam penelitian ini, penulis akan mencoba untuk menganalisa bagaimana pengaruh dan kontribusi Unilever sebagai salah satu MNC dalam mendukung agenda SDGs di Indonesia pada tahun 2017.

B. Rumusan Masalah

Dari kompleksitas yang terjadi di dalam pembangunan berkelanjutan dalam rangka perwujudan SDGs di Indonesia dan kehadiran Unilever sebagai sebuah *Multinational Corporation* (MNC) di Indonesia, muncul sebuah pertanyaan: “Bagaimana kontribusi Unilever dalam mendukung agenda SDGs di Indonesia pada tahun 2017 ?”

C. Kerangka Konseptual

1. Corporate Social Responsibility (CSR)

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).

Berdasarkan model konseptual Wood (1991) dengan memperkenalkan konsep kinerja sosial perusahaan sebagai hasil dari prinsip dasar CSR. Konsep ini banyak memberikan kemajuan yang cukup besar dalam studi CSR. Menurut konsep Wood, tanggung jawab merupakan dimensi praktis yang perlu melingkupi 3 elemen dasar dan motivasi untuk melakukan tanggung jawab sosial:

- a. Prinsip CSR yang meliputi: Prinsip struktural, prinsip organisasi, prinsip pribadi
- b. Proses CSR, seperti : Evaluasi lingkungan, evaluasi pemegang kepentingan (pemerintah), dimensi manajemen
- c. Dampak dan hasil tindakan korporasi, termasuk: Efek sosial, program sosial, kebijakan sosial

Dampak dari tindakan korporasi atau perusahaan multinasional adalah keuntungan langsung dan jelas dalam mengevaluasi CSR. Menurut konsep Wood, konsekuensi dibagi menjadi tiga jenis: efek sosial dari aksi korporasi, program dan kebijakan yang dikembangkan terhadap dimensi sosial dan keuntungan pemegang kepentingan (pemegang saham) yang digunakan untuk melakukan tanggung jawab oleh perusahaan. Lalu hasilnya akan terlihat apakah menjadi sebuah efek yang negatif atau positif dari aksi korporasi yang harus dievaluasi secara objektif.

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 penghidupan 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).

2. Konsep Efektivitas

Efektif dalam bahasa berasal dari bahasa Inggris “*effective*” yang berarti berhasil atau juga sesuatu yang dilakukan memenuhi tujuannya dengan baik. Menurut Hidayat (1986) Efektivitas merupakan sebuah tolak ukur yang menyatakan bahwa seberapa jauh target yang berupa: kuantitas, kualitas, dan waktu telah tercapai. Dimana jika makin besar presentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya (Setiawan H. , 2014).

Menurut Prasetyo Budi Saksono, Efektivitas adalah seberapa besar tingkat kesuksesan output (keluaran) yang dapat dicapai dengan output yang diharapkan dari jumlah input (masukan) dalam suatu aktivitas perusahaan atau perseorangan (Siregar, 2013).

Carroll (2000) mengklaim bahwa kinerja sosial sebuah perusahaan harus diukur sebagai subjek penting bagi hubungan bisnis dalam lingkup ekonomi dan masyarakat sebagai lingkup sosial, dan yang penting adalah pengembangan langkah-langkah yang valid dan efektif. Selama beberapa dekade terakhir, kaum akademik telah memberikan perhatian yang lebih untuk mengukur tindakan organisasi atau perusahaan dalam bertanggung jawab secara sosial. Namun perlu dicatat bahwa menurut Turker (2009)

tidak ada metode terbaik untuk mengukur efektivitas dari sebuah perilaku sosial perusahaan di dalam program SDGs di suatu negara (Hasyir, 20017).

Unilever Indonesia telah mempublikasi tentang hasil laporan program CSR *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) pada tahun 2017 dengan judul “*Sustainability Report 2017*” yang menunjukkan data dari hasil penerapan CSR USLP sepanjang tahun 2017 di Indonesia (Unilever Indonesia, 2017). Literatur CSR yang terus meningkat dimungkinkan untuk mengkaji program CSR sebuah perusahaan sebagai bentuk kontribusi perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan. Namun, McGuire et al (1988) mengklaim bahwa informasi yang terkandung dalam laporan sebuah perusahaan mungkin berbeda dari kinerja perusahaan yang ada. Dengan demikian keterbatasan utama dari dokumen perusahaan mungkin adalah keahliannya, karena beberapa dokumen mungkin disediakan untuk membangun citra perusahaan yang lebih menguntungkan bagi citra perusahaan dan ini dapat menyebabkan salah tafsir atas dokumen-dokumen ini. Beberapa penelitian yang terfokus pada pengungkapan kapabilitas perusahaan, dengan menyajikan bukti empiris bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara isi laporan dengan kinerja aktual perusahaan (Rahpeima, 2013).

