

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam mencapai dunia yang sejahtera, pembangunan seharusnya tidak hanya difokuskan pada bidang ekonomi, tetapi juga pada bidang sosial dan lingkungan. Pembangunan yang hanya berfokus pada bidang ekonomi seringkali mengorbankan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Oleh karena itu, dalam mencapai pembangunan yang inklusif, dibentuklah *sustainable development goals* (SDGs). Sebagai perpanjangan tangan dari *millenium development goals* (MDGs), SDGs mulai diadopsi pada tahun 2015 dan diimplementasikan oleh 191 negara anggota PBB. Dalam mencapai misi utamanya, terdapat 17 tujuan dan 169 target spesifik yang berhubungan dengan isu sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Implementasi SDGs didasarkan pada prinsip “*no one left behind*”, yang mengindikasikan keterlibatan semua pihak tanpa terkecuali dalam implementasinya, berbeda dengan MDGs yang ditujukan bagi negara berkembang dan miskin. Dalam implementasi SDGs, negara memiliki peran sentral untuk melokalisasi SDGs ke dalam rencana pembangunan nasional dan menerjemahkannya ke dalam kebijakan di skala nasional agar dapat menjadi panduan bagi pihak non negara untuk turut berkontribusi (United Nations, 2024). Sebagai contoh, di Indonesia, SDGs diimplementasikan melalui proses adopsi dan

lokalisasi dengan dibuatnya Peraturan Presiden No.59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.

Sejatinya, negara memang merupakan aktor sentral dalam implementasi dan pencapaian SDGs. Namun, negara menghadapi berbagai hambatan jika menjadi satu – satunya aktor yang berusaha mengimplementasikan dan mencapai SDGs. Hambatan yang ditemukan berakar dari kompleks dan luasnya jangkauan tujuan SDGs yang saling berkaitan satu sama lain. Dalam hal ini, negara memiliki keterbatasan sumber daya material maupun non material dalam menginterpretasikan dan membuat aksi nyata untuk mencapai SDGs secara menyeluruh (Nasir & Halim, 2022). Lebih lanjut lagi, proses lokalisasi dan penyesuaian SDGs dalam konteks nasional menimbulkan potensi selektivitas maupun simplifikasi tujuan yang membuat pencapaian seluruh tujuan SDGs tidak optimal (Fukuda-Parr, 2016 dalam Nasir & Halim, 2022).

Hambatan yang dihadapi oleh negara dalam mengimplementasikan SDGs menjadi panggilan bagi aktor - aktor non negara untuk turut berkontribusi dalam implementasi dan pencapaian SDGs. Salah satu aktor non negara yang memiliki peran krusial dalam pencapaian SDGs adalah sektor privat (perusahaan). Sebagai ilustrasi, sektor privat berkontribusi terhadap 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 90% tenaga kerja di negara - negara OECD (UNDP, 2023).

Pentingnya keterlibatan sektor privat dalam implementasi SDGs dikemukakan oleh Wakil Sekretaris Jenderal PBB, Amina Mohammed, dalam pidatonya di Beirut, Lebanon, pada tahun 2023. Amina memaparkan bahwa untuk berhasil mencapai SDGs diperlukan kolaborasi antara seluruh aspek dalam masyarakat dan akan gagal tanpa keterlibatan sektor privat (United Nations, 2023). Adapun, sektor privat yang dimaksud tidak secara spesifik menasar pada perusahaan multinasional dan perusahaan besar lainnya, tetapi juga menargetkan sektor privat skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Walaupun begitu, perusahaan multinasional (MNC) menjadi menarik untuk dibahas mengingat besarnya cakupan operasional dan dampak sosial-ekonomi yang dihasilkannya.

Dalam kaitannya dengan implementasi SDGs, MNC memiliki beberapa peran signifikan, yaitu: memberikan pengetahuan dan keahlian dalam suatu bidang, sumber daya, pengalaman, dan kemampuan berinovasi (UNGC, n.d.). Dengan kekuatan ekonomi dan kemampuan lainnya, MNC dilihat sebagai aktor utama yang dapat mengatasi hambatan dalam mencapai SDGs secara keseluruhan yang tidak dapat ditangani oleh aktor tunggal lainnya (Castillo-Villar, 2020).

Melihat betapa krusial peran perusahaan dalam mencapai SDGs, PBB membuat berbagai inisiatif guna meningkatkan partisipasi sektor bisnis dalam pencapaian SDGs. Inisiatif tersebut antara lain UNDP Private Sector Strategy dan United Nations Global Compact (UNGC). Menurut Direktur UNDP Istanbul International Center for Private Sector in Development, pembuatan institusi ini ditujukan untuk mempercepat proses adopsi SDGs oleh perusahaan melalui

perubahan sistemik, pembuatan model bisnis berkelanjutan yang inovatif, dan juga insentif bagi perusahaan (Neto & Sobhani, 2023).

Terlepas dari pentingnya peran sektor bisnis dalam penerapan SDGs, banyak perusahaan yang masih acuh dan kurang sadar akan pentingnya peran mereka. Perusahaan umumnya melihat bahwa untuk menerapkan SDGs, mereka harus melakukan perubahan - perubahan yang dapat mengurangi keuntungan ekonomi mereka. Perusahaan juga kerap kali menganggap bahwa transisi ke ranah keberlanjutan akan menambah pengeluaran perusahaan. Padahal, menurut UN Global Compact, investasi dalam ranah keberlanjutan dapat mendatangkan kesempatan bisnis sampai senilai USD 12 juta (Nezhyva & Mysiuk, 2022).

Lebih lanjut lagi, studi yang dilakukan oleh Song et al (2022) mengungkapkan sejauh mana perusahaan yang termasuk dalam *Fortune Global Top 500 Corporations* berkontribusi terhadap SDGs. Walaupun 304 dari 500 perusahaan yang menjadi sampel telah berproses menuju keberlanjutan, hanya 22.8% perusahaan yang mengembangkan atau membuat strategi spesifik untuk mencapai SDGs. Tidak hanya itu, perusahaan - perusahaan yang memiliki kemajuan baik adalah mereka yang berkantor pusat di Eropa.

Di Indonesia, pemerintah turut membuat berbagai inisiatif untuk meningkatkan kontribusi dan komitmen perusahaan dalam menerapkan SDGs, salah satunya adalah Program Penilaian Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) di bawah Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Di balik adanya peningkatan jumlah perusahaan yang mengikuti penilaian PROPER sebesar 23% di tahun 2022 (3.200 perusahaan),

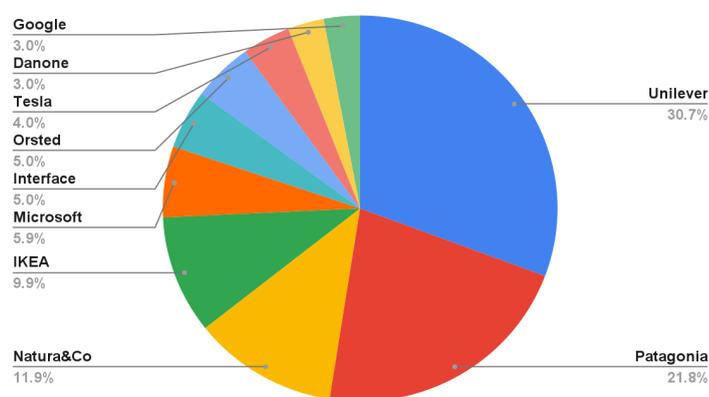
Rapor PROPER 2022 menunjukkan bahwa hampir 1.000 perusahaan yang berpartisipasi mendapatkan peringkat merah, hitam, atau bahkan ditangguhkan, yang mengindikasikan rendahnya kontribusi dan komitmen perusahaan di Indonesia dalam menerapkan SDGs (PROPER, 2022).

Walaupun terdapat permasalahan penerapan SDGs dalam lingkup perusahaan, seperti rendahnya kontribusi dan komitmen perusahaan, terdapat pula perusahaan - perusahaan multinasional yang telah menyadari kepentingan serta peluang penerapan SDGs dalam bisnisnya, salah satu perusahaan tersebut adalah Unilever. Unilever merupakan perusahaan multinasional asal Inggris yang bergerak pada sektor *fast moving consumer goods* (FMCG). Perusahaan yang aktivitasnya berada dalam industri ini menjual barang kebutuhan sehari - hari dengan skala besar, perputaran barang yang cepat, serta dengan harga yang relatif murah (Kenton, 2023).

Sebagai perusahaan multinasional berskala besar, Unilever membawahi lebih dari 400 merek, tersebar di lebih dari 190 negara, dan digunakan oleh lebih dari 3,4 miliar orang di dunia setiap harinya (Unilever, 2023). Unilever mulai hadir di negara – negara berkembang, termasuk Indonesia. Adapun Unilever mulai beroperasi di Indonesia sejak tahun 1933. Produk - produk Unilever tersegmentasi dalam beberapa kategori, yaitu: *home care*, *personal care*, *beauty & wellbeing*, *nutrition*, dan *ice cream*. Dengan ukuran dan cakupan perusahaan yang luas, Unilever berhasil meraup pendapatan sebesar 60 miliar Euro di tahun 2022 (Petruzzi, 2023).

Besarnya skala bisnis Unilever tidak mengurungkan niat perusahaan dalam menerapkan prinsip keberlanjutan. Sejalan dengan hal tersebut, Unilever menerapkan strategi keberlanjutan yang bernama *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP), di tingkat global, termasuk di Indonesia, yang kemudian mengantarkannya menjadi perusahaan pemimpin praktik keberlanjutan di tingkat global. Grafik 1.1. menunjukan bahwa perusahaan ini dinobatkan sebagai “#1 *Corporate Leader on Sustainability*” oleh GlobScan-SustainAbility survey 2022, sebuah survey terhadap *sustainable development* yang melibatkan 700 pakar *sustainability* dari lebih dari 70 negara (GlobeScan, 2022). Tidak hanya itu, Unilever telah menduduki peringkat ke-1 selama sepuluh tahun berturut - turut.

Grafik 1. 1 Perusahaan *Sustainability leaders* 2022



Berdasarkan persentase respon 700 pakar *sustainability*

Sumber: diolah dari GlobScan-SustainAbility Survey, 2022

Walaupun Unilever telah memperoleh GlobScan-Sustainability Award atas keberhasilan praktik keberlanjutannya, tidak dapat dipungkiri bahwa aktivitas bisnis Unilever memberikan dampak negatif yang signifikan bagi lingkungan di tingkat global maupun di Indonesia, terutama pada polusi kemasan plastik sekali

pakai. Hal ini dibuktikan melalui konsistensi Unilever dalam menduduki tiga peringkat teratas perusahaan penyebab polusi sampah plastik di Indonesia (ECOTON, 2022).

Meskipun sampah plastik merupakan salah satu isu utama dalam pilar lingkungan dari SDGs dan menjadi tantangan signifikan bagi Unilever di Indonesia, SDGs sejatinya tidak hanya berfokus pada pilar lingkungan saja. Pilar - pilar sosial, ekonomi, serta hukum dan tata kelola juga menjadi bagian integral dari tujuan tersebut. Namun, upaya Unilever dalam menerapkan SDGs pada ketiga pilar lainnya masih kurang terlihat di tengah masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi kontribusi Unilever dalam implementasi seluruh pilar SDGs di Indonesia. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai peran perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan.

Secara singkat, pemilihan perusahaan multinasional Unilever sebagai objek yang diteliti pada penelitian ini didasarkan pada fakta bahwa perusahaan ini memperoleh peringkat pertama sebagai perusahaan pemimpin praktik berkelanjutan di tingkat global, yang juga menerapkan strategi keberlanjutannya di Indonesia. Di sisi lain, pemilihan Indonesia didasarkan pada fakta bahwa menurut PBB, Indonesia adalah negara *upper-middle income* dengan pencapaian SDGs yang paling progresif (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2023). Namun, keterlibatan perusahaan dalam penerapan SDGs di Indonesia tergolong masih rendah, ditunjukkan dengan adanya hampir 1.000 perusahaan yang belum menerapkan praktik keberlanjutan (PROPER, 2022).

Dengan target tercapainya SDGs pada tahun 2030, penulis melihat adanya urgensi untuk melakukan penelitian mengenai kontribusi Unilever, sebagai representasi sektor privat, dalam menerapkan SDGs di Indonesia. Penelitian ini menarik untuk diteliti untuk memahami bagaimana Unilever mengintegrasikan SDGs ke dalam strategi perusahaannya di Indonesia, serta untuk mengeksplorasi lebih lanjut inisiatif Unilever pada seluruh pilar SDGs secara luas, termasuk komitmennya dalam mengatasi dampak negatif lingkungan akibat aktivitas bisnisnya sebagai representasi pilar lingkungan SDGs di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan umum yang tertulis pada bagian sebelumnya, penelitian ini akan menjawab pertanyaan: “Bagaimana Unilever berkontribusi terhadap penerapan *sustainable development goals* di Indonesia melalui strategi *Unilever Compass*?”

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian yang berjudul “Keterlibatan Perusahaan Multinasional Dalam Penerapan *Sustainable Development Goals* (SDGs) di Indonesia: Studi Kasus Unilever Melalui Strategi *Unilever Compass*” ini diselenggarakan untuk mencapai dua tujuan utama, yaitu:

1. Tujuan Umum

Mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana perusahaan multinasional (Unilever) menerapkan SDGs di Indonesia.

2. Tujuan Khusus

Menjawab pertanyaan penelitian dengan mendeskripsikan dan menganalisis relevansi strategi yang dilakukan oleh perusahaan multinasional (Unilever) dalam menerapkan SDGs di Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan dalam tiga aspek, yaitu manfaat akademis, praktis, dan sosial. Dari sisi **manfaat akademis**, penelitian ini dilakukan untuk meyumbang kontribusi bagi ilmu hubungan internasional, secara spesifik pada studi kerjasama pembangunan internasional, khususnya pada *private sector engagement* dalam mencapai tujuan global di skala nasional.

Dari sisi **manfaat praktis**, penelitian diharapkan dapat menjadi inspirasi dan panduan bagi perusahaan multinasional maupun perusahaan lokal, serta aktor terkait untuk mengadopsi strategi keberlanjutan dalam operasional bisnisnya sebagai bentuk berkontribusi terhadap SDGs.

Dari sisi **manfaat sosial**, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan khalayak umum akan pentingnya praktik *sustainability* dalam kehidupan sehari - hari, sehingga diharapkan masyarakat awam dan pelaku usaha dapat meningkatkan kesadarannya terhadap hal tersebut.

1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1. Tinjauan Pustaka

Meningkatnya permasalahan sosial dan lingkungan global merupakan salah satu dampak dari aktivitas bisnis yang masif dan tidak berkelanjutan oleh

perusahaan - perusahaan besar. Hubungan kausalitas ini telah diangkat dalam penelitian - penelitian terdahulu.

Penelitian pertama milik Scheyvens et al. (2016) memaparkan bahwa perusahaan, pemerintah, dan masyarakat sama - sama bertanggung jawab dalam pencapaian SDGs. Hasil penelitian ini berfokus pada memaparkan tantangan - tantangan yang dihadapi perusahaan (sektor privat) dalam mengemban tanggung jawab penerapan SDGs. Oleh karena itu, dibutuhkan peran serta pemerintah melalui institusi global untuk meminimalisir konflik kepentingan. Persamaan yang diangkat pada penelitian ini adalah memaparkan bagaimana perusahaan berkontribusi dalam pencapaian SDGs di Indonesia, sedangkan perbedaan yang diangkat adalah meneliti secara spesifik bentuk tanggung jawab perusahaan secara spesifik, yaitu Unilever, dalam menerapkan SDGs di Indonesia.

Penelitian kedua milik van der Waal & Thijssens (2020) mengungkapkan bahwa berdasarkan *sustainability report* 2000 perusahaan terbesar di dunia, keterlibatan perusahaan dalam agenda *sustainable development goals* masih terbatas karena perusahaan melihat SDGs sebagai sesuatu yang simbolis alih - alih substantif, mengingat partisipasi SDGs bersifat *voluntary*. Persamaan yang diangkat pada penelitian ini adalah meng-*highlight* rendahnya keterlibatan perusahaan dalam menerapkan SDGs, sedangkan perbedaan yang diangkat adalah mengeksplorasi praktik penerapan SDGs Unilever sebagai bentuk kontra terhadap hasil penelitian ini.

Penelitian terdahulu ketiga yang dilakukan oleh Wilburn & Wilburn (2020) memaparkan bahwa tujuan SDGs dapat dimodifikasi dan disesuaikan

dengan tujuan strategis perusahaan. Unilever, sebagai salah satu dari sebelas perusahaan yang diteliti, telah mendemonstrasikan usaha dalam mencapai SDGs melalui strategi *Unilever Sustainable Living Plan*. Unilever berfokus pada bidang kesehatan, mengurangi dampak lingkungan, serta meningkatkan taraf hidup masyarakat. Persamaan yang ditemukan pada penelitian ini adalah subjek penelitian yang diangkat yaitu, Unilever, sedangkan perbedaan yang diangkat adalah penggunaan strategi keberlanjutan Unilever yang berbeda, yaitu *Unilever Compass*.

Penelitian terdahulu keempat yang dilakukan oleh Montiel et al (2021) memaparkan proses bagaimana perusahaan multinasional dapat membuat strategi untuk berkontribusi terhadap SDGs. Tahap pertama adalah mengklasifikasikan ke-17 tujuan SDGs ke dalam 6 kategori berdasarkan peningkatan atau pengurangan dampak negatif eksternal. Tahap kedua adalah dengan menempatkan dan mengimplementasikan hasil klasifikasi tersebut ke dalam *value chain*. Persamaan yang ditemukan pada penelitian ini adalah pemaparan akan bagaimana perusahaan multinasional membuat strategi keberlanjutan untuk menerapkan SDGs, sedangkan perbedaan yang diangkat adalah menyajikan analisis relevansi strategi keberlanjutan Unilever dalam konteks penerapan SDGs di Indonesia.

Keterlibatan perusahaan dalam usaha mencapai SDGs juga telah diangkat dalam beberapa studi kasus penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu kelima milik Bello & Othman (2020) mendeskripsikan bagaimana perusahaan multinasional Etisalat berhasil memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan pendidikan dasar di Nigeria melalui program "*adopt a school*" yang sejalan

dengan SDG 4 (*quality education*). Perkembangan ini ditandai dengan peningkatan kemampuan numerasi, literasi, dan *life skills* bagi anak - anak Nigeria. Persamaan yang ditemukan pada penelitian ini adalah deskripsi akan kegiatan CSR perusahaan multinasional dalam konteks implementasi SDGs, sedangkan perbedaan yang diangkat adalah perusahaan multinasional yang diteliti, dimana dalam penelitian ini, peneliti mengangkat perusahaan multinasional yang berbeda yaitu Unilever.

Penelitian terdahulu keenam yang dilakukan oleh Kumi et al (2020) memaparkan bahwa walau program CSR perusahaan membuka potensi untuk berkontribusi mencapai beberapa tujuan SDGs, kendala seperti intervensi jangka pendek dan kurangnya koordinasi antara perusahaan dan masyarakat menghambat pencapaiannya. Dalam hal penerapan SDGs di Ghana, perusahaan di sektor pertambangan dapat membantu masyarakat dalam kesenjangan infrastruktur, akses internet, penciptaan lapangan kerja. Walaupun begitu, penciptaan lapangan pekerjaan tidak bersifat jangka panjang karena adanya ketimpangan *supply-demand* dalam ketenagakerjaan. Persamaan yang diangkat pada penelitian ini adalah sama – sama mendeskripsikan bagaimana perusahaan multinasional berkontribusi terhadap penerapan SDGs di suatu negara, sedangkan perbedaan yang diangkat adalah studi kasus perusahaan dan negara yang diteliti.

Unilever juga telah menunjukkan komitmen terhadap praktik keberlanjutan melalui pembuatan strategi berkelanjutan skala global. Strategi Unilever tersebut telah diangkat ke dalam beberapa penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu ketujuh yang menjadi referensi adalah milik Siddique & Sultana (2018)

mengungkapkan bahwa strategi keberlanjutan (USLP) diintegrasikan ke dalam strategi bisnis dan marketing perusahaan. Strategi ini berhasil membangun profil Unilever sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sembari meningkatkan profit, serta menjalin relasi dengan NGO dan organisasi internasional. Persamaan yang ditemukan pada penelitian ini adalah sama – sama membahas strategi keberlanjutan Unilever, sedangkan perbedaan yang diangkat adalah strategi keberlanjutan yang diteliti.

Penelitian terdahulu kedelapan dilakukan oleh Murphy & Murphy (2017) membahas mengenai pendekatan dan usaha yang dilakukan Unilever sebagai perusahaan pemimpin praktik keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Penelitian ini mengungkapkan bahwa keberhasilan Unilever sebagai perusahaan yang memimpin dan memprakarsai praktik keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan NGO serta rezim internasional. Persamaan yang ditemukan pada penelitian ini adalah sama – sama meneliti perusahaan Unilever, sedangkan perbedaan yang diangkat adalah penyajian analisis relevansi strategi keberlanjutan Unilever terhadap penerapan SDGs di Indonesia.

Penelitian terdahulu kesembilan milik Lawrence et al (2019) berargumen bahwa *Sustainability* dapat diadopsi sebagai strategi untuk mengembangkan perusahaan di negara - negara berkembang yang cenderung terbatas dalam hal infrastruktur dan sumber daya, serta dengan adanya skeptisisme masyarakat terhadap perusahaan asing. Penerapan strategi ini pada akhirnya membantu Unilever dalam menghadapi tantangan dan peluang pasar di negara berkembang.

Persamaan yang diangkat adalah sama – sama meneliti perusahaan Unilever, perbedaan yang diangkat adalah penyajian analisis relevansi strategi keberlanjutan Unilever terhadap penerapan SDGs di Indonesia.

Penelitian terdahulu kesepuluh milik Nisa et al (2021) memaparkan mengenai usaha Unilever dalam mencapai SDG 3 di Indonesia melalui program sekolah sehat, hari cuci tangan sedunia, bulan kesehatan gigi, dan lain sebagainya. Usaha Unilever juga telah memberikan dampak signifikan dalam pendanaan kesehatan, terutama pada masa COVID-19. Oleh karena itu, Unilever telah berhasil membantu pencapaian target nasional SDGs di Indonesia. Persamaan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sama – sama membahas usaha Unilever dalam menerapkan SDGs di Indonesia, sedangkan perbedaan yang diangkat adalah cakupan penelitian yang tidak hanya membahas satu, melainkan tujuh belas tujuan SDGs.

Melalui tinjauan pustaka, peneliti mengidentifikasi persamaan dan perbedaan antara penelitian – penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan. Persamaan utama yang ditemukan adalah terkait topik dan subjek penelitian, yaitu usaha Unilever ,sebagai perusahaan multinasional, untuk menerapkan SDGs melalui strategi keberlanjutan *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP). Di sisi lain, secara spesifik, perbedaan yang diangkat dalam penelitian adalah strategi keberlanjutan Unilever yang akan diteliti. Berbeda dari penelitian sebelumnya pula, penelitian ini tidak hanya akan mendeskripsikan strategi keberlanjutan Unilever, tetapi juga menganalisis relevansi strategi tersebut terhadap penerapan SDGs di Indonesia.

Berdasarkan perbedaan yang telah diidentifikasi dari penelitian – penelitian terdahulu, peneliti akan membawa kebaruan (*state of the art*) dengan mendeskripsikan bagaimana implementasi strategi keberlanjutan Unilever yang terbaru, yaitu *Unilever Compass*, dalam berkontribusi mencapai *sustainable development goals* di Indonesia. Kemudian menganalisis relevansi strategi tersebut dengan indikator SDGs Indonesia melalui *self-assessment* berdasarkan pedoman teknis pemantauan dan evaluasi penerapan SDGs milik Bappenas. Hingga sampai saat penelitian ini ditulis, belum ada penelitian lain yang meneliti variabel dan substansi dengan metode *self-assessment* yang diangkat pada penelitian ini.

1.5.2. Teori Liberalisme-Institusionalis

Sebagai salah satu paradigma dominan dalam ilmu Hubungan Internasional, liberalisme memiliki tiga asumsi utama dalam memandang hubungan internasional, yang meliputi hakikat aktor, hakikat negara, dan hakikat sistem internasional (Moravcsik, 1992). Ketiga asumsi dasar tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Aktor fundamental hubungan internasional adalah individu rasional dan kelompok privat yang saling berinteraksi dan membentuk organisasi untuk mencapai kepentingan mereka. Berdasarkan hal ini, liberalisme menggunakan pendekatan *bottom-up* yang memandang bahwa perilaku negara merupakan representasi dari kepentingan –material maupun ideasional– individu dan kelompok sosial. Menurut liberalis, interaksi semacam ini membuka celah untuk terjadinya konflik dalam hubungan antarnegara yang berlandaskan pada

perbedaan pandangan / kepercayaan, kelangkaan sumber daya, maupun ketimpangan pengaruh sosial.

Dalam menjelaskan hakikat negara, liberalisme memandang negara merupakan representasi dari suatu kelompok masyarakat yang kepentingannya diterjemahkan sebagai kepentingan nasional (negara). Oleh karena itu, negara menurut pandangan liberal bukanlah sebuah aktor, melainkan sebuah institusi yang merepresentasikan hanya individu dan kelompok tertentu secara menyeluruh.

Dalam memandang sistem internasional, liberalisme mengesampingkan pandangan realis yang menganggap hubungan negara selalu bersifat konfliktual. Walaupun begitu, liberalisme tetap mengakui bahwa konflik memang ada dalam hubungan antar negara, namun dapat ditangani melalui kerja sama. Dalam bekerja sama, negara –sebagai representasi individu dan kelompok sosial yang rasional– berpedoman pada kepentingan pribadi alih - alih sifat altruis. Pola kerjasama yang melibatkan perbedaan kepentingan dan sifat negara dapat dijelaskan dengan konsep *costs and benefits*. Dalam memperhitungkan *costs and benefits* tersebut, negara kembali lagi berpedoman pada tujuan / kepentingan pribadi. Sehingga, sangat memungkinkan bagi negara untuk bekerja sama dalam mendukung kepentingan negara lain (*cost*) selama membantunya mencapai kepentingan pribadinya (*benefits*).

Berdasarkan asumsi pokok tersebut, terdapat tiga aliran utama dalam liberalisme, yaitu liberalisme-republikan (fokus pada isu perdamaian melalui penyebaran demokrasi), liberalisme-interdependensi (berfokus pada pencapaian

perdamaian lewat ketergantungan ekonomi), dan liberalisme-institusionalisme (berfokus pada keberadaan institusi sebagai fasilitator kerja sama antarnegara) (Moravcsik, 2001; Rosyidin, 2020). Penelitian ini akan berfokus pada teori liberalisme-institusionalis.

Teori liberalisme-institusionalis dikembangkan oleh Robert Keohane. Teori ini menekankan pada pentingnya keberadaan institusi untuk memfasilitasi kerjasama internasional. Hal ini berlandaskan pada pemahaman bahwa kondisi sistem internasional yang anarki menghambat terjadinya kerjasama antar negara atas dasar perasaan saling curiga. Namun, kaum institusionalis memiliki pandangan yang lebih positif akan kerja sama, yang dapat dilakukan melalui peran rezim atau institusi internasional (Rosyidin, 2020:53).

Institusi, sebagaimana didefinisikan oleh Keohane (1982), adalah seperangkat peraturan, norma, prinsip, dan prosedur yang memfasilitasi kesepakatan antar aktor dalam politik internasional. Institusi internasional dapat berbentuk formal maupun informal, yang terbagi ke dalam tiga bentuk utama, yaitu: 1) Organisasi pemerintah atau organisasi non-pemerintah transnasional, yaitu institusi formal-birokrasi yang dibentuk atas kesepakatan negara - negara, 2) Rezim internasional, yaitu sebuah institusi dengan peraturan yang jelas dan disetujui oleh pemerintah negara - negara yang berkaitan dengan seperangkat isu dalam hubungan internasional. 3) Konvensi, yaitu institusi non formal dengan peraturan tersirat yang membentuk ekspektasi aktor melalui pemahaman kolektif. Rosyidin (2020), turut menambahkan bahwa institusi juga dapat berbentuk sebagai kesepakatan yang tidak mengikat kuat.

Pentingnya keberadaan institusi internasional dikemukakan oleh Keohane, melalui tulisannya "*The Demand of International Regimes*" (1982). Adapun beberapa faktor yang mendasari pentingnya keberadaan institusi adalah: 1) Institusi dapat meminimalisir ketidakpastian dan risiko dalam hubungan internasional. 2) Institusi dapat memfasilitasi persetujuan yang memberi keuntungan bagi pemerintah. 3) Institusi dapat menawarkan kerangka kerja sama dan koordinasi (Keohane, 1982).

Signifikansi institusi dalam kerjasama antar negara disandarkan pada beberapa manfaat praktis, yang meliputi sarana pertukaran informasi antar negara, mengidentifikasi isu yang dapat menyatukan kepentingan berbagai pihak, membuat standarisasi pencapaian atau penyelesaian suatu isu, memberikan arahan dan langkah - langkah yang harus diambil dalam menghadapi suatu isu. Keberadaan institusi dalam kerjasama antar negara juga dapat memangkas biaya, baik biaya komunikasi, *monitoring*, dan *controlling* (Keohane, 1988: 386 - 387, dalam Rosyidin, 2020).

Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya, secara teoritis, institusi internasional menawarkan berbagai keuntungan yang dapat memfasilitasi kerja sama penanganan suatu isu. Akan tetapi, dalam realitanya, efektivitas menjadi permasalahan utama institusi internasional. Efektivitas dapat didefinisikan sebagai kontribusi suatu institusi dalam memecahkan permasalahan yang mendasari terbentuknya institusi tersebut (Levy et al., 1995).

Pengukuran efektivitas institusi internasional, menurut Levy et al (1995), dapat didasarkan pada perbandingan antara perilaku aktor dan perilaku yang

mungkin terjadi apabila institusi / rezim internasional tidak pernah terbentuk. Singkat kata, efektivitas institusi internasional didasarkan pada keberhasilan dalam mengubah perilaku aktor dalam berinteraksi dan berkontribusi terhadap permasalahan yang diangkat.

Dalam menganalisis perubahan perilaku aktor, terdapat dua indikator yang dapat digunakan, yaitu hasil (*output*) dan luaran (*outcome*). Hasil dapat didefinisikan sebagai infrastruktur atau regulasi yang dibentuk untuk mencapai tujuan institusi internasional, sedangkan luaran (*outcome*) mengacu pada perubahan perilaku aktor yang relevan terhadap permasalahan yang mendasari terbentuknya institusi internasional (Young, 2014).

Berdasarkan paparan teoritis ini, teori liberalisme-institusionalis akan digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana norma internasional SDGs mempengaruhi perilaku Unilever sebagai perusahaan multinasional dalam membuat strategi keberlanjutan, khususnya strategi *Unilever Compass*.

1.5.3. Corporate Social Responsibility (CSR)

Meningkatnya peran perusahaan multinasional di lingkup bisnis internasional membuatnya memiliki tanggung jawab di wilayah tempat mereka melakukan kegiatan usaha. Tanggung jawab kemudian dikenal dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR). Konsep ini diperkenalkan oleh Harold Bowen yang dijuluki sebagai "*Father of CSR*". CSR menurut Bowen (1953) dapat diartikan sebagai kewajiban pelaku usaha untuk mengedepankan sebuah kebijakan, pengambilan keputusan, atau melakukan tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai - nilai masyarakat.

Dalam menjelaskan alasan penerapan CSR, Frynas (2009) memaparkan beberapa pertimbangan di balik kesediaan perusahaan dalam menerapkannya. Beberapa alasan tersebut antara lain: 1) Mematuhi hukum, aturan, dan regulasi yang berlaku. 2) Mendapatkan citra positif di masyarakat. 3) Mengintegrasikan nilai keberlanjutan dalam strategi bisnis perusahaan. 4) Memperoleh izin beroperasi (*license to operate*) dari masyarakat sekitar. 5) Menerapkan pengelolaan risiko atas tekanan masyarakat dan konflik sosial.

Menurut Carroll (1979), terdapat empat tingkatan tanggung jawab yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan. Tanggung jawab ini dapat berdiri sendiri maupun bercampur dengan jenis tanggung jawab lainnya dalam implementasinya. Keempat tanggung jawab tersebut meliputi:

1. Tanggung jawab ekonomi (*economic responsibilities*)

Tanggung jawab ekonomi adalah prinsip dasar tanggung jawab perusahaan yang diwujudkan dalam aktivitas bisnisnya. Tanggung jawab ini dilakukan perusahaan dengan menyediakan kebutuhan dasar masyarakat untuk memperoleh profit tertentu.

2. Tanggung jawab hukum (*legal responsibilities*)

Merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan yang diwujudkan lewat kegiatan perusahaan yang memenuhi dan berdasarkan peraturan hukum di tempat perusahaan tersebut beroperasi.

3. Tanggung jawab etis (*ethical responsibilities*)

Merupakan bentuk tanggung jawab yang paling sulit untuk diimplementasikan. Tanggung jawab ini didasarkan pada kegiatan bisnis

yang tidak memberikan bahaya terhadap lingkungan sekitar dan pihak - pihak yang terlibat.

4. Tanggung jawab kebijaksanaan (*discretionary responsibilities*)

Merupakan tanggung jawab yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang terbentuk atas ekspektasi sosial masyarakat. Contoh: memberikan pelatihan kepada tuna karya dan aktivitas lain di luar lingkup usahanya. Perusahaan yang tidak menjalankan tanggung jawab ini tidak semata - mata dianggap tidak etis.

CSR seringkali dijadikan sebagai media implementasi SDGs oleh perusahaan – perusahaan di Indonesia Setiawan et al. (2021). Oleh karena itu, implementasinya perlu dievaluasi untuk menentukan relevansinya terhadap penerapan SDGs di suatu negara. Di Indonesia, Bappenas, sebagai aktor yang berwenang untuk mengkoordinasi penerapan dan pencapaian SDGs di Indonesia, membuat pedoman teknis pemantauan dan evaluasi penerapan SDGs. Pedoman ini, memungkinkan pihak non pemerintah untuk melakukan *self-assessment* terhadap praktik keberlanjutan yang dilakukan oleh sektor publik, maupun sektor privat seperti perusahaan (Bappenas, 2020). Dalam penelitian ini, pedoman teknis Bappenas akan digunakan untuk menganalisis relevansi implementasi, hasil, dan capaian CSR Unilever dibawah strategi Unilever Compass terhadap implementasi SDGs di Indonesia.

1.6. Operasionalisasi Konsep

Untuk menghasilkan sebuah penelitian yang komprehensif, penulis akan menjabarkan konsep - konsep utama dalam penelitian ini baik secara definisi maupun operasionalisasinya.

1.6.1. Definisi Konseptual

1.6.1.1. Institusi Internasional

Menurut Robert Keohane (1982), institusi internasional dapat diartikan sebagai seperangkat peraturan, norma, prinsip, dan prosedur yang memfasilitasi kesepakatan antar aktor dalam politik internasional. Institusi dapat berbentuk formal, seperti World Bank atau International Monetary Fund (IMF), maupun informal, seperti *balance of power* atau hukum internasional, yang memandu interaksi dan proses pengambilan keputusan berbagai aktor dalam sistem internasional (Keohane, 1982: 354).

1.6.1.2. Norma Internasional

Robert Keohane (1982) mendefinisikan norma internasional sebagai peraturan dan prinsip fundamental yang memandu perilaku negara dan aktor lainnya dalam sistem internasional. Keberadaan norma krusial dalam membentuk identitas dan mempengaruhi tindakan negara, serta dalam membentuk tata kelola global (Keohane, 1982: 342).

1.6.1.3. Output

Dalam mendefinisikan *output* sebagai salah satu tujuan dari institusi internasional, peneliti meminjam definisi yang dikemukakan oleh Oran Young (2014). *Output* dapat didefinisikan sebagai infrastruktur atau regulasi yang

dibentuk untuk mengubah norma dalam institusi internasional menjadi aksi nyata (Young, 2014).

1.6.1.4. Outcome

Seperti halnya dengan *output*, peneliti meminjam definisi yang dikemukakan oleh Oran Young (2014) untuk mendefinisikan *outcome* secara konseptual. *Outcome* dapat didefinisikan hasil atau capaian dari inisiatif yang dibuat untuk menjunjung tujuan dari institusi atau norma internasional (Young, 2014).

1.6.2. Definisi Operasional

1.6.2.1. Institusi Internasional

Peneliti menggunakan konsep institusi internasional pada penelitian ini sebagai lembaga formal yang menaungi kerja sama antara negara dan aktor lainnya dalam sistem internasional. Pada penelitian ini, institusi internasional yang secara spesifik dibahas pada penelitian ini adalah PBB (*united nations*) yang memprakarsai pembentukan SDGs sebagai norma internasional. Institusi internasional lainnya yang akan dibahas pada penelitian adalah United Nations Global Compact (UNGC), sebagai institusi internasional di bawah PBB sebagai forum koordinasi dan kerja sama penerapan SDGs di lingkup perusahaan. Pada penelitian ini, peran institusi internasional yang telah disebutkan akan digunakan untuk menganalisis implementasi praktik keberlanjutan dalam bisnis Unilever.

1.6.2.2. Norma Internasional

Pada penelitian ini, konsep norma internasional secara spesifik ditujukan pada SDGs sebagai prinsip dasar yang memandu perilaku Unilever dalam

menerapkan SDGs pada kegiatan usahanya. Norma internasional SDGs, berisi tujuh belas tujuan yang diutilisasi dan diintegrasikan Unilever dalam mengimplementasikan bisnis yang berkelanjutan.

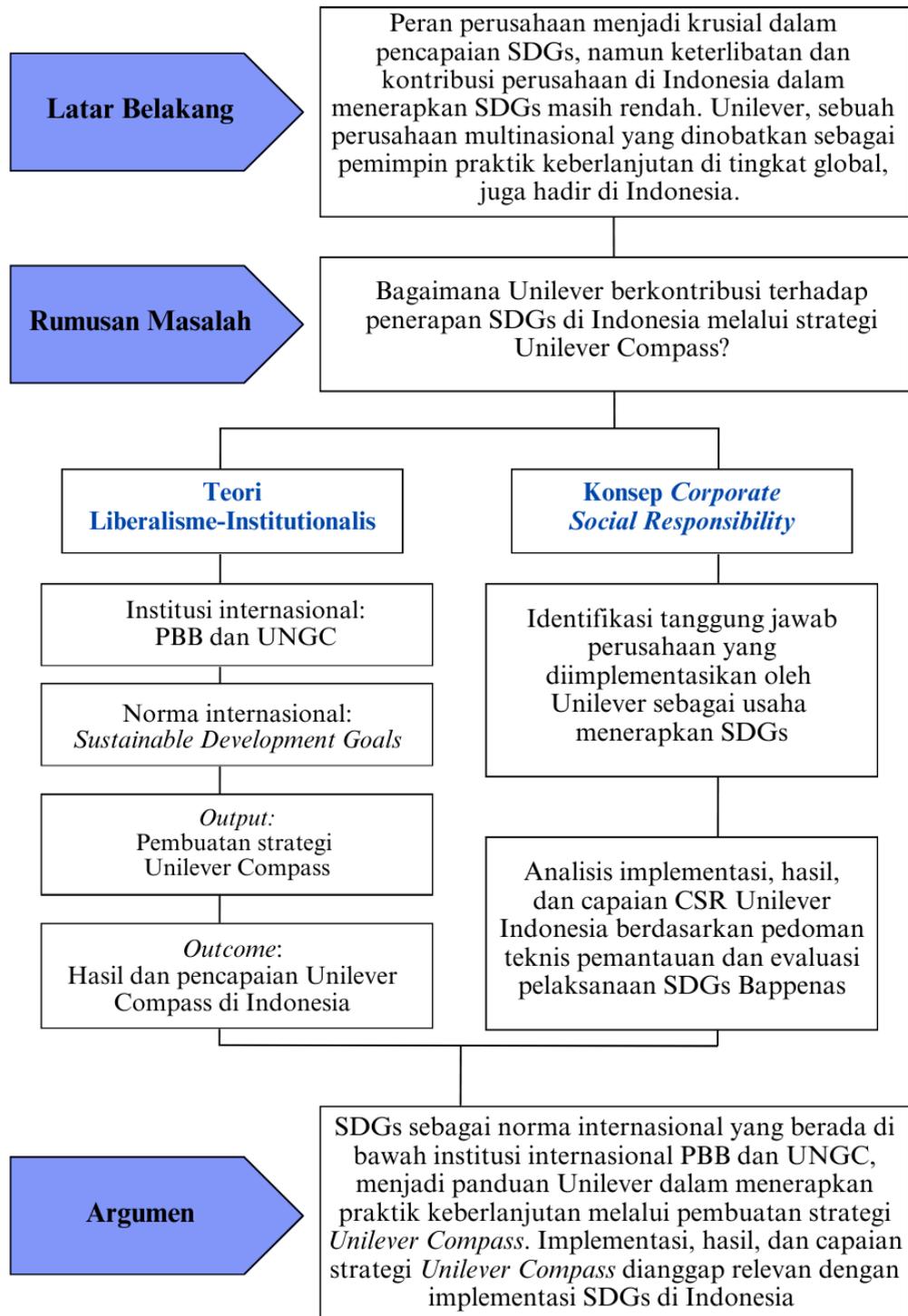
1.6.2.3. *Output*

Pada penelitian ini, *output* ditujukan pada pembentukan strategi Unilever Compass sebagai infrastruktur yang berguna untuk menerjemahkan tujuan – tujuan SDGs ke dalam praktik dan target perusahaan. Berdasarkan konsep ini, peneliti berusaha mendeskripsikan usaha – usaha yang dilakukan oleh Unilever dalam menerapkan SDGs di lingkup bisnisnya.

1.6.2.4. *Outcome*

Dalam penelitian ini, *outcome* secara spesifik ditujukan pada hasil dan pencapaian implementasi kegiatan CSR Unilever Indonesia dibawah strategi Unilever Compass. Dalam mengidentifikasi *outcome*, peneliti akan melakukan *self-assessment* untuk menganalisis relevansi strategi Unilever Compass terhadap implementasi SDGs di Indonesia menggunakan pedoman teknis pemantauan dan evaluasi pelaksanaan TPB/SDGs milik Bappenas.

Gambar 1.1 Skema Alur Berpikir Penelitian



1.7. Argumen Penelitian

Kehadiran norma SDGs dibawah naungan PBB sebagai institusi internasional, menciptakan seperangkat panduan bagi Unilever dalam mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam strategi keberlanjutan *Unilever Compass*. Strategi *Unilever Compass* tersebut diimplementasikan berdasarkan norma SDGs di tingkat global dan disesuaikan dengan regulasi yang berlaku di Indonesia. Lebih lanjut lagi, implementasi, hasil, dan capaian *Unilever Compass* dianggap relevan dengan implementasi SDGs di Indonesia. Detail mengenai kontribusi Unilever dalam capaian SDGs melalui pilar Unilever Compass dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1. 1 Relevansi Pilar *Unilever Compass* terhadap SDGs

No	Pilar <i>Unilever Compass</i>	Relevansi Dengan Pilar Sustainable Development Goals 2030
1.	Meningkatkan kesehatan planet	SDG 12, SDG 13, SDG 14, SDG 15
2.	Meningkatkan kesehatan, kepercayaan diri, dan kesejahteraan masyarakat	SDG 1, SDG 2, SDG 3, SDG 8
3.	Mewujudkan dunia yang lebih adil dan inklusif	SDG 4, SDG 5, SDG 10

Sumber: penulis dari berbagai sumber

Penelitian ini kemudian akan menyajikan hasil asesmen berdasarkan metadata indikator SDGs Indonesia dan pedoman teknis pemantauan dan evaluasi pelaksanaan tujuan pembangunan berkelanjutan milik Bappenas yang menunjukkan bahwa implementasi strategi *Unilever Compass* berkontribusi terhadap implementasi SDGs di Indonesia.

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini disusun dengan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode dimana peneliti berusaha untuk menganalisis suatu fenomena sosial melalui penggambaran berdasarkan perspektif atau interpretasi individu dalam konteks akademik (Martono, 2016: 212). Lebih lanjut lagi, penelitian kualitatif identik dengan menganalisis relasi antara teori dan praktik sosial untuk menemukan pola - pola umum yang berlaku di masyarakat.

1.8.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan menerapkan tipe penelitian deskriptif-analitik. Penelitian deskriptif-analitik adalah tipe penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau mengilustrasikan objek yang diteliti berdasarkan data atau sampel yang telah dikumpulkan sedemikian rupa. Hasil dari analisis penelitian ini berupa kesimpulan yang tidak berlaku untuk umum (Sugiyono, 2013). Berdasarkan tipe penelitian tersebut, penelitian ini mencoba mendeskripsikan bentuk dan usaha keberlanjutan yang dilakukan perusahaan multinasional (Unilever) dalam menerapkan SDGs di Indonesia, serta menganalisis relevansi strategi tersebut dengan prioritas tujuan SDGs Indonesia.

1.8.2 Situs Penelitian

Situs penelitian mengacu pada tempat diselenggarakannya suatu penelitian yang menentukan bagaimana peneliti memperoleh data - data yang digunakannya. Dalam konteks penelitian ini, penulis melakukan penelitian di domisili penulis terkait fenomena yang terjadi di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan metode *desk research*, *library research*, dan *internet research* yang memungkinkan

peneliti untuk memperoleh data yang kredibel melalui dokumen - dokumen resmi, seperti Unilever Indonesia Sustainability Report 2021 - 2023, laporan - laporan organisasi internasional, seperti UNDP dan Greenpeace International. laman resmi Unilever, laman resmi NGO terkait, buku, jurnal, artikel ilmiah, dan laman berita bereputasi.

1.8.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian pada penelitian ini adalah perusahaan multinasional Unilever sebagai salah satu perusahaan terbesar yang bergerak di sektor FMCG dan juga sebagai perusahaan yang menyanggah gelar *sustainability leader*. Secara spesifik, penelitian ini akan menganalisis strategi keberlanjutan Unilever (*Unilever Compass*) untuk berkontribusi terhadap penerapan SDGs di Indonesia.

1.8.4. Jenis Data

Penelitian ini akan disusun melalui penggunaan data sekunder. Data sekunder dapat diartikan sebagai kumpulan data yang telah diolah, dikemas, dan disusun sedemikian rupa (Martono, 2016: 66). Data sekunder yang digunakan adalah kombinasi dari data kualitatif dan kuantitatif. Oleh karena itu, penulis akan menggunakan data hasil dari studi kepustakaan yang bersumber dari Unilever *Sustainability Report* tahun 2019 - 2023, laman resmi Unilever, laman resmi NGO terkait, pedoman teknis pemantauan dan evaluasi penerapan SDGs Bappenas, jurnal, artikel ilmiah, serta laman berita yang terkait dengan topik pembahasan dan subjek penelitian. Data penelitian akan diperoleh dari sumber - sumber relevan dan bereputasi untuk menunjang objektivitas hasil penelitian.

1.8.5. Sumber Data

Penulis akan menggunakan data sekunder dari berbagai sumber yang kredibel dan relevan. Sumber data yang digunakan untuk memperoleh data penelitian antara lain berasal Unilever *Sustainability Report* tahun 2019 - 2023, laman resmi Unilever, pedoman teknis pemantauan dan evaluasi penerapan SDGs Bappenas, dan laman resmi NGO terkait. Peneliti juga memperoleh data dari sumber lain yang bereputasi dan kredibel, seperti jurnal, buku, artikel ilmiah, dan laman berita bereputasi.

1.8.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam menunjang keberhasilan dan keberhasilan penelitian ini, penulis menggunakan gabungan metode *desk research*, *library research*, dan *internet research* dalam pengumpulan data. Studi kepustakaan dilaksanakan dengan melaksanakan kajian literatur melalui situs internet terpercaya, portal / *database* jurnal, laman resmi Unilever dan organisasi internasional terkait. Sumber - sumber fisik yang tersedia di perpustakaan, seperti buku dan artikel juga menjadi sumber data bagi penulis.

1.8.7. Analisis dan Interpretasi Data

Proses analisis dan interpretasi data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis data kongruen. Analisis data dapat diartikan sebagai proses memilah, menafsirkan, dan menyajikan data untuk membangun sebuah argumen. Dalam hal ini, teknik analisis data kongruen diartikan sebagai proses menganalisis data dengan mencocokkan teori atau konsep yang digunakan dengan data yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencocokkan argumen teori

liberalisme-institusionalis dan konsep *corporate social responsibility* untuk menganalisis proses adopsi norma internasional SDGs ke dalam strategi keberlanjutan Unilever, serta untuk mendeskripsikan strategi keberlanjutan *Unilever Compass* di Indonesia. Di sisi lain, panduan teknis pemantauan dan evaluasi penerapan SDGs Bappenas digunakan untuk menganalisis relevansi strategi tersebut dengan tujuan SDGs Indonesia melalui *self-assessment*.

1.8.8. Kualitas Data (*goodness criteria*)

Untuk menjamin objektivitas dan kredibilitas hasil penelitian, peneliti menggunakan data yang berasal dari sumber - sumber terpercaya, bereputasi, dan berkualitas. Data penelitian ini diperoleh dari hasil publikasi subjek penelitian (Unilever), seperti Unilever Sustainability Report dan laman Unilever Indonesia. Data juga diperoleh dari sumber sekunder seperti laporan organisasi internasional, laporan NGO terkait, jurnal bereputasi, buku artikel - artikel ilmiah, dan laman berita bereputasi.