

**Implementasi *Corporation Social Responsibility* PT Unilever Indonesia Tbk  
Melalui Agenda *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP)**

Elok Rizki Windhia Yanto<sup>1</sup>, Wanda Eka Risma Nadhiro<sup>2</sup>, Armila Handini<sup>3</sup>, Diagar Rausana Tiwi<sup>4</sup>

*Hubungan Internasional, Universitas Muhammadiyah Malang*  
[elokwindhia@gmail.com](mailto:elokwindhia@gmail.com), [wandaeka66@gmail.com](mailto:wandaeka66@gmail.com), [armilahandini28@gmail.com](mailto:armilahandini28@gmail.com),  
[diagar.rausana2305@gmail.com](mailto:diagar.rausana2305@gmail.com)

**Abstrak**

*MNC atau perusahaan luar negeri yang berada disuatu negara pasti memiliki program-program yang diharapkan untuk dapat membuat perusahaannya turut terlibat dalam adanya peningkatan dan kemajuan dalam masyarakat salah satunya adalah perusahaan Unilever di Indonesia. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Unilever melalui program USLP nya di Indonesia. Dalam penelitian ini kami menggunakan konsep CSR dalam meneliti mengenai program-program Unilever. Unilever memiliki program pemberdayaan yang disebut dengan USLP atau Unilever Sustainable Living Plan, diberberapa negara lain memiliki berbagai macam penerapan USLP yang berbeda. Program USLP Unilever di Indonesia dengan membentuk Yayasan Unilever Indonesia yang memiliki berbagai kegiatan yang dilakukan bersama dengan masyarakat terutama dalam pemberdayaan lingkungan, peningkatan mutu kesehatan, serta memberikan pemberdayaan kepada seluruh masyarakat.*

**Kata Kunci :** *Unilever, CSR, Program, USLP*

**Abstract**

*MNCs or foreign companies in a country must have programs that are expected to be able to get their companies involved in the improvement and progress in society, one of which is Unilever companies in Indonesia. So the purpose of this research is to find out about the forms of social responsibility undertaken by Unilever through its USLP program in Indonesia. In this study we use the concept of CSR in researching about Unilever programs. Unilever has an empowerment program called USLP or Unilever Sustainable Living Plan, in several other countries having different kinds of USLP implementation. Unilever's USLP program in Indonesia by forming the Unilever Indonesia Foundation which has various activities carried out together with the community, especially in environmental empowerment, improving health quality, as well as providing empowerment to the entire community.*

*Keyword : Unilever, CSR, Programs, USLP*

## **PENDAHULUAN**

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang selama ini dikenal sebagai *Corporation Social Responsibility* (CSR) menjadi penting untuk dibahas dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan harus mampu mengelola dampak kondisi lingkungan yang mereka ciptakan akibat berdirinya sebuah perusahaan. CSR dilakukan sebagai sebuah bentuk hubungan timbal balik antara perusahaan dan masyarakat sekitar untuk meminimalisir adanya sikap protes masyarakat karena dianggap mengambil keuntungan tanpa memberikan dampak yang baik terhadap masyarakat. Dengan adanya ketimpangan ekonomi antara perusahaan dan masyarakat akan menciptakan *image* buruk terhadap perusahaan karena dianggap mengeksploitasi sumberdaya alam dan menyebabkan kerusakan lingkungan di sekitar perusahaan yang berdampak buruk pula terhadap keberhasilan bisnis perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang berhasil menerapkan CSR akan menciptakan *image* baik perusahaan di mata masyarakat sehingga berdampak juga terhadap kelangsungan bisnis perusahaan. CSR yang baik akan menciptakan kepercayaan dan loyalitas dari konsumen sehingga bisnis perusahaan akan lebih dikenal oleh masyarakat luas dan pastinya perusahaan juga mendapatkan keuntungan. Bentuk dari CSR sendiri bukan hanya dengan memberikan materi, namun bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan bisa dilakukan dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar area perusahaan. Perusahaan bisa juga melakukan pemberdayaan manusia dan juga menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Perusahaan di Indonesia khususnya perusahaan multinasional yang berdiri di Indonesia juga sudah banyak yang menerapkan konsep CSR ini, salah satunya adalah PT. Unilever Indonesia Tbk. PT. Unilever merupakan salah satu *Multinasional Corporation* (MNC) atau perusahaan multinasional yang berhasil didirikan di lebih dari 150 negara di dunia salah satunya di Indonesia dengan nama PT. Unilever Indonesia Tbk. PT. Unilever Indonesia sudah berdiri lebih dari 86 tahun yang menghasilkan produk kebutuhan sehari-hari seperti sabun, shampo, bahan masakan, dan masih banyak lagi. PT. Unilever Indonesia juga melakukan program CSR dengan melakukan agenda *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) pada tahun 2010. Agenda ini

menciptakan beberapa dampak positif melalui produk yang dihasilkan PT. Unilever dan juga mengembangkan para karyawan, kinerja lingkungan, dan keterlibatan Unilever dengan komunitas masyarakat secara menyeluruh. Program USLP ini merupakan sasaran dari Unilever Global untuk mengurangi kerusakan lingkungan yang dihasilkan dari produk-produk Unilever.<sup>1</sup> USLP ini juga membantu masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya dengan membuka lapangan pekerjaan dan juga melibatkan masyarakat dalam program sosial kemasyarakatan yang dilakukan di bawah naungan Yayasan Unilever Indonesia.<sup>2</sup> Terdapat tiga pilar penting dalam Yayasan Unilever Indonesia yakni, Pilar Lingkungan, Pilar Kesehatan, dan Pilar Kesejahteraan dan Nutrisi.<sup>3</sup>

*Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) yang telah diterapkan dalam PT Unilever di seluruh dunia ini menargetkan bahwa Unilever akan menjadi perusahaan yang ramah lingkungan. PT Unilever akan menggunakan bahan baku dari sumber yang *sustainable*, mengurangi penggunaan air secara berlebih, dan berusaha untuk meminimalisir limbah dari produk yang di hasilkan. Hal tersebut kemudian juga di terapkan dalam PT Unilver Indonesia. Dengan adanya program USLP kemudian akan membuat kesejahteraan masyarakat serta kelestarian lingkungan yang ada di sekitar perusahaan menjadi semakin meningkat.