Dalam Dody Prayogo dan Yosef Hilarus (2012), program CSR sebuah perusahaan harus dilihat bagaimana mereka berpartisipasi didalam pembangunan berkelanjutan atau SDGs (Hilarius, 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). Dalam data yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik Pada tahun 2016 jumlah penduduk miskin dengan pengeluaran per kapita per bulan di Indonesia mencapai 27,76 juta jiwa atau 10,70 % (Statistik, 2016). Dalam hal ini selaras dengan kualitas hidup orang-orang tersebut yang harus segera dibantu oleh seluruh elemen yang ada sesuai dengan tujuan dari program SDGs di Indonesia. Dengan data ini Unilever bergerak dengan CSR USLP yang berupaya menciptakan tempat tinggal yang nyaman dan berkelanjutan. Turut terjun dan berpartisipasi di dalam masyarakat, Unilever hadir dengan program CSR-nya

yang turut mewujudkan tujuan dari SDGs dan memberikan dampak positif di masyarakat itu sendiri.

D. Hipotesa

Merujuk kedalam latar belakang masalah dan kerangka konseptual, penulis mencoba memberikan jawaban sementara dari rumusan masalah bahwa Penerapan program CSR *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) di Indonesia pada tahun 2017 merupakan bentuk kontribusi berkelanjutan yang diberikan oleh Unilever dalam mendukung agenda SDGs di Indonesia.

E. Jangkauan Penelitian

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, penulis memberi batasan materi yang terfokus terhadap jalannya kontribusi yang diberikan oleh Unilever sebagai sebuah *Multinational Corporation* (MNC) dalam mendukung agenda SDGs di Indonesia pada tahun 2017 saja.

F. Tujuan Penelitian

Penelitian atau penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana jalannya kontribusi Unilever sebagai sebuah *Multinational Corporation* (MNC) dalam mendukung agenda SDGs di Indonesia pada tahun 2017 yang hasilnya tertuang di dalam laporan yang berjudul *Sustainability Report 2017*. Mengingat Unilever menjadi salah satu perusahaan multinasional yang turut memanfaatkan sumber daya alam dan juga memberikan dampak atas kehadirannya terhadap sosial dan lingkungan yang membuatnya juga harus turut bertanggung jawab dalam pembangunan berkelanjutan (SDGs) di Indonesia sesuai dengan PERPRES nomor 59 tahun 2017.

G. Metode Penelitian

Dalam penyelesaian suatu permasalahan di dalam suatu penelitian, hadirnya sebuah metode penelitian menjadi penting. Metode penelitian merupakan sebuah metode dalam mengumpulkan dan memperoleh data – data yang dibutuhkan di dalam penelitian tersebut, baik data yang bersifat primer maupun sekunder. Data-data inilah yang kemudian dapat

digunakan sebagai komponen yang diperlukan dalam menyusun sebuah penelitian dan menganalisa faktor-faktor yang saling berkaitan dengan pokok-pokok permasalahan, sehingga akan terdapat suatu kebenaran dari data-data dan hasil yang akan diperoleh.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif dengan menelaah fokus kasus dan melihat faktor subjektif dari tingkah laku dari aktor serta mengumpulkan data guna mengungkapkan pemaknaan objek terhadap suatu fenomena yang terjadi.

Strategi pengumpulan data dalam penelitian ini ialah dengan menganalisa ini bersifat Studi Pustaka dengan cara mengumpulkan, mempelajari, menganalisa data-data bersifat sekunder yang diperoleh melalui berbagai macam sumber baik itu buku, jurnal, artikel, surat kabar, ataupun dokumen-dokumen resmi yang diterbitkan oleh actor terlibat secara langsung dan berbagai sumber-sumber lain yang berbentuk dalam media elektronik (yang dapat diakses melalui internet).

Dalam menulis penelitian ini, penulis menggunakan metode *deskriptif* dan *argumentatif* yang diharapkan dapat menggambarkan sekaligus menjawab pokok permasalahan yang sudah dirumuskan.

H. Sistematika Penulisan

Dalam mewujudkan sebuah penulisan yang tersusun sistematis, penulis menyusun dan membagi penulisan skripsi ini menjadi lima bab yang masing-masing berisi tentang :

BAB I Bab ini menjadi bagian pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka pemikiran, hipotesa, jangkauan penelitian, tujuan penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan;

BAB II Dalam bab ini akan memaparkan tentang program SDGs dan komitmen pemerintah Indonesia dalam mengimplementasikan program SDGs di Indonesia;

- BAB III** Bab ini akan memaparkan tentang struktur dan sasaran program CSR *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP);
- BAB IV** Pada bab ini akan memaparkan bagaimana capaian program CSR *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) sebagai bentuk kontribusi yang diberikan oleh Unilever dalam pembangunan berkelanjutan yang disertai dengan fakta dan analisa tentang program yang telah dijalankan;
- BAB V** Menjadi bab yang akan menyimpulkan seluruh hasil dari penilitan yang disertai dengan saran dan juga menjadi bagian penutup dari penulisan skripsi ini.