

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan (pangan) menjadi salah satu kebutuhan primer manusia, di samping pakaian (sandang) dan tempat tinggal (papan), sehingga makanan sangat erat kaitannya dengan perkembangan manusia (Sutono, 2021). Manusia membutuhkan makanan setiap harinya, maka perkembangan makanan menjadi cukup pesat mulai dari jenis makanan, cara pengolahan, pengawetan, hingga pengemasan. Perkembangan ini dipercepat dengan adanya globalisasi, setelah batas-batas negara seolah menjadi pudar, perkembangan makanan menjadi lebih cepat karena adanya pertukaran informasi antarnegara. Perbedaan komoditas dan sumber daya alam membuat jenis makanan di satu negara dengan negara lain bisa saja berbeda. Adanya pertukaran informasi ini membuat jenis makanan semakin bervariasi. Setelah itu, muncul inovasi pengawetan dan pengemasan lebih lanjut agar makanan dapat tahan lama dalam perjalanan dan mudah dibawa.

Seiring perkembangan teknologi, kemasan produk makanan turut berkembang dari tanpa kemasan, menuju kemasan berbahan alami, kemasan kaca, kemasan kaleng, kemasan plastik, hingga kemasan aluminium foil (Davies, 2016). Perubahan kemasan tidak hanya dipengaruhi oleh jenis makanan yang dikemas melainkan juga mengikuti permintaan pasar. Pada masa pra-sejarah makanan hanya dikemas menggunakan bahan alami seperti kulit binatang, kulit kayu, dan daun. Diikuti dengan penemuan metode pengawetan dengan mengemas makanan

menggunakan botol kaca oleh Nicholas Appert. Selain botol kaca, kaleng juga kerap digunakan karena kedap udara sehingga dapat membuat makanan lebih awet. Pada awal abad ke-19, Cellophane yang merupakan insinyur tekstil Swiss Jacques E Brandenberger menemukan kemasan baru berbahan dasar plastik. Kemudian digunakan pula aluminium foil sebagai bahan dasar kemasan yang sekaligus dapat mengawetkan makanan (Nugraheni, 2018). Semua jenis kemasan tersebut masih digunakan hingga sekarang, menyesuaikan dengan sifat makanan yang dikemas.

Akibat dari perkembangan teknologi, hilangnya batas negara yang menyebabkan adanya pertukaran budaya hingga komoditas, mengakibatkan munculnya industri makanan instan. Adanya industri makanan instan ini menjadi beban baru dalam masyarakat dan lingkungan. Masyarakat bisa kehilangan lahan produktif akibat munculnya pabrik-pabrik yang menempati lahan mereka atau mencemari lingkungan sehingga berdampak kepada lahan produktif sekitar. Belum lagi limbah yang dihasilkan dapat membahayakan masyarakat dan lingkungan sekitar. Selain itu, luaran industri makanan instan dengan kemasan yang sulit dan bahkan tidak dapat didaur ulang akan berdampak buruk bagi lingkungan.

Dalam mengemas makanan, kita dapat sesuaikan dengan sifat makanan yang dikemas. Dewasa ini, perusahaan kerap kali menggunakan bahan kemasan yang dapat menambah atau memperlambat masa konsumsi produknya. Setiap kemasan memiliki karakteristiknya masing-masing. Kemasan berbahan dasar alami bersifat organik sehingga dapat terurai dengan tanah. Berbeda dengan kemasan berbahan kaca, kaleng, plastik, dan aluminium foil yang bersifat anorganik sehingga membutuhkan waktu untuk dapat terurai. Hanya beberapa jenis kemasan

anorganik yang dapat didaur ulang, seperti kemasan kaca dan sebagian kemasan plastik dengan batas repetisi tertentu. Kemasan kaleng dan kemasan aluminium foil tidak dapat digunakan ulang, akibatnya kemasan tersebut menjadi sampah baru yang menumpuk dan mencemari lingkungan.

Dengan berbagai pertimbangan tersebut, masih banyak perusahaan makanan yang menggunakan bahan dasar di atas sebagai kemasan produk mereka. Berbagai bahan yang sulit terurai akan menimbulkan tumpukan limbah padat yang akan berdampak buruk bagi lingkungan hidup. Sebagai studi kasus, penelitian ini akan menyoroti salah satu *multinational corporation* (MNC) di bidang *food and beverage* (FnB) yakni Nestle. Nestle merupakan salah satu perusahaan produsen makanan yang mengembangkan kemasan produknya untuk dipasarkan secara global.

Nestle merupakan perusahaan yang didirikan oleh seorang ahli farmasi bernama Henri Nestle. Pada awal kemunculannya di Swiss, Nestle menjual makanan pendamping ASI dan susu kental manis. Namun setelah *merger* dengan Anglo-Swiss Condensed Milk Company, Nestle mulai menjual berbagai jenis makanan seperti cokelat, kopi, makanan beku, air mineral, susu bubuk, dan makanan kaleng. Seiring dengan meningkatnya minat konsumen dan berkembangnya varietas produksi, Nestle mengeluarkan produknya dengan kemasan instan. Dengan kemasan instan tersebut, produk Nestle lebih mudah untuk didistribusikan sehingga mempermudah Nestle dalam mengembangkan bisnisnya ke berbagai negara. Kini, produk Nestle telah hadir di 188 negara dan menjadi salah satu bagian dari MNC.

Akibat dari distribusi global, Nestle harus memiliki cadangan bahan baku yang melimpah. Karena industri makanan, maka tidak jauh-jauh dari pertanian dan peternakan. Aktivitas pertanian dan peternakan yang berlebih dapat menimbulkan krisis air bersih. Selain itu, limbah yang dihasilkan dari proses peternakan juga menimbulkan gas metana yang berbahaya. Dalam menekan biaya produksi dan distribusi, Nestle membuka pabrik di berbagai negara. Dengan ini, Nestle menambah daftar dampak yang dihasilkan oleh pabriknya. Pabrik produksi industri makanan instan menghasilkan emisi yang dapat memcemari kualitas udara, air, dan tanah di sekitar pabrik. Di Indonesia sendiri, Nestle memiliki tiga pabrik yang sudah beroperasi dan satu pabrik dalam proses pengembangan. Setiap pabrik pasti menghasilkan limbah yang berdampak terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Selain itu, untuk memenuhi kebutuhan global, Nestle mengemas produknya dengan seefisien mungkin. Nestle memilih kemasan yang dapat memperlambat masa konsumsi produknya sekaligus murah. Kemasan instan memang memudahkan konsumen dalam mengonsumsi dan membawa produk keluaran Nestle. Sebagai contoh, kopi Nestle (Nescafe) ukuran *sachet* satu kali konsumsi lebih mudah dalam penyajian karena sudah dikemas sesuai takaran satu kali minum daripada ukuran besar yang harus meracik (gula dan kopi) terlebih dahulu untuk satu kali minum. Contoh lain, air mineral Nestle Pure Life dengan kemasan botol plastik mudah dibawa serta ketika habis dapat langsung dibuang sehingga tidak menambah beban bawaan konsumen. Perkembangan zaman dengan gaya hidup yang cepat membuat manusia cenderung menggunakan barang-barang instan,

termasuk kaitannya dengan konsumsi. Hal ini menjadi ketergantungan antara manusia dengan kemasan instan. Meski demikian, kemasan yang digunakan adalah kemasan yang sulit dan tidak dapat didaur ulang.

Ketergantungan produk kemasan ini bukanlah kebiasaan yang baik, justru perlu untuk dihindari. Kemasan instan dengan bahan baku yang tidak dapat digunakan kembali (*non-reuseable*), tidak dapat didaur ulang (*non-recycleable*), dan sulit terurai dapat membahayakan lingkungan hidup. Kemasan produk tergolong sebagai limbah padat anorganik yang pemanfaatan ulangnya sangat terbatas, mayoritas tidak memiliki nilai dan menjadi tumpukan sampah. Tumpukan sampah ini akan menyebabkan penurunan kualitas lingkungan hidup yang secara tidak langsung akan memengaruhi kualitas kesehatan, sosial, dan ekonomi sekitar.

Jika tidak dikelola dengan tepat, permasalahan lingkungan hidup yang dihasilkan oleh produsen makanan instan akan berpengaruh terhadap kualitas lingkungan hidup global. Terlebih jika perusahaan tersebut tersebar di berbagai negara, laju dampak terhadap lingkungan hidup akan semakin besar. Penurunan kualitas lingkungan hidup ditandai dengan adanya menipisnya lapisan ozon akibat gas metana berlebih, menurunnya ketersediaan pangan dan air yang layak akibat pencemaran tanah dan air, dan hilangnya keanekaragaman hayati akibat eksploitasi konsumsi berlebih.

Kerusakan lingkungan hidup yang timbul akibat aktivitas konsumsi manusia perlu diselesaikan dengan serius. Isu lingkungan global bukan hanya berdampak kepada satu pihak saja, melainkan kepada seluruh populasi yang ada di bumi. Apabila dibiarkan begitu saja, permasalahan lingkungan hidup lambat laun dapat

menimbulkan bencana dan membahayakan keberlangsungan kehidupan global. Untuk itu, dibutuhkan penanganan yang tepat dan sinergitas dari seluruh elemen, yakni organisasi internasional, pemerintah, perusahaan swasta, dan individu. Setiap elemen memiliki perannya masing-masing, organisasi internasional dan pemerintah bertanggung jawab atas regulasi dan penegakan di wilayah cakupannya. Perusahaan swasta bertanggung jawab atas kegiatan operasionalnya dan kewajibannya dalam menaati regulasi yang berlaku. Individu bertanggung jawab atas tindakannya agar tidak merusak atau memperburuk kondisi lingkungan hidup.

Sebagai upaya pertanggungjawaban atas aktivitas yang merugikan aspek sosial dan lingkungan, perusahaan memiliki kewajiban untuk membuat program yang relevan dengan isu di sekitarnya. Program ini kemudian disebut sebagai *Corporation Social Responsibility* (CSR), namun seiring dengan kritik para akademisi dan praktisi, program CSR tidak lagi relevan. Dewasa ini, konsep CSR diperbaharui sebagai *Creating Shared Value* (CSV) agar tidak muncul kesalahan dalam memahami konsep ini. Sebelumnya, perusahaan mengartikan konsep CSR sebagai program dalam memoles aktivitas buruk perusahaannya saja, hingga muncul kritik dan beralih ke konsep CSV. Konsep CSV lebih menekankan kepada pembentukan nilai atau keuntungan bersama, baik antara perusahaan dengan masyarakat, maupun antara perusahaan dengan lingkungan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa isu lingkungan dan sosial merupakan isu yang teramat penting untuk diteliti. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh hal kecil secara terus-menerus dapat berdampak buruk bagi keberlangsungan bumi sebagai tempat tinggal manusia. Oleh karena itu, penelitian

ini penting untuk dilakukan agar dapat diketahui apa saja permasalahan lingkungan yang timbul akibat industri makanan instan khususnya Nestle dan solusi yang ditawarkan Nestle. Tidak cukup sampai di situ, penelitian ini menggunakan perspektif Teori Hijau khususnya *green economy* dan *green development* yang jarang digunakan dalam keilmuan hubungan internasional. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih penerapan Teori Hijau di kalangan akademisi Hubungan Internasional. Selain itu, munculnya berbagai industri makanan di seluruh dunia menjadi tantangan baru dalam perwujudan pembangunan internasional khususnya dalam isu lingkungan. Penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada MNC lain untuk dapat mengembangkan program yang dapat mendorong pembangunan internasional terutama di bidang kelingkungan.

1.2 Rumusan Masalah

Melalui latar belakang tersebut, muncul pertanyaan utama yang akan menjadi pokok bahasan dari penelitian ini, yakni: **“Bagaimana implementasi CSV Nestle di Indonesia sebagai bentuk tanggung jawab Nestle atas dampak lingkungan yang dihasilkan oleh perusahaannya?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis bagaimana Nestle dapat mengimplementasikan program CSV-nya di Indonesia sebagai bentuk pertanggungjawaban Nestle terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini juga memiliki kegunaan yang terdiri atas kegunaan akademis dan kegunaan praktis berikut.

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dalam lingkup hubungan internasional yang berkaitan dengan aspek lingkungan hidup, serta menambah studi kasus dalam penggunaan *Green Theory* atau Teori Hijau.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan meningkatkan kepedulian seluruh elemen masyarakat untuk lebih memperhatikan masalah lingkungan hidup yang sedang dihadapi bersama. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan inspirasi dan menjadi inisiasi untuk MNC lain agar dapat menjadi perusahaan hijau dalam upaya menyelamatkan lingkungan hidup.

1.5 Kerangka Penelitian Teoritis

Subbab ini kemudian berisikan tinjauan pustaka yang menyoroti beberapa penelitian terdahulu serta kerangka teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Penelitian mengenai upaya MNC dalam menanggapi isu lingkungan tentu sudah pernah dilakukan sebelumnya. Untuk itu, peneliti meninjau beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi atas penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Penelitian yang ditinjau oleh peneliti diantaranya penelitian berjudul “*Green Marketing and Climate Change: The Café of Starbucks Indonesia*” oleh Fauzil Azmi. Starbucks merupakan salah satu MNC yang cukup eksis di Indonesia. Starbucks berupaya agar setiap kegiatan perusahaannya tidak memperburuk kondisi ataupun merusak lingkungan hidup. Melalui penelitian Azmi, diketahui bahwa Starbucks telah meraih berbagai penghargaan atas kepeduliannya terhadap lingkungan hidup. Atas kepeduliannya, Starbucks menarik perhatian dan

memotivasi MNC lain untuk turut berperan, salah satunya Nestle. Nestle menggandeng Starbucks untuk bekerja sama dengan nilai-nilai yang telah diterapkan oleh Starbucks sejauh ini. Starbucks menggunakan bahan-bahan organik, melakukan kampanye hijau, iklan hijau, dan menjual kebiasaan hijau kepada konsumennya. Di sisi lain, Starbucks juga memiliki peran dalam masyarakat dengan menggandeng masyarakat untuk memenuhi kebutuhan produksinya (Azmi & Maksun, 2022). Dalam penelitian ini, digunakan Teori Hijau dan konsep *Green Marketing* atau Pemasaran Hijau untuk menganalisis nilai-nilai Starbucks khususnya di Indonesia.

Peneliti juga meninjau penelitian berjudul “*Upaya Packing and Recycling Association for Indonesia Sustainable Environment (PRAISE) Dalam Mengatasi Permasalahan Sampah Plastik di Indonesia*” oleh Renni Damayanti. PRAISE terdiri dari beberapa perusahaan besar yang ada di Indonesia, beberapa diantaranya termasuk ke dalam MNC. PRAISE menjadi bukti nyata kepedulian MNC terhadap Indonesia sebagai salah satu negara penghasil sampah plastik terbesar di Indonesia. Dalam kepeduliannya, PRAISE berupaya untuk membantu menangani permasalahan sampah plastik yang ada di Indonesia. Upaya tersebut diwujudkan dengan melakukan riset bersama mengenai pengelolaan sampah, menggerakkan ekonomi sirkular, berperan aktif dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan isu lingkungan baik di taraf nasional hingga internasional, dan berkolaborasi dengan berbagai *stakeholder* (Damayanti, 2019). Penelitian ini menggunakan Teori Hijau untuk menganalisis setiap upaya yang dilakukan PRAISE untuk membantu Indonesia dalam menghadapi krisis sampah plastik.

Selain itu, peneliti meninjau juga penelitian berjudul “*Multinational Corporation and its Sustainable Engagement with Local Small Businesses : A Case Study of Unilever Thailand*” yang ditulis oleh Romeo Gaiga dan Siriwimon Thorngmun. Penelitian ini membahas mengenai rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh MNC yakni Unilever untuk turut menjaga lingkungan hidup secara global. Unilever mencoba untuk menjalankan roda perusahaannya dengan cara yang berbeda, dengan tidak hanya memikirkan perusahaannya saja, melainkan juga mempertimbangkan masyarakat sekitar dan lingkungan. Unilever mulai dengan membuat program *corporate social responsibility* (CSR) yang mengacu pada *Sustainable Development Goals* (SDGs). Tak hanya itu, Unilever juga turut serta dalam mewujudkan Paris Agreement yang membahas mengenai upaya menangani perubahan iklim (Gaiga & Thorngmun, 2017). Penelitian ini menggunakan konsep SDGs dan CSR dalam menganalisis setiap langkah yang dilalui Unilever untuk turut serta dalam menangani krisis lingkungan global.

Tinjauan pustaka juga dilakukan pada penelitian Youtang Zhang dan Hagos Mesfin Berhe yang berjudul “*The Impact of Green Investment and Green Marketing on Business Performance: The Mediation Role of Corporate Social Responsibility in Ethiopia’s Chinese Textile Companies*”. Penelitian ini lebih banyak membahas mengenai dampak penggunaan *Green Investment* dan *Green Marketing*. Data yang disajikan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya strategi penjualan dengan embel-embel *eco-friendly* berdampak positif terhadap produksi perusahaan. Selain itu, upaya investasi yang dilakukan dengan meningkatkan kemampuan masyarakat, pembenahan sistem pembuangan, dan

penggunaan energi terbarukan juga mempengaruhi performa perusahaan. Dengan berjalannya dua strategi tersebut, perusahaan tekstil ini kemudian melanjutkan misinya melalui CSR dengan turut andil dalam perwujudan SDGs. Dapat disimpulkan bahwa *Green Investment* dan *Green Marketing* merupakan salah satu perwujudan CSR di lingkup perusahaan yang kemudian mendorong performa dari perusahaan tersebut (Zhang & Berhe, 2022). Penelitian ini menggunakan konsep *Green Investment*, *Green Marketing*, dan CSR untuk menganalisis keberhasilan strategi hijau dari perusahaan tekstil China yang ada di Ethiopia dalam meningkatkan performanya.

Peneliti juga meninjau penelitian berjudul “*Multinationals and the Practice of Corporate Social Responsibility in Developing Countries: Case of Mining Sector in Indonesia*” oleh Erza Killian. Dalam penelitian ini tidak hanya berfokus kepada satu perusahaan, melainkan beberapa perusahaan dalam satu lingkup pertambangan. Pertambangan merupakan salah satu sektor yang paling terlihat menyumbang kerusakan terhadap lingkungan. Dalam penelitian ini diketahui bahwa MNC di sektor pertambangan yang ada di Indonesia berjumlah 84. Dengan jumlah tersebut, potensi kerusakan lingkungan akan semakin besar. Di Indonesia terdapat regulasi yang mengatur kewajiban MNC untuk melakukan CSR. Pada umumnya perusahaan-perusahaan ini melakukan pengembangan terhadap masyarakat dan wilayah tertentu, aksi amal dan donasi kepada pihak yang membutuhkan, serta rehabilitasi lingkungan. Ketiga hal ini sangat penting untuk dilakukan agar terjadi titik temu keuntungan antara perusahaan, masyarakat, dan

lingkungan (Killian, 2014). Penelitian ini menggunakan konsep CSR dan MNC dalam proses penelitian yang dilakukan.

Melalui tinjauan pustaka tersebut, peneliti menggarisbawahi bahwa permasalahan lingkungan hidup merupakan permasalahan yang sudah ada sejak lama dan menjadi suatu permasalahan yang berkelanjutan. Dalam penanganan permasalahan lingkungan ini bukan hanya peran negara yang diperlukan, melainkan juga dibutuhkan sinergitas dari berbagai elemen. Penelitian ini berupaya untuk melanjutkan penelitian sebelumnya dengan kebaharuan yang ditemukan, yakni penggunaan konsep *green economy* atau ekonomi hijau yang memiliki cakupan lebih luas dari *green marketing* dan *green investment*. Kemudian kebaharuan juga ditemukan pada peralihan konsep CSV yang menempatkan kepentingan lingkungan sebagai subjek bukan sebagai objek. Sementara dalam penelitian terdahulu masih menggunakan konsep CSR yang menempatkan kepentingan sosial sebagai objek dari kegiatan perusahaannya.

Berkaca pada penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk mencari tahu bagaimana pertanggungjawaban perusahaan multinasional lain atas dampak lingkungan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada perusahaan multinasional Nestle yang bergerak di bidang FNB. Peneliti tertarik kepada Nestle karena makanan erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari. Penelitian ini kemudian akan menggunakan Teori Hijau dan Konsep CSV sebagai landasan penelitian.

1.5.1 Teori Hijau

Dalam ideologi hijau, Teori Hijau dengan environmentalisme tidaklah selaras, meskipun keduanya sama-sama mendukung adanya pembenahan struktur sosial yang berakibat pada kebaikan lingkungan. Adapun perbedaan antarkeduanya terletak pada prinsip yang digunakan, environmentalisme percaya pada sistem internasional yang merujuk pada aktor negara dan organisasi internasional. Prinsip tersebut berlawanan dengan Teori Hijau yang tidak percaya dengan negara bahkan beranggapan bahwa negaralah yang merusak keseimbangan lingkungan secara langsung maupun tidak. Selain itu perbedaan juga ditemukan pada persepektif yang digunakan, environmentalisme mendukung pandangan antroposentrisme yang memandang manusia sebagai pusat aktivitas dunia atau *human-centered*. Berlawanan dengan Teori Hijau yang menolak mentah-mentah prespektif antroposentrisme dan mendukung perspektif ekosentrisme. Pandangan ekosentrisme sendiri diartikan sebagai sebuah pandangan yang berpusat pada keberlangsungan lingkungan serta menolak superioritas kepentingan manusia yang umumnya semena-mena terhadap lingkungan (Schieder & Spindler, 2014).

Teori Hijau dapat dikatakan sebagai teori yang terhitung baru dalam penelitian akademisi hubungan internasional. Teori Hijau hadir sebagai tindak lanjut atas gerakan sadar lingkungan melawan industrialisasi pertama kali di dunia internasional pada kuartar ketiga abad ke-19 (Dyer, 2018). Pada saat awal kemunculan teori ini, dunia internasional sedang memuja hadirnya teknologi, industri, dan globalisasi yang dianggap mempermudah hidup umat manusia. Menilik filosofi China, “Yin dan Yang” yang mengajarkan bahwa dalam dunia ini

selalu ada keseimbangan, baik dan buruk, hitam dan putih, terang dan gelap. Begitu pula dengan kemunculan teknologi, industri, dan globalisasi pasti memiliki dampak positif serta dampak negatif. Adanya teknologi, industri, dan globalisasi ini tentu berdampak positif bagi keberlangsungan hidup manusia dengan mempermudah seluruh aspek kehidupan manusia pada saat itu. Kemudian, dampak negatif yang dihasilkan dari hal tersebut ialah menurunnya kualitas lingkungan hidup yang kemudian akan memiliki dampak panjang dengan membahayakan keberlangsungan seluruh makhluk hidup yang ada di bumi. Mulai sejak itu, Teori Hijau cukup sering diperbincangkan meskipun belum semasif saat ini.

Berbeda dengan teori tradisional Hubungan Internasional (HI) lainnya, Teori Hijau sudah jauh berkembang. Teori tradisional HI pada umumnya berfokus pada kekuasaan dan keamanan atau *hard politics*. Teori Hijau berupaya untuk menjadi teori yang dapat memberikan pandangan baru kepada dunia internasional bahwa interaksi antarnegara tidaklah selalu berkaitan dengan kekuasaan dan keamanan. Meski demikian, Teori Hijau juga memiliki analisis tersendiri dalam menginterpretasikan unsur-unsur yang ada dalam teori tradisional HI. Teori Hijau memiliki konsep *green security*, *green state*, dan *green economy* (Schieder & Spindler, 2014). Konsep-konsep ini yang menjadi alat analisis Teori Hijau terhadap segala isu kelingkungan yang sedang berlangsung di dunia internasional.

Teori tradisional hubungan internasional seperti realisme dan liberalisme kerap kali membahas keamanan sebagai fokus suatu negara. Keduanya mendefinisikan keamanan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan perang, perdamaian, dan kekuasaan. Ancaman yang timbul dan diberikan dalam teori

tradisional ini dianggap terlalu *anthropocentric* atau berorientasi kepada manusia saja. Dalam Teori Hijau, untuk memenuhi keamanan manusia, juga perlu dipahami bahwa bukan hanya sesama manusia yang dapat mengganggu stabilitas keamanan suatu wilayah, melainkan juga faktor lingkungan (Schieder & Spindler, 2014). *Green security* atau keamanan hijau dalam perspektif teori hijau tidak membahas tentang ancaman dari negara ke negara lain, perang dan perdamaian, maupun kekuasaan, melainkan ancaman yang lebih fundamental, yakni permasalahan lingkungan yang dapat membahayakan seluruh makhluk hidup. Konsep keamanan hijau mencoba untuk memberikan pemikiran sederhana dengan menggeser manusia sebagai aktor utama dan menggantinya dengan kepentingan lingkungan.

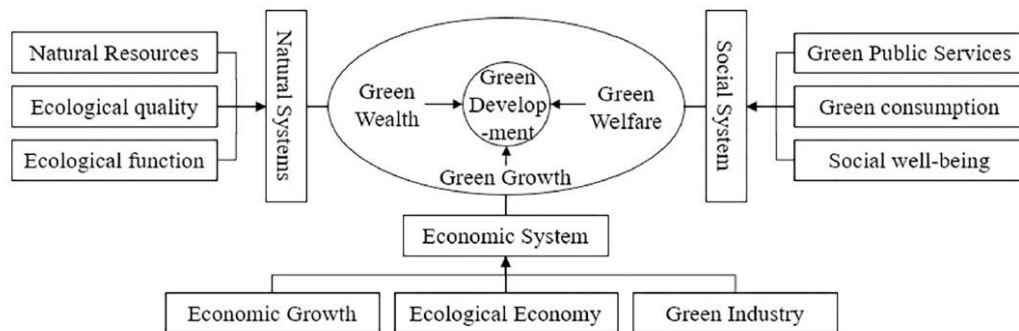
Green state atau negara hijau merupakan negara yang inklusif dalam mewujudkan generasi di masa mendatang dengan menerapkan demokrasi hijau. Negara hijau kerap kali bertentangan dengan negara kapitalis yang dapat memonopoli kekuatan suatu negara. Negara hijau cenderung memiliki cita-cita normatif untuk menjadi negara demokratis ekologis. Negara demokratis memiliki karakter yang menjunjung kepentingan dan nilai-nilai publik. Permasalahan lingkungan yang sedang dihadapi dunia internasional saat ini merupakan bagian dari kepentingan publik yang perlu diperhatikan oleh negara. Dalam mewujudkan cita-cita tersebut, diperlukan sinergitas antarnegara, aktivis hijau, dan masyarakat. Negara dituntut aktif untuk mempromosikan tindakan kolektif dalam melakukan perlindungan dan perawatan lingkungan (Sharma, 2018).

Green economy atau ekonomi hijau mulai ramai diperbincangkan akibat krisis keuangan global yang terjadi pada sekitar tahun 2008. Krisis ini juga diikuti

dengan perubahan lingkungan hidup yang disebabkan oleh manusia. Perubahan lingkungan hidup ini disinyalir merupakan salah satu dampak dari maraknya kegiatan ekonomi yang tidak memperhatikan faktor lingkungan (Georgeson dkk., 2017) Maka dari itu, dibutuhkan suatu konsep untuk menangani kedua permasalahan tersebut secara bersamaan. Ekonomi hijau menawarkan solusi untuk melakukan transformasi dan transisi ke dunia internasional menuju ekonomi hijau. Ekonomi hijau selaras dengan program PBB yang bertajuk Sustainable Development Goals (SDGs) yang memiliki beberapa pionir untuk mengatasi masalah-masalah yang muncul secara global.

Untuk mencapai pembangunan hijau, diperlukan capaian *green wealth*, *green growth*, serta *green welfare*. *Green wealth* merupakan kondisi terjaminnya keberlangsungan hidup sumber daya alam yang digunakan dalam hal ini sebagai bahan baku untuk menyokong proses produksi Nestle di Indonesia. Menjamin keberlanjutan pasokan, keberlangsungan ekosistem, regulasi yang berpihak pada lingkungan, serta utamanya pada penyerapan CO₂ di sektor pertanian dan peternakan sebagai penyumbang gas rumah kaca. *Green growth* mencakup *ecological economy* dengan mengurangi konsumsi energi dan luaran hasil produksi yang dapat mencemari lingkungan serta mengurangi polutan dan gas rumah kaca akibat proses produksi. Kemudian juga mencakup *green industry* yang menggunakan energi terbarukan, berinvestasi kepada teknologi ramah lingkungan, serta proses produksi rendah karbon. *Green wealth* dapat dicapai dengan adanya konfigurasi fasilitas hijau dan rendah karbon, konsumsi hijau, serta diiringi dengan

upaya peningkatan layanan masyarakat (Liang & Luo, 2023). Pembentukan ekosistem *green development* dapat dilihat pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Ekosistem *Green Development*

Sumber: (Liang & Luo, 2023)

1.5.2 Creating Shared Value

Creating Shared Value (CSV) merupakan pembaharuan dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimana masih banyak kesalahan dalam mengartikan CSR itu sendiri. Sejauh ini, aktivitas CSR hanya dimaknai sebagai kegiatan amal yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat dengan menempatkan masyarakat sebagai objek perusahaan. Meskipun tidak sepenuhnya salah, konsep CSR lebih luas daripada itu. CSR mencakup perluasan peran perusahaan bukan hanya di dalam perusahaan itu sendiri, melainkan juga di luar perusahaan atau secara gamblang dapat dikatakan peran untuk masyarakat (Sunaryo, 2015). Dalam kata lain, CSR diartikan sebagai aktivitas peningkatan kualitas kehidupan masyarakat serta lingkungan. Peran ini kemudian beralih menjadi kewajiban hukum sejak diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Wardani dkk., 2018).

CSV hadir untuk mengkritisi konsep CSR yang dianggap kurang efisien untuk dilakukan. CSV mengkritik bahwasanya CSR hanya berfokus pada keuntungan perusahaan dalam jangka pendek saja, tidak memperhatikan lingkungan dan lingkup sosial. CSR terbatas pada fungsi “*make up*” untuk mempercantik citra perusahaan dengan menonjolkan laporan yang kredibilitasnya masih perlu dipertanyakan. Selain itu, CSR juga digunakan sebagai alat cuci tangan atau strategi untuk menutupi tindakan perusahaan yang tidak sesuai dengan regulasi. Kegiatan CSR sering digunakan sebagai alat *marketing* untuk menarik minat konsumen (Roszkowska-Menkes, 2021). CSV mencoba untuk memperbaiki hal-hal tersebut dengan cara yang lebih efisien, berdampak langsung dengan kegiatan perusahaan tanpa terbatas pada kegiatan penjualan, serta menciptakan manfaat dalam jangka panjang.

Menurut pendefinisian Porter & Krammer, konsep CSV lebih menekankan kepada penciptaan nilai bersama antara perusahaan dan masyarakat (Reindl, 2023). Cara ini dianggap sebagai investasi jangka panjang yang mampu meningkatkan daya saing perusahaan. CSV juga menempatkan keduanya sebagai subjek penciptaan nilai, baik nilai ekonomi maupun nilai sosial. Konsep CSV dinilai lebih berkelanjutan karena melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses perputaran perusahaan bukan melibatkan masyarakat ketika roda perusahaan sudah berputar.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Hijau bersamaan dengan konsep yang berkaitan dengan penelitian ini. Teori Hijau akan menyoroti bagaimana efektivitas keikutsertaan MNC dalam menghadapi isu

lingkungan dan menjaga keberlangsungan lingkungan hidup. Kemudian, peneliti juga akan menganalisis bagaimana pertanggungjawaban Nestle terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan perusahaannya menggunakan tiga konsep. Konsep yang akan digunakan diantaranya, konsep CSV, *green economy*, dan MNC.

Peneliti akan menggunakan konsep *Green Economy* sebagai alat analisis dalam penelitian ini. *Green economy* tidak hanya membahas mengenai investasi hijau atau marketing hijau, melainkan lebih luas daripada itu. Di dalamnya terdapat bagaimana proses ekonomi dari produksi, distribusi, hingga konsumsi. Dari keseluruhan proses tersebut perlu memperhatikan efek yang akan mempengaruhi lingkungan. Sebagai contoh, proses produksi menggunakan mesin yang menggunakan energi terbarukan sehingga lebih ramah lingkungan dengan mengurangi pencemaran udara dan kerusakan akibat eksplorasi energi tak terbarukan. *Green economy* dapat menganalisis kegiatan suatu perusahaan secara menyeluruh tidak hanya pada tahap investasi dan marketingnya saja. Penggunaan konsep ini dapat mengetahui apakah suatu pelaku ekonomi hanya mengutamakan profit pribadinya atau sudah memperhatikan dampak yang dihasilkan, terutama bagi lingkungan.

Dalam penelitian ini, konsep CSV diperlukan untuk menganalisis bentuk-bentuk kebijakan atau langkah yang diambil oleh Nestle sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang dihasilkan khususnya di Indonesia. Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana Nestle melibatkan masyarakat dalam penciptaan nilai bersama yang berdampak positif bagi keduanya. Kemudian dalam

penelitian ini juga akan menitikberatkan pada peran yang dilakukan Nestle dalam menangani masalah lingkungan akibat kegiatan operasional perusahaannya.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Penelitian ini kemudian akan memuat beberapa konsep yang akan digunakan, yakni sebagai berikut.

1.6.1 Definisi Konseptual

1.6.1.1 Green Economy

Konsep ekonomi hijau merupakan salah satu alat analisis dari teori hijau. United Nation Environment Programme (UNEP) memiliki definisi ekonomi hijau yang berbunyi bahwa ekonomi hijau merupakan alat untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dan keadilan sosial, secara bersamaan juga signifikan dalam mengurangi risiko lingkungan dan kelangkaan energi (United Nations Environment Programme, 2012). Melalui pendefinisian tersebut, UNEP menyatakan bahwa ekonomi hijau memiliki dua peran, yakni untuk mengatasi masalah krisis ekonomi dan krisis lingkungan secara bersamaan.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) merilis suatu makalah mengenai ekonomi hijau untuk dibawa ke Konferensi Rio 20+ pada tahun 2012. UNCTAD mendefinisikan ekonomi hijau sebagai sistem perekonomian yang dapat meningkatkan kesejahteraan manusia melalui pengurangan kesenjangan serta tidak mengabaikan generasi mendatang dengan memperhatikan risiko lingkungan dan kelangkaan ekologi yang signifikan (United Nations Conference on Trade and Development, 2011). Ekonomi hijau diharapkan dapat menjadi acuan dalam perilaku ekonomi agar mempertimbangkan

permasalahan lingkungan. Pendefinisian ini selaras dengan UNEP yang sama-sama menitikberatkan pada poin ekonomi dan lingkungan. Keduanya berharap agar permasalahan ekonomi dan lingkungan dapat diselesaikan secara bersamaan serta meningkatkan kesejahteraan manusia dan generasi mendatang.

Adapun European Environment Agency (EEA) juga memiliki pendefinisian ekonomi hijau yang kurang lebih selaras dengan definisi-definisi lainnya. Ekonomi hijau diartikan sebagai suatu regulasi yang mengatur permasalahan ekonomi, lingkungan, dan sosial, mendorong inovasi dalam penggunaan sumber daya secara efisien, meningkatkan kesejahteraan manusia, serta menjaga lingkungan hidup (European Environment Agency, 2013). Dalam hal ini, EEA mencoba mengelaborasi kepentingan ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai hal yang tidak dapat terpisahkan. Masing-masing kepentingan tersebut dapat berpengaruh terhadap kepentingan lain. Oleh karena itu, ekonomi hijau diperlukan untuk mengatur titik temu antarketiganya agar seluruh kepentingan dapat tercapai.

1.6.1.2 Multinational Corporation

Multinational Corporation (MNC) atau perusahaan multinasional merupakan salah satu terobosan globalisasi dan perkembangan teknologi. Globalisasi membuat hilangnya batas batas antarnegara sehingga memudahkan umat manusia untuk melakukan kegiatan yang melewati batas-batas negara, termasuk dalam bidang ekonomi. Adanya globalisasi kemudian mempermudah perusahaan-perusahaan di dunia untuk mengembangkan bisnisnya tanpa terpaku pada batasan wilayah negaranya, mereka dapat mengembangkan bisnisnya ke

negara lain. MNC menurut John Sloman dan Mark Sutcliffe ialah suatu kegiatan bisnis yang terletak di lebih dari dua negara dan bentuk usaha yang modal utamanya berasal dari investasi asing secara langsung (Sloman & Sutcliffe, 2005). Melalui definisi tersebut diketahui bahwa suatu perusahaan dapat dikatakan sebagai MNC jika sudah beroperasi di lebih dari dua negara atau perusahaan tersebut modal utamanya bergantung pada investasi asing.

MNC juga didefinisikan oleh Fritz Foley, James R. Hines, dan David Wessel dalam buku berjudul “*Multinational Corporations in the 21st Century Economy*”. Dalam buku tersebut disebutkan bahwa MNC merupakan badan usaha dengan satu atau lebih afiliasi asing dengan kepemilikan saham setidaknya sebesar 10%. Lebih luas lagi disebutkan bahwa MNC adalah suatu *global goliath* yang bertanggung jawab atas sebagian besar produksi dunia, lapangan kerja, investasi, perdagangan internasional, penelitian, dan inovasi (Foley dkk., 2021). Keberadaan MNC tidak hanya untuk memenuhi keuntungan perusahaan itu sendiri, melainkan juga menjadi berpengaruh terhadap perekonomian di sekitarnya.

Alfred Chandler dan Bruce Mazlish mendefinisikan MNC sebagai suatu perusahaan yang mengelola aset dengan pendapatan di lebih dari satu negara pada satu waktu dan tidak hanya berpengaruh terhadap perekonomian tetapi juga terhadap politik, masyarakat, budaya, dan lingkungan (Chandler & Mazlish, 2005). Pendefinisian ini lebih luas dari definisi sebelumnya dimana MNC juga harus memiliki peran di sektor lain. Chandler dan Mazlish mencoba memberikan gambaran bahwa MNC sama seperti perusahaan pada umumnya yang perlu bersaing dengan perusahaan lain. Namun, karena bersifat multi nasional, maka

persaingan tersebut akan terpengaruh oleh faktor sosial dan politik. Oleh karena itu, pengaruh di luar sektor ekonomi juga perlu diperhatikan.

1.6.1.3 Creating Shared Value

MNC memiliki keterikatan dengan *Creating Shared Value* (CSV). Setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk melaksanakan standar internasional, salah satunya untuk mengoperasikan CSV yang diatur dalam pedoman ISO 26000. Dalam pedoman tersebut, CSV didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan atas dampak yang dihasilkan oleh aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab ini dapat berupa kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, pertimbangan kepentingan seluruh *stakeholders*, kepatuhan hukum, serta menerapkan aturan internasional yang berlaku (ISO, 2010).

Mulanya, CSV dikemukakan oleh Porter & Kramer dalam mengkritisi implementasi CSR. Dalam tulisannya, Porter & Kramer menuliskan konsep CSV yang dapat diartikan sebagai *“policies and operating practices that enhance the competitiveness of a company while simultaneously advancing the economic and social conditions in the communities in which it operates.”* Dalam kata lain, CSV yang dirancang oleh Porter & Kramer ialah sebuah kebijakan dan praktik operasional yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan mendorong peningkatan kualitas sosial dan ekonomi di sekitar wilayah operasionalnya (Porter & Kramer, 2011).

Pengertian berbeda dikemukakan oleh Aakhus & Bzdak. Aakhus & Bzdak mendefinisikan CSV sebagai proses integrasi antara aspek ekonomi dan sosial untuk mengurangi gesekan kepentingan antara perusahaan dengan

masyarakat. Meskipun begitu, Aakhus & Bzdak beependapat bahwa bisa saja upaya proses integrasi tidak tercapai karena nilai yang ingin dicapai condong ke salah satu aspek baik ekonomi maupun sosial. Dalam kegagalan ini, perusahaan bisa saja tidak mendapatkan keuntungan secara langsung, namun berhasil membantu permasalahan yang timbul di masyarakat atau sebaliknya (Hutami Rahmawati dkk., 2023).

1.6.2 Definisi Operasional

1.6.2.1 Green Economy

Tema penelitian ini erat kaitannya dengan bidang ekonomi dan lingkungan. UNEP menyatakan bahwa ekonomi hijau dapat diwujudkan dengan memenuhi hal-hal berikut.

- a. Memperhatikan peningkatan kualitas lingkungan melalui upaya mengatasi pemanasan global, manajemen ekosistem, penggunaan sumber daya secara efisien, serta manajemen pembuangan zat kimia.
- b. Mengimplementasikan aturan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas lingkungan melalui penerimaan *green investment*, menerapkan *green fiscal*, *green procurement*, dan *green job skill training*.
- c. Memastikan kesejahteraan dan kesetaraan melalui keadilan untuk karyawan, memastikan adanya layanan konseling dan kesehatan, dan manajemen sumber daya manusia dan alam.

1.6.2.2 Multinational Corporation

Keterkaitan antara ilmu Hubungan Internasional dengan penelitian ini salah satunya terletak pada objeknya yang terfokus pada perusahaan multinasional.

Dalam penelitian ini menggunakan operasionalisasi konsep Multinational Corporation oleh Alfred Chandler dan Bruce Mazlish yang diartikan sebagai berikut.

- a. Mengelola aset dengan pendapatan lebih dari satu negara di waktu yang bersamaan.
- b. Memiliki mobilitas transnasional dalam mencari bahan baku dan tenaga kerja dengan biaya rendah.
- c. Memiliki pengaruh di berbagai sektor seperti ekonomi, politik, sosial, budaya, dan lingkungan.
- d. Memiliki sistem transparan dan akuntabel mengenai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan.

1.6.2.3 Creating Shared Value

Dalam penelitian ini, akan diamati lebih jauh mengenai proses implementasi CSV yang dilakukan oleh Nestle Indonesia. Proses implementasi ini akan ditinjau melalui standar internasional, yakni ISO 26000. ISO 26000 ini berkaitan dengan standar responsibilitas sosial dalam suatu organisasi atau perusahaan. Dalam ISO 26000 dituliskan bahwa CSV wajib dilaksanakan oleh setiap organisasi atau dalam penelitian ini perusahaan yang memiliki dampak langsung terhadap masyarakat di bidang sosial dan lingkungan. Dituliskan lebih lanjut bahwa CSV dapat dicapai apabila perusahaan telah memperhatikan dan mengatasi permasalahan inti berikut:

- a. Hak asasi manusia
- b. Praktik buruh

- c. Krisis lingkungan
- d. Operasional perusahaan yang adil
- e. Permasalahan konsumen
- f. Pengembangan komunitas
- g. Hubungan dengan pemerintah (ISO, 2010)

1.7 Argumen Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berargumen bahwa lingkungan merupakan tanggung jawab bersama yang harus disokong oleh seluruh *stakeholders*. Setiap *stakeholders* pasti memiliki perannya masing-masing, tak terkecuali dengan MNC. MNC memiliki peran yang cukup penting dalam menghadapi isu lingkungan. MNC seringkali mengeluarkan tindakan-tindakan yang dapat berpengaruh terhadap berkurangnya isu lingkungan hidup. Nestle menjadi salah satu MNC yang memiliki upaya dalam menghadapi isu lingkungan hidup melalui program CSV.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini kemudian disusun dengan metode penelitian kualitatif yang datanya dipaparkan secara deskriptif dan analitis. Menurut Creswell dalam bukunya yang bertajuk *Research Design* edisi keempat, penelitian kualitatif dimaknai sebagai sebuah proses penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan, mengeksplorasi, dan memberikan pemahaman mengenai permasalahan sosial atau yang berkaitan dengan manusia menggunakan data yang dinamis berupa teks dan gambar dengan langkah analisis yang unik dan merefleksikan peran peneliti dengan pengelolaan sumber data yang valid. Penelitian ini selanjutnya akan memberikan

pemahaman dengan menyajikan data mengenai peran Nestle dalam menanggapi isu lingkungan hidup sebagai bagian dari MNC secara deskriptif dan analitis.

1.8.2 Situs Penelitian

Penelitian ini berlangsung di Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah berupa pengumpulan data dengan mencari sumber primer maupun sekunder melalui studi pustaka.

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini ialah Nestle yang akan memberikan keterangan secara langsung mengenai data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Penelitian ini juga memiliki objek penelitian yakni berupa peran Nestle dalam menanggapi isu lingkungan hidup.

1.8.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif yang dapat berupa teks maupun gambar (Creswell & Creswell, 2018). Oleh karenanya, penelitian ini selanjutnya dipaparkan melalui kalimat, gambar, dan simbol yang menerangkan situasi dalam penelitian ini. Jenis data yang dimuat dalam penelitian ini dapat berupa hasil wawancara, dokumen resmi kenegaraan, jurnal, buku, berita, majalah, infografis, penelitian terdahulu, serta sumber valid yang lain.

1.8.5 Jangkauan Penelitian

Jangkauan penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu terbatas dalam tinjauan pustaka dengan rentang waktu dari tahun 2007 hingga 2012 saat Nestle belum menerapkan CSV serta dalam rentang waktu 2012 hingga 2023

saat Nestle telah menerapkan CSV. Konsep CSV sendiri hadir untuk menggantikan konsep CSR yang dicetuskan oleh Porter.

1.8.6 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari situs resmi Nestle, yakni www.nestle.com dan www.nestle.co.id. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari jurnal, buku, berita, majalah, infografis, penelitian terdahulu, serta sumber valid yang lain.

1.8.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, teknik studi pustaka digunakan dalam penelitian ini. Teknik studi pustaka merupakan suatu teknik pengumpulan data untuk penulisan karangan ilmiah yang berisi gagasan, ide, serta pendapat para pakar atau ahli terkait dengan suatu masalah tertentu. Selanjutnya, gagasan, ide, serta pendapat tersebut ditelaah dan disimpulkan secara ilmiah (A. G. dkk., 2000).

1.8.8 Analisis dan Interpretasi Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman. Dalam teknik ini, proses analisis data terbagi menjadi tiga bagian, yakni sebagai berikut.

1.8.8.1 Reduksi data

Reduksi data kemudian diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, penyederhanaan, serta transformasi data yang didapatkan. Reduksi data kemudian terus berlanjut hingga proses penelitian selesai. Proses ini memudahkan pengolahan data penelitian (Miles & Hubberman, 2014).

1.8.8.2 Penyajian data

Penyajian data merupakan proses pemaparan serta penyusunan data setelah melalui proses reduksi, sehingga luaran data yang ditampilkan dapat menunjukkan hubungan data satu dengan data yang lain.

1.8.8.3 Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan menjadi akhir dari proses analisis data. Melalui penyajian data, dapat dianalisis hubungan data satu dengan yang lain, sehingga mempermudah proses penarikan kesimpulan.