### **Rumusan Masalah**

Dari penjelasan Latar Belakang yang dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diambil adalah: Bagaimana praktek CSR PT. Unilever Indonesia melalui program USLP?

## **LANDASAN KONSEPTUAL**

### **Multinational Corporations**

Multinational Corporations (MNCs) merupakan sebuah perusahaan yang sudah melakukan investasi dan operasi perusahaan di lebih dari satu negara yang bertujuan

---

<sup>1</sup>Nurhafidz Januar Diantama, 'Upaya Unilever Dalam Meningkatkan Kualitas Kehidupan Dan Lingkungan Melalui " Unilever Sustainable Living Plan " Di Indonesia', 4.4 (2016), 1285–1300.

<sup>2</sup>Ricky Michael, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, 'PROGRAM CSR YAYASAN UNILEVER INDONESIA BERDASARKAN TEORI TRIPLE BOTTOM LINE', *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2019.

<sup>3</sup>Ibid.

untuk memperluas pasar dan mempermudah bagi perusahaan untuk mendapatkan bahan sehingga memperoleh keuntungan yang besar karena biaya pajak lebih rendah<sup>4</sup>. Dalam menghadapi sebuah pasar dunia MNCs harus memikirkan sumber daya yang mereka miliki. Mereka harus mendesain proses produksi mereka agar sesuai dengan lingkungan bisnis di wilayah lokal. MNCs juga harus mampu menyeimbangkan standarisasi perusahaan dengan efektivitas lokal. Mereka harus bisa menjalankan strategi golabl sekaligus strategi lokalnya yang harus disesuaikan dengan lingkungan perusahaan tersebut berdiri.<sup>5</sup>Dalam MNCs, terdapat istilah home county dan host country dimana home county adalah negara yang menjadi induk perusahaan multinasional, sedangkan host country adalah cabang dari perusahaan multinasional yang terletak di negara lain.

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Devis (1960) mencetuskan konsep CSR untuk pertama kalinya. Davis menganggap bahwa bisnis merupakan sebuah institusi sosial, sehingga pebisnis juga harus melakukan tanggung jawab sosial.<sup>6</sup>Kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dilakukan berdasarkan banyak alasan dan tuntutan. Setiap perusahaan perlu melakukan tanggung jawab sosial sebagai bentuk kepedulian perusahaan khususnya perusahaan multinasional dengan lingkungan sekitar. Program CSR dilakukan untuk memenuhi regulasi hukum dan aturan, sebagai bentuk usaha perusahaan untuk mendapatkan citra baik, dan berusaha menghindari konflik terutama konflik yang timbul akibat pencemaran lingkungan.<sup>7</sup>CSR dilakukan berdasarkan dua bentuk landasan yakni sebagai etika bisnis dan dimensi sosial. Konsep CSR sendiri memiliki perbedaan dalam setiap negara. penerapan tanggung jawab sosial disesuaikan dengan kondisi sosial dalam sebuah negara sehingga dalam menerapkan tanggung

---

<sup>4</sup>Januar Heryanto, 'Peranan Multinational Corporations Dalam Industrialisasi Di Indonesia Pada Era Orde Baru', 2003

<[https://www.researchgate.net/publication/50434653\\_PERANAN\\_MULTINATIONAL\\_CORPORATIONS\\_DALAM\\_INDUSTRIALISASI\\_DI\\_INDONESIA\\_PADA\\_ERA\\_ORDE\\_BARU](https://www.researchgate.net/publication/50434653_PERANAN_MULTINATIONAL_CORPORATIONS_DALAM_INDUSTRIALISASI_DI_INDONESIA_PADA_ERA_ORDE_BARU)>.

<sup>5</sup>Lili Adi Wibowo, 'Strategi Gorecalization Pada Perusahaan-Perusahaan Multinasional (Kasus Pada Mcdonald's, Citibank, New Carrefour, Mtv Asia, Dan Coca Cola )'

<[http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/PRODI.\\_MANAJ.\\_PEMASARAN\\_WISATA/LILI\\_ADIWIBOWO/Makalah%40Lili\\_Adi\\_Wibowo/Jurnal\\_Strategi\\_Glorecalization%40Lili\\_Adi\\_Wibowo.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/PRODI._MANAJ._PEMASARAN_WISATA/LILI_ADIWIBOWO/Makalah%40Lili_Adi_Wibowo/Jurnal_Strategi_Glorecalization%40Lili_Adi_Wibowo.pdf)>.

<sup>6</sup>Meilanny Budiarti and Santoso Tri Raharjo, 'Corporate Social Responsibility (Csr) Dari Sudut Pandang Perusahaan', *Share : Social Work Journal*, 4.1 (2014), 13-29

<<https://doi.org/10.24198/share.v4i1.13045>>.

<sup>7</sup>Budiarti and Raharjo.

jawab sosial negara harus berhati-hati agar tidak malah menimbulkan konflik dengan masyarakat sekitar. Menurut WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) sebuah tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk komitmen diantara kalangan pembisnis secara berkelanjutan. Mereka dituntut untuk berperilaku etis dengan memberikan beberapa bantuan pada pembangunan ekonomi serta memperbaiki kehidupan tenaga kerja dan masyarakat secara menyeluruh.<sup>8</sup> Dari beberapa pernyataan diatas dapat dilihat bahwa pentingnya sebuah perusahaan khususnya perusahaan multinasional dalam melakukan tanggung jawab sosial demi kemajuan bisnis dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

### **Pendekatan Politik Lingkungan**

Menurut Paterson, Politik Lingkungan merupakan sebuah pendekatan yang menggabungkan antara permasalahan lingkungan dengan politik ekonomi sebagai suatu pergantian tensi yang dinamik antara manusia, lingkungan dan kelompok masyarakat baik individu maupun transnasional.<sup>9</sup> Blaike dan Brookfield mendefinisikan politik lingkungan merupakan suatu bingkai untuk memahami keterkaitan antara masyarakat lokal, nasional, politik ekonomi global dan ekosistem yang kompleks.<sup>10</sup> Politik Lingkungan dapat digunakan sebagai metode terapan yang dilakukan oleh ahli lingkungan untuk menganalisis kebijakan terkait masalah lingkungan yang relevan. Seorang pelaku atau pihak yang memanfaatkan sumber daya alam harus bisa mempertimbangkan apa saja yang akan mereka lakukan dan tidak mereka lakukan terhadap pemanfaatan sumber daya alam. Pendekatan ini bisa menjelaskan tujuan masyarakat memanfaatkan sumber daya secara khusus dan juga bisa mengungkapkan mengapa sumberdaya bisa rusak dan merugikan masyarakat sekitar.

Politik Lingkungan menyajikan dua area penelitian yakni yang pertama utama, penelitian ke dalam sumber yang kontekstual perubahan lingkungan yang menguji

---

<sup>8</sup>Tresna Wiwitan, Wulan Trigartanti, and Riza Hernawati, 'Konsep "Corporate Social Responsibility" Dalam Kegiatan "Community Relations"', *Mimbar Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 24.2 (2008), 151–64 <<https://doi.org/10.29313/mimbar.v24i2.264>>.

<sup>9</sup> Herman Hidayat, *Politik Lingkungan: Pengelolaan Hutan Masa Orde Baru Dan Reformasi* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011), 9

<sup>10</sup> Surna T. Djajadiningrat. *Nd. Politik Lingkungan : Analisa Reducing Emission From Deforestation Degradation (Redd) Sebagai Program Penyelamatan Hutan Indonesia*

pengaruh lingkungan secara umum pada suatu negara, hubungan antar negara, dan kapitalisme global. Kedua, area penelitian mencari tahu suatu lokasi dari aspek-aspek khusus mengenai perubahan lingkungan, yaitu dengan studi suatu konflik atas akses sumber sumber lingkungan.<sup>11</sup> Untuk itu para pelaku harus bisa merencanakan strategi agar pemanfaatan lingkungan yang mereka lakukan bisa ramah lingkungan. ramah lingkungan merupakan sebuah aktivitas dimana aspek pemanfaatan sumberdaya alam, mulai dari proses pembuatan, pemanfaatan, barang sisa (limbahnya), serta purna hasil (tidak terpakai), tidaklah mencemari dan merusak lingkungan, sehingga limbah yang dihasilkan harus bisa diurai kembali oleh lingkungan (alam).<sup>12</sup> Penting bagi pelaku usaha yang memanfaatkan sumber daya alam agar tetap seimbang sehingga tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan sekitar. Permasalahan lingkungan harus diketahui oleh banyak orang sehingga mereka sadar pentingnya untuk menjaga lingkungan sekitar. Sepertihalnya sebuah perusahaan mereka akan dianggap berhasil dalam pengolahan lingkungan dapat dilihat dari keberhasilan mereka dalam meyakinkan masyarakat bahwa prodak yang mereka tawarkan ramah lingkungan.

## **PEMBAHASAN**

### **PT. Unilever**

Sedangkan sejarah Unilever di Indonesia diawali ditahun 1933 tepatnya pada tanggal 5 Desember yang saat itu bernama Lever's Zeepfabrieken N.V didaerah Angke Jakarta Utara. Lalu kemudian ditanggal 22 Juli 1980 berganti nama menjadi PT. Unilever Indonesia, dan kembali mengalami perubahan nama ditahun 1997 tanggal 30 Juni menjadi PT. Unilever Indonesia TBK. Adanya Unilever di Indonesia juga menjadi sebuah awal permulaan Unilever dalam melakukan ekspansi terhadap beberapa perusahaan di Indonesia. Ekspansi Unilever pertama kali yaitu dengan memulai perjanjian dengan PT Anugrah Indah Pelangi yang kemudian melahirkan PT Anugrah Lever pada tanggal 22 November 2000, perusahaan PT Anugrah Lever ini bergerak dibeberapa bidang termasuk dalam produksi kecap, saus dengan nama Bango. Sehingga hal ini membuat produk-produk yang dimiliki oleh Unilever tidak hanya berasal dari

---

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> Zainal Arifin.2012. Politik Ekologi: Ramah Lingkungan Sebagai Pembeneran. Jurnal Ilmu Sosial Mamangan, Edisi 1, Tahun I,

luar negeri atau mengimpor produk namun juga dapat mengekspor produk dari Indonesia.<sup>13</sup>

Tujuan yang dimiliki oleh Unilever adalah adanya hubungan keterkaitan dengan masyarakat, yang membuat masyarakat dapat berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Unilever termasuk dalam kegiatan bisnis. Hubungan keterkaitan antara masyarakat dan perusahaan karena dilandasi oleh beberapa hal penting yaitu konsisten dengan integritas yang dimiliki sehingga dapat untuk bekerja sama saling menghormati dengan masyarakat dan juga organisasi yang terlibat didalamnya, memberikan dampak positif karena hal ini akan menjadi pendukung bagi perusahaan sehingga masyarakat dapat memberikan kepercayaannya, memiliki komitmen yang kuat dan perusahaan akan terus berkembang.

Unilver juga memiliki prinsip yang mereka pegang dengan teguh sehingga mampu menjadi perusahaan yang besar seperti saat ini. Salah satunya adalah memiliki standar dalam berperilaku, karena dalam berperilaku juga akan mempengaruhi citra perusahaan, patuh dengan hukum dan peraturan yang ada, dalam standar karyawan Unilever memiliki ketentuan dimana seluruh karyawannya harus saling menghormati dan juga menghindari adanya perilaku diskriminasi sehingga mereka akan dapat saling bekerjasama dalam menghasilkan produk Unilever, lalu adanya bentuk perhatian terhadap konsumen sehingga akan terus mencoba untuk memberikan mutu yang baik dan terpercaya untuk konsumen Unilever, serta masyarakat dapat ikut terlibat dalam menjadi salah satu pemegang saham dan perusahaan mampu bekerjasama dengan organisasi untuk dapat menjadi mitra kerjasama dengan Unilever<sup>14</sup>.

### **Tata Kelola Perusahaan**

Komitmen PT. Unilever Indonesia untuk menerapkan tata kelola perusahaan yang baik bertujuan untuk menciptakan manajemen perusahaan yang bertanggung jawab terhadap semua spek termasuk dampak lingkungan yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu tata kelola perusahaan yang baik juga menjadi poin penting

---

<sup>13</sup>Unilever Indonesia. (n.d.). *Unilever Indonesia Corporation*. Retrieved Maret 23, 2020, from Unilever Indonesia web site: <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/our-strategy/>

<sup>14</sup>Unilever Indonesia. (n.d.). *PT. Unilever Indonesia*. Retrieved Maret 16, 2020, from Unilever Indonesia web site: <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/purpose-and-principles/>

perusahaan dalam meningkatkan citra baik PT. Unilever Indonesia di mata para investor, masyarakat umum, dan perseroan yang lain. Badan-badan tata kelola perusahaan seperti Dewan Komisaris dan Direksi, Sekretaris perusahaan, dan komite perusahaan membagi tugas dan tanggung jawab mereka untuk membentuk sebuah tata kelola perusahaan yang baik.<sup>15</sup> PT. Unilever Indonesia, menerapkan Manajemen Resiko untuk mengidentifikasi resiko-resiko yang akan dihadapi oleh perusahaan dan perusahaan dapat mengelola resiko tersebut dengan baik. Dewan Direksi yang kemudian didukung oleh Komite Manajemen Resiko Korporasi berusaha untuk mengatur implementasi dan sistem manajemen yang mutakhir secara efektif.<sup>16</sup>

PT. Unilever Indonesia juga menerapkan kebijakan-kebijakan terkait tata kelola perusahaan yang baik, diantaranya :

a. Kebijakan Komunikasi dengan Pemegang Saham

PT. Unilever Indonesia berusaha untuk menerapkan sebuah komitmen jangka panjang dengan pemegang saham dengan melalui komunikasi secara reguler dan konstruktif dengan pemegang saham baik individu maupun institusional.<sup>17</sup> Komunikasi ini dilakukan dengan adil dan setara kepada seluruh pemegang saham untuk memastikan informasi dan aktivitas bisnis tersampaikan dengan benar dan akurat. Kebijakan ini menjelaskan mengenai proses untuk mendorong komunikasi yang efektif dan memastikan bahwa hak pemegang saham dilindungi dan digunakan dengan baik. Komunikasi ini dilakukan melalui beberapa cara yakni melakukan rapat umum dengan pemegang saham, paparan publik yang menjelaskan berita terbaru mengenai perusahaan kepada pemegang saham, laporan keuangan intim dengan mengumumkan laporan keuangan sesuai dengan peraturan yang berlaku, laporan keberlanjutan untuk menyediakan informasi bagaimana perusahaan mengatur hubungan dengan

---

<sup>15</sup>Choerul Anwar, 'Pengaruh Kreativitas Iklan, Kemenarikan Pesan, Daya Tarik Celebrity Endorser, Dan Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Vaseline Men ( Studi Kasus Ariel Noah)', 2015 <[http://eprints.undip.ac.id/48041/3/BAB\\_2.pdf](http://eprints.undip.ac.id/48041/3/BAB_2.pdf)>.

<sup>16</sup>Anwar.

<sup>17</sup>PT. Unilever Indonesia Tbk, 'Kebijakan Komunikasi Dengan Pemegang Saham' (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2017) <<https://www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/>>.

lingkungan, konsumen, komunitas, dan pemangku kepentingan lainnya demi terciptanya tata kelola yang baik.<sup>18</sup>

b. Kebijakan Penunjukan Pihak Luar Secara Bertanggung Jawab

Kebijakan ini dibuat sebagai bentuk komitmen PT. Unilever Indonesia untuk menjalankan bisnis perusahaan secara terbuka, terintegritas, dan menghormati hak-hak asasi manusia terhadap prinsip ketenagakerjaan dalam perusahaan. PT. Unilever Indonesia berusaha untuk meningkatkan taraf hidup karyawan dan masyarakat sekitar yang dituangkan dalam Rencana Hidup yang Lestari yang sudah ditetapkan oleh PT. Unilever Indonesia. PT. Unilever Indonesia hanya mau melakukan kerjasama dengan pemasok yang memenuhi prinsip dan nilai-nilai yang ada di dalam kebijakan ini. Prinsip mendasar yang diterapkan dalam kebijakan ini didasari pada standar yang sudah di akui oleh dunia internasional. Beberapa prinsip yang diterapkan oleh PT. Unilever Indonesia yakni menjalankan perusahaan yang sesuai dengan hukum, memperhatikan ketenagakerjaan agar setiap haknya terpenuhi, melindungi keselamatan tenaga kerja, menjunjung hak masyarakat atas lahan, dan memperhatikan kelestarian lingkungan. Pemasok harus mematuhi prinsip-prinsip tersebut agar bisa melakukan kerjasama dengan PT. Unilever Indonesia.<sup>19</sup>

c. Kebijakan Perlindungan Kreditor

Kebijakan ini dibuat untuk memberikan pengarahan dan memastikan bahwa hak-hak kreditor PT. Unilever Indonesia dilindungi dengan baik. Selain itu PT. Unilever Indonesia juga mengidentifikasi tugas departemen yang berbanding dalam melindungi hak kreditor. Kebijakan ini dilakukan dengan menyampaikan informasi kepada kreditor yang perlu di sampaikan yang sesuai dengan Undang-Undang, peraturan OJK, dan Bursa Efek Indonesia. Perusahaan harus memastikan sistem audit internal telah dilakukan dengan benar dalam segala aspek material yang berlaku secara dil dalam menyampaikan kondisi keuangan perusahaan. Para kreditor juga diberikan kebebasan untuk melakukan protes bila terjadi praktik yang melanggar prinsip kerjasama kepada

---

<sup>18</sup>PT. Unilever Indonesia Tbk, 'Kebijakan Komunikasi Dengan Pemegang Saham'.

<sup>19</sup>PT. Unilever Indonesia Tbk, 'Kebijakan Penunjukan Pihak Luar Secara Bertanggung Jawab' (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2017), pp. 1–24 <<https://www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/>>.

dewan direksi. Hak-hak kreditor sudah diatur dalam hukum dan persetujuan bersama untuk menciptakan kerjasama yang baik dan sesuai dengan hukum.<sup>20</sup>

d. Kebijakan Rekanan Usaha Yang Bertanggungjawab

PT. Unilever Indonesia berkomitmen bahwa perusahaannya harus bisa mengurangi dampak lingkungan yang dihasilkan dari proses produksi. PT. Unilever Indonesia juga mengupayakan untuk meningkatkan dampak sosial positif dengan menjalin hubungan baik dengan rekan bisnis baik pemasok maupun distributor. PT. Unilever Indonesia menerapkan standar integritas usaha dan tanggung jawab perusahaan yang diikuti secara global. Kebijakan ini perlu dilakukan sesuai dengan persyaratan yang sudah disepakati dan dilengkapi dengan pedoman tambahan yang sudah dibuat. Prinsip dari kebijakan ini PT. Unilever Indonesia akan melakukan usaha yang sah dan terintegritas. Setiap prosedur perusahaan dilakukan sesuai dengan keteyuan hukum baik nasional maupun internasional. Perusahaan harus mengupayakan agar tidak terjadi peyuapan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. PT. Unilever Indonesia menjalin hubungan baik dengan rekan usaha seperti memberikan hadiah, hiburan, serta keramahan. Setiap kegiatan produksi dilakukan secara transparan mengenai pelaporan data, kualitas, dan lainnya kepada rekan usaha.<sup>21</sup>

e. Kebijakan Transaksi Pihak Terkait

Pihak terkait merupakan anggota direksi dan dewan komisaris, pemegang saham yang memiliki 5% total ekuitas perusahaan. Kebijakan ini dibuat untuk mengidentifikasi, persetujuan, dan pelaporan transaksi yang seharusnya tepat waktu. Setiap pihak baik perusahaan dan pihak terkait harus patuh terhadap aturan yang berlaku. Pelaporan proses tujuan dan persyaratan juga penting untuk dilakukan agar antara pihak terkait terdapat transparansi dalam melakukan transaksi dengan pihak terkait. Kebijakan ini dibuat dengan tujuan untuk mengatur hubungan antara pihak yang

---

<sup>20</sup>PT. Unilever Indonesia Tbk, 'Kebijakan Perlindungan Kreditor' (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2017) <<https://www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/>>.

<sup>21</sup>PT. Unilever Indonesia Tbk, 'KEBIJAKAN REKANAN USAHA YANG BERTANGGUNGJAWAB', 2017 <<https://www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/>>.

terlibat yang diatur dalam Peraturan Otoritas Keuangan. Setiap pihak terkait memiliki kepentingan yang cukup besar baik langsung maupun tidak langsung.<sup>22</sup>

### Unilever Sustainable Living Plan (USLP)

Tahun 2010 Unilever meluncurkan yang namanya Unilever Sustainable Living Plan (USLP) yang merupakan cetak biru pertumbuhan berkelanjutan serta memenuhi tujuan dan visi Unilever.<sup>23</sup> Program Unilever ini memiliki tujuan untuk menciptakan perubahan menyeluruh dunia dengan melalui perolehan bahan baku, produksi, sampai konsumen menggunakan produknya. Unilever berperan aktif dalam bersama menerapkan Tujuan Global dengan para pemimpin dunia. Tujuan Global dianggap sangat penting bagi Unilever karena dapat mengubah pola bisnis dan nilai bisnis. Pada laporan berkelanjutan Unilever 2017 dituliskan beberapa peran aktif Unilever dalam penerapan Tujuan Global yaitu di tahun 2012-2013 Unilever aktif dalam perumusan Tujuan Global yang melibatkan CEO Unilever sebagai Eminent Person dalam UN SDGs high level panel, di tahun 2014 Unilever mengoordinasikan pengembangan Post 2015 Business Manifesto pada 2014 dimana di dalamnya terdapat 20 pemimpin bisnis yang dilibatkan untuk mendukung SDGs, terakhir pada tahun 2016 CEO Unilever dan Sekjen PBB membentuk Business and Sustainable Development Commission.<sup>24</sup> Kontribusi Unilever lainnya adalah Holistic Water Goals, WASH4Work, Unilever Sustainable Living Plan, Sustainable Living Brands, dan Transformational Change.

Unilever memiliki sasaran besar dalam menjalankan Unilever Sustainable Living Plan ini, yaitu meningkatkan kesehatan untuk lebih dari satu miliar orang, mengurangi dampak terhadap lingkungan hingga separuhnya, dan meningkatkan penghidupan jutaan orang di seluruh dunia. Empat sasaran ini menjadi *blue print* dalam pengembangan program USLP yang dilakukan Unilever Indonesia, diantaranya<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup>PT. Unilever Indonesia Tbk, 'Kebijakan Transaksi Pihak Terkait' (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2017) <<https://www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tatakelola/>>.

<sup>23</sup>PT. Unilever Indonesia Tbk, 'Transformasi Untuk Masa Depan', *Laporan Tahunan PT. Pupuk Indonesia* (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2018), 770 <<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>>.

<sup>24</sup>PT. Unilever Indonesia Tbk, 'LAPORAN KEBERLANJUTAN 2017 PT UNILEVER INDONESIA TBK Perolehan' (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2017).

<sup>25</sup>Nurhafidz Januar Diantama, 'Upaya Unilever Dalam Meningkatkan Kualitas Kehidupan Dan Lingkungan Melalui " Unilever Sustainable Living Plan " Di Indonesia', 2016.

## 1. Proyek bersama Stakeholder

Terlibatnya para pemangku kepentingan(Stakeholder) sangat penting bagi keberhasilan program USLP. Unilever Indonesia berusaha memahami para Stakeholder dalam membantu mengambil keputusan serta bertanggung jawab dalam kepentingan. Tata kelola dengan pelibatan pemangku kepentingan Unilever didasarkan pada

- a. Inklusivitas, pemangku kepentingan terlibat langsung dalam bisnis Unilever dan juga yang terkena dampak kegiatan operasional.
- b. Materialitas, pemangku kepentingan ikut serta mengidentifikasi isu-isu yang ada.
- c. Responsivitas, pemangku kepentingan ikut mengetahui dan mengelola dalam pemantauan lingkungan yang terus berubah. Unilever mengupayakan pengelolaan dengan adil, wajar, dan transparan.

## 2. Mengurangi dampak lingkungan dalam aktifitas produksi

Dengan tujuan USLP, Unilever berinovasi menghasilkan produk-produk yang akan mengurangi dampak lingkungan, baik dalam produksi dan konsumsi.

### a. Asal bahan mentah

Bahan mentah dari pertanian ini sebagian besar digunakan Unilever dalam memproduksi makanan dan minuman. Dengan menggunakan hasil bumi, minyak sayur, minyak kelapa sawit dan lainnya, Unilever akan meningkatkan bahan mentah yang lebih berkualitas. Unilever menerapkan konsep produksi sumber pertanian berkelanjutan sebagai strateginya dengan mengurangi deforestasi dan mengembangkan petani kecil.

### b. Emisi gas rumah kaca

Unilever Indonesia dalam penggunaan produksinya, terfokus pada pengurangan efek gas rumah kaca dari penggunaan energy untuk meminimalisir perubahan iklim. Unilever menargetkan di tahun 2020 efisiensi CO2 meningkat hingga 40%.

### c. Pengelolaan Limbah

Dalam penanganan limbah Unilever meningkatkan bahan mentah yang mudah di daur ulang yang nantinya mengurangi timbunan sampah. Pemerosesan

sampah plastic dan kertas akan di daur ulang,dan sampah teh akan dijadikan kompos.

d. Pemilihan kemasan

Semua bahan kemasan yang digunakan oleh Unilever Indonesia telah dievaluasi oleh Pusat Jaminan Keselamatan Lingkungan (Safety Environment Assurance Centre—SEAC).<sup>26</sup> Beberapa kemasan telah dirancang agar mengurangi penumpukan sampah plastic, dan lebih memilih bahan kemasan kertas ataupun karton.

3. Pengembangan produk berkualitas baik dan memiliki tujuan *Sustainable*

Unilever telah meluncurkan beberapa produk yang memiliki tujuan sustainable seperti ; Lifebouy, berhasil mengumpulkan dana dalam kampanyenya membangun seribu toilet higienis di Jawa Tengah dan masih banyak lagi. Produk lainnya terdapat Pepsodent, program yang ditujukan kepada anak-anak di setiap sekolah agar tersadar dengan pentingnya kesehatan gigi. Produk Buavita melalui kampanye nya, Unilever telah mengedukasi masyarakat menerapkan kebiasaan kecil dengan mengonsumsi buah setiap hari. Unilever juga memperhatikan kualitas dan keamanan produknya dengan memerhatikan bahan yang baik dan diolah dengan baik. Tidak hanya itu,adanya kebijakan yang ketat dalam pabrik dan pengujian produk secara teliti dan higienis.

4. Kemitraan Global yang dilakukan Unilever Indonesia

Ada beberapa mitra yang akan saya jabarkan disini antara lain; pertama,Kemitraan UNICEF dengan Unilever Indonesia telah membangun strategis besar dan berhasil dengan menghilangkan kebiasaan buang air besar tidak pada tempatnya dengan membuat kamar mandi yang layak di beberapa tempat. Meningkatkan kesadaran terhadap anak-anak dan akses bagi ratusan sekolah yang kurang mampu terhadap masyarakat NTT. UNICEF menyatakan bekerjasama dengan Unilever Indonesia dapat mencapai hasil yang lebih baik terhadap anak-anak di Indonesia. Kedua, World Food Programme(WFP) bekerjasama dengan Unilever Indonesia dengan meningkatkan status gizi anak-anak di sekolah tepatnya di kabupaten Kupang. Unilever dan WFP membantu menyediakan makanan bergizi berbasis bahan pangan lokal, dan

---

<sup>26</sup>PT. Unilever Indonesia Tbk, 'Web Resmi' <<http://brightfuture.unilever.co.id>>.

memanfaatkan komoditas pangan untuk menanam jagung dan kacang hijau bersama-sama.

### **Implementasi Unilever Sustainable Living Plan (USLP)**

Pembahasan mengenai Unilever Sustainable Living Plan tentunya tidak dapat terlepas dari implementasi program-program serta upaya-upaya Unilever untuk terwujudnya USLP itu sendiri. Untuk menunjukkan keseriusan dalam pengimplementasian USLP dapat dilihat dalam berdirinya Yayasan Unilever Indonesia (YUI). Yayasan ini memiliki misi yaitu melakukan pemberdayaan pada masyarakat, memberikan nilai lebih terhadap masyarakat, membentuk dan menyatukan kekuatan kemitraan dan bertindak sebagai katalis terhadap mitranya.<sup>27</sup> YUI merupakan salah satu wadah terwujudnya USLP karena di dalamnya terdapat program-program yang tidak terlepas dari USLP. Dalam pelaksanaannya, Program-program dari YUI sendiri memiliki beberapa pilar yaitu:

#### **1. Pilar Peningkatan Taraf Hidup**

Dalam menjalankan pilar ini Unilever berfokus pada peningkatan taraf hidup para petani di Indonesia. Unilever telah meningkatkan taraf hidup kurang lebih 500.000 petani dan distributor kecil dengan cara menjadi mereka pemasok untuk bahan pembuatan produk Unilever, bagi Unilever petani memegang peran yang penting sebagai pemasok bahan baku produk di Unilever yang tentunya dalam pelaksanaannya tidak dapat terlepas dari lembaga-lembaga lokal.<sup>28</sup> Beberapa program YUI dalam pilar peningkatan Taraf Hidup adalah:

##### **a. Program pengembangan Petani Kedelai Hitam**

Program ini menjadi salah satu program yang diterapkan Unilever untuk meningkatkan taraf hidup para petani. Unilever sendiri memproduksi berbagai macam jenis produk yang berbeda-beda, salah satunya adalah produk kecap yang memang berasal dari kedelai hitam sehingga peningkatan taraf hidup petani kedelai hitam diperlukan untuk memenuhi pasokan bahan baku pembuatan produk kecap, dalam

---

<sup>27</sup>Unilever, 'Yayasan Unilever Indonesia'.

<sup>28</sup>yayasan Unilever Indonesia Unilever Indonesia, 'Program Peningkatan Taraf Hidup'.

mewujudkan kesuksesan program ini unilever melakukan bantuan teknis, akses permodalan, pengembangan benih, pengembangan koperasi, dan jaminan pasar.<sup>29</sup>

#### b. Program Pemberdayaan Petani Perempuan

Selain melakukan peningkatan petani kedelai hitam, Unilever juga melakukan pemberdayaan terhadap para petani perempuan dengan memberikan pelatihan dalam berbagai bidang kewirausahaan yang kemudian dapat membantu para perempuan ini untuk bisa bersaing dalam hal pertanian dan kewirausahaan.

### 2. Pilar Lingkungan

Sebagai perusahaan yang memang menghasilkan produk-produk kemasan dan juga menghasilkan limbah-limbah pengolahan tentunya Pilar Lingkungan akan sangat perlu untuk di perhatikan. Oleh karena itu Unilever kemudian membuat beberapa program yang berkaitan dengan permasalahan lingkungan seperti:

#### a. Bank sampah

Program ini berawal dari kota Surabaya, ketika itu penerapan program ini mengalami keberhasilan di wilayah surabaya. Kegiatan yang dilakukan dalam program bank sampah ini diantaranya adalah dengan melibatkan masyarakat dengan bertujuan untuk pengelolaan sampah seperti daur ulang kemudian mengurangi timbunan sampah di TPA.<sup>30</sup> Beberapa program yang dikembangkan dalam bank sampah adalah seperti pengumpulan sampah melalui bank sampah komunitas kemudian melalui jaringan pada pemukiman-pemukiman toko.<sup>31</sup> Keberhasilan yang terjadi di surabaya menyebabkan Unilever terus mengembangkan ke wilayah-wilayah lainnya melalui program yang diberi nama *Green and clean*, alasan Unilever untuk terus melakukan pengembangan program ini karena keberhasilan tersebut sehingga membuat Unilever terus mempelajari konsep ini dan mengembangkannya.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup>yayasan Unilever Indonesia Unilever Indonesia.

<sup>30</sup>Diantama, 'Upaya Unilever Dalam Meningkatkan Kualitas Kehidupan Dan Lingkungan Melalui " Unilever Sustainable Living Plan " Di Indonesia'.

<sup>31</sup>Diantama, 'Upaya Unilever Dalam Meningkatkan Kualitas Kehidupan Dan Lingkungan Melalui " Unilever Sustainable Living Plan " Di Indonesia'.

<sup>32</sup>Yayasan Unilever Indonesia Unilever Indonesia, 'Program Lingkungan'.

### 3. Pilar Kesehatan, Kesejahteraan, dan Nutrisi

Sebagai perusahaan yang besar dan sudah mendunia perhatian Unilever juga tidak luput dari masalah kesehatan sejahteraan dan nutrisi. Dalam program ini Unilever Indonesia berkomitmen untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat perihal masalah kesehatan serta kebersihan.<sup>33</sup> Berikut adalah program-program yang dilakukan Unilever adalah:

#### a. Program Sekolah Sehat

Dalam program sekolah sehat ini menfokuskan kepada penanaman perilaku sehat dan menjaga kebersihan anak sekolah dasar dan menengah. Dimana disekolah-sekolah akan dibentuk kelompok kecil yang bertanggung jawab untuk mensosialisasikan masalah kesehatan di lingkungan sekolahnya. Selama 2015 Unilever telah berhasil menjangkau tidak kurang dari 70.000 siswa sekolah menengah di beberapa kota di Indonesia.

#### b. Program Kesehatan Masyarakat

Tidak hanya meningkatkan kesehatan dalam lingkungan sekolah, Unilever juga mencoba melakukan upaya peningkatan kesehatan dalam lingkungan masyarakat. Dengan ini Unilever telah melaksanakan beberapa program seperti program ibu posyandu, sama halnya dengan program kesehatan sekolah program kesehatan masyarakat ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesehatan dalam lingkungan masyarakat terutama ibu-ibu rumah tangga yang memiliki anak dibawah umur.<sup>34</sup>

#### c. Bermitra dengan Lembaga Internasional

bentuk lain kepedulian Unilever terhadap kesehatan lainnya dalah dengan bekerjasama dengan lembaga-lembaga internasional seperti UNICEF, WFP (World Food Programme), Save the Children. Masing-masing memiliki Fokusnya masing seperti UNICEF yang berfokus pada masalah sanitasi, kemudian WFP yang berfokus pada program makanan sekolah, kemudian save the children yang berfokus pada project

---

<sup>33</sup>Ricky Michael, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, 'Program Csr Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line', *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2.1 (2019), 23 <<https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23116>>.

<sup>34</sup>Yayasan Unilever Indonesia Unilever Indonesia, 'Program Peningkatan Kesehatan Dan Kesejahteraan'.

*sunlight* atau sekarang lebih dikena sebagai *brightfuture* yang bertujuan untuk membantu anak-anak kawasan Sumba NTT untuk meraih mimpi mereka.<sup>35</sup>

### **Analisis Program USLP**

Didasarkan pada konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) program-program yang telah dilaksanakan oleh Unilever Indonesia merupakan program-program yang memiliki nilai tanggung jawab yang tinggi. Untuk perusahaan besar seperti Unilever adanya program-program yang telah dijabarkan diatas merupakan bagian dari tanggung jawab Unilever baik terhadap Lingkungan, masyarakat, serta konsumen. Seperti dapat kita lihat pada program bank sampah hal ini sangat mencerminkan sikap Unilever untuk berusaha mengurangi limbah plastik yang tentunya jika tidak dilakukan akan menyebabkan kerusakan Lingkungan. Hal tersebut penting dilakukan oleh Unilever, melihat perusahaan besar ini bertindak sebagai produsen berbagai macam produk yang menggunakan plastik.

Dalam hal mensejahterakan masyarakat kita dapat melihat program yang dijalankan dalam pilar peningkatan taraf hidup. Di dalam pilar ini terdapat usaha Unilever dalam mensejahterakan para petani kedelai hitam yang mana Unilever menyediakan berbagai kebutuhan untuk membuat produksi kedelai hitam semakin berlimpah dan memiliki kualitas yang baik. Kualitas kedelai yang baik tentunya akan menghasilkan produk yang baik pula sehingga mampu memuaskan selera konsumen. Kemudian selain itu Unilever juga menunjukkan kepeduliannya dalam mensejahterakan para petani perempuan yang memiliki andil juga dalam produksi kedelai hitam. Tidak hanya berhenti disitu program-program mengenai kesehatan juga menjadi salah satu fokus Unilever seperti pada program kesehatan masyarakat serta program yang berkaitan dengan kesehatan anak dengan melaksanakan sekolah sehat, yang mana dengan adanya program ini anak-anak mampu menerapkan pola hidup sehat di lingkungan sekolah.

Bekerjasama dengan berbagai organisasi internasional juga menjadi pilihan yang terbaik untuk dilakukan oleh Unilever seperti kerjasama dengan Unicef dalam

---

<sup>35</sup>Yayasan Unilever Indonesia Unilever Indonesia, 'Program Peningkatan Kesehatan Dan Kesejahteraan'.

mengatasi masalah sanitasi, kemudian juga kerjasama dengan WFP terkait dengan makanan sehat disekolah serta kerjasama Unilever dengan Save The Children untuk membantu anak-anak dikawasan Sumba NTT untuk meraih cita-cita dan mimpi mereka. Dari berbagai macam program itu sudah pasti bahwa Unilever memiliki program-program yang sejalan dengan konsep Corporate Social Responsibility yang berhubungan dengan kontribusi perusahaan, terutama sebagai perusahaan besar yang pastinya memiliki tanggung jawab terhadap isu-isu disekitarnya baik isu lingkungan ataupun isu-isu lainnya dengan tujuan untuk melakukan pembangunan yang berkelanjutan dan meminimalisir dampak-dampak negatif yang mungkin ditimbulkan oleh perusahaan.

Karena adanya virus corona, baru-baru ini atau tepatnya pada bulan Maret lalu Unilever memberikan beberapa upaya untuk membantu dan melindungi masyarakat dengan membuat beberapa kegiatan yang disebut dengan “Gerakan Masjid Bersih” “Gerakan Lingkungan Bersih” dan juga “Gerakan Sekolah bersih” dengan menyediakan ratusan paket yang berupa produk kebersihan salah satunya seperti Handsanitizer dan sabun. Dalam upayanya melindungi karyawan, Unilever memberlakukan sistem WFH untuk para karyawannya yang bekerja dikantor, dan untuk pekerja lapangan perusahaan menerapkan kebijakan dalam menjaga kebersihan dengan lebih ketat untuk seluruh pekerja lapangan dan juga menjaga kebersihan produk perusahaan<sup>36</sup>. Dengan begitu seluruh upaya yang dilakukan oleh Unilever ini sebagai bentuk pertanggung jawaban berupa memberikan tindakan yang lebih efektif bagi karyawannya, produk mereka, terhadap konsumen dan juga upaya dalam melindungi lingkungan selama dalam masa pandemic seperti saat ini.

### **Dampak Program Terhadap Politik Lingkungan Indonesia**

Hingga saat ini masalah lingkungan yang harus segera ditangani adalah sampah. Tiap tahun jumlah sampah terus bertambah, ditahun 2019 diperkirakan Indonesia akan menghasilkan 67 juta ton sampah yang sebelumnya jumlah sampah Indonesia tercatat sekitar 64 juta ton, sehingga hal ini menunjukkan peningkatan jumlah

---

<sup>36</sup>Unilever Indonesia . (2020, Maret 26). *PT. Unilever Indonesia* . Retrieved April 17, 2020, from Unilever Indonesia web site: <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2020/unilever-ambil-peran-dalam-melindungi-masyarakat-indonesia-dari-pandemi-covid-19.html>

sampah sebanyak 3 juta ton hanya dalam waktu satu tahun<sup>37</sup>. Adanya peningkatan jumlah sampah tiap tahunnya yang terus meningkat, dikarenakan semakin meningkatnya kebutuhan manusia tiap tahunnya yang turut semakin meningkat. Hal ini menjadi perhatian lebih bagi pemerintah, tentang bagaimana sampah-sampah tersebut tidak akan mencemari lingkungan termasuk dari sampah plastik, karena sampah plastik merupakan jenis sampah yang paling sulit untuk terurai dan bahkan membutuhkan waktu puluhan atau ribuan tahun untuk dapat terurai. Pemerintah berusaha terus berusaha untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kondisi sampah Indonesia yang semakin memprihatinkan, selain itu beberapa organisasi pemerintah dan non pemerintah juga turut membantu dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam penggunaan sampah plastik.

Melihat hal ini, membuat Unilever selaku perusahaan yang banyak memproduksi plastik untuk bahan produksi mereka membuat sebuah langkah yang bertujuan untuk dapat mengurangi tingkat sampah di Indonesia dengan memanfaatkan sampah tersebut untuk dapat didaur ulang menjadi sebuah barang yang lebih bernilai. Sejak tahun 2015, Unilever Indonesia telah membuat sebuah kebijakan baru mengenai upaya mereka dalam mengurangi jumlah sampah di Indonesia yaitu dengan program Bank Sampah<sup>38</sup>. Dengan program ini, Unilever mengajak seluruh masyarakat untuk dapat turut memberikan partisipasi mereka dalam melakukan pengolahan limbah sampah tersebut karena adanya strategi pengurangan limbah sampah yang tepat maka akan berhasil mengurangi tingkat sampah Indonesia, dan turut mendukung usaha pemerintah. bahkan program ini juga mendapatkan