

BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Sustainable Development Goals (SDGs) adalah tujuan global yang ditargetkan untuk tercapai pada tahun 2030. Dengan prinsip “*no one left behind*”, SDGs dibuat untuk diimplementasikan oleh semua pihak, termasuk perusahaan multinasional. Unilever, sebagai salah satu perusahaan multinasional yang ada di Indonesia, turut menerapkan prinsip keberlanjutan dan berkontribusi terhadap penerapan SDGs Indonesia melalui strategi keberlanjutan *Unilever Compass*.

Pembentukan *Unilever Compass* merupakan bentuk pengaruh keberadaan institusi internasional PBB dan UNGC, serta norma internasional SDGs yang mempengaruhi perilaku Unilever untuk menerapkan dan mengintegrasikan tujuan – tujuan SDGs yang ada. Adanya institusi dan norma internasional juga menyediakan pedoman yang dapat diadopsi oleh Unilever dalam implementasi strategi keberlanjutannya. Maka dari itu, SDGs, sebagai norma internasional, dijadikan pondasi dalam pembentukan, penerapan, dan pelaporan strategi Unilever Compass.

Eksistensi institusi dan norma internasional mempengaruhi terbentuknya *Unilever Compass* sebagai *output*. Melalui strategi *Unilever Compass*, Unilever Indonesia berkontribusi dalam penerapan SDGs di Indonesia melalui program, inisiatif, maupun kegiatan CSR yang sesuai dengan empat tingkatan tanggung

jawab sosial perusahaan, yaitu tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum, tanggung jawab etis, dan tanggung jawab kebijaksanaan.

Hasil dan capaian tanggung jawab perusahaan Unilever di bawah strategi *Unilever Compass* merupakan bentuk *outcome* yang relevansinya dianalisis melalui *self-assessment*. Berdasarkan hasil *self-assessment* yang merujuk pada pedoman teknis pemantauan dan evaluasi penerapan SDGs milik Bappenas, ditemukan bahwa program/inisiatif/kegiatan dalam strategi *Unilever Compass* relevan dengan 36 dari 289 indikator SDGs nasional yang tersebar dalam tujuh belas tujuan SDGs. Kontribusi Unilever yang paling dominan berada pada pilar lingkungan (SDG 6, SDG 11, SDG 12, SDG 13, SDG 14, dan SDG 15) dengan 15 indikator terpenuhi. Selanjutnya, pada pilar sosial terdapat 13 indikator terpenuhi, pilar ekonomi 7 indikator terpenuhi, dan pilar hukum dan tata kelola 1 indikator terpenuhi.

Dominasi kontribusi Unilever pada SDGs pilar lingkungan juga menggambarkan bentuk komitmen Unilever dalam mengatasi dampak negatif yang dihasilkan dari kegiatan produksi dan konsumsi bisnisnya, yaitu polusi sampah plastik. Walaupun begitu, kontribusi Unilever dalam mengatasi permasalahan ini perlu didukung dengan transparansi kepada publik dan pembuatan solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan sampai ke akarnya. Namun, terlepas dari hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi *Unilever Compass* adalah bentuk komitmen dan kontribusi langsung Unilever Indonesia terhadap penerapan SDGs di Indonesia.

4.2 Saran

Penelitian ini berhasil membuktikan secara kualitatif kontribusi Unilever Indonesia dalam penerapan SDGs di Indonesia. Walaupun begitu, peneliti menyadari adanya kekurangan dalam penelitian ini, salah satunya adalah dalam metode penelitian dan teknik pengumpulan data. Peneliti memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan metode *desk research* pada sumber-sumber terpercaya, tetapi alangkah baiknya apabila wawancara dengan pihak relevan seperti Greenpeace dapat dilakukan untuk memperkaya data yang belum penulis peroleh.

Peneliti juga hendak memberikan saran bagi penstudi HI lainnya yang tertarik melakukan penelitian lanjutan mengenai SDGs. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan tipe, metode, dan tujuan penelitian yang lebih komprehensif, seperti penelitian mengenai dampak penerapan kegiatan CSR terhadap *social return on investment* secara kuantitatif. Penelitian dengan tipe dan metode yang berbeda tentunya dapat memperkaya literatur dalam studi hubungan internasional.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi *Unilever Compass* memiliki relevansi terhadap penerapan SDGs di Indonesia. Alangkah baiknya apabila Unilever tetap mempertahankan bahkan meningkatkan *progress* pencapaian strategi *Unilever Compass* untuk tetap berkontribusi terhadap SDGs. Dalam hal penanganan dampak negatif aktivitas perusahaan, yaitu sampah plastik, terutama *sachet*, sebaiknya Unilever tidak hanya menampilkan data akan sampah

plastik yang berhasil dikumpulkan, tetapi juga memberikan transparansi data atas jumlah sampah yang diproduksi.

Perusahaan - perusahaan di Indonesia diharapkan dapat mengambil inspirasi dari penelitian ini untuk mulai menerapkan dan meningkatkan implementasi prinsip keberlanjutan dalam operasional perusahaannya, mengingat praktik keberlanjutan perusahaan di Indonesia yang umumnya dilakukan melalui pemberian donasi atau kegiatan filantropis jangka pendek lainnya. Alangkah baiknya jika perusahaan mengintegrasikan prinsip - prinsip SDGs ke dalam strategi bisnis yang diaplikasikan ke seluruh kegiatan perusahaan dari produksi, distribusi, sampai konsumsi.

Penelitian ini membuktikan bahwa peran pemerintah sebagai pembuat kebijakan sangat krusial sebagai pedoman perusahaan dalam menerapkan SDGs. Dalam hal ini, Pemerintah Indonesia dapat mengkaji regulasi - regulasi terkait SDGs bagi perusahaan yang ada untuk memastikan relevansinya dengan *progress* pencapaian SDGs Indonesia serta kapabilitas perusahaan. Pemerintah juga dapat memberikan insentif yang menarik bagi perusahaan sebagai bentuk apresiasi bagi perusahaan yang telah menerapkan prinsip SDGs sesuai atau melebihi standar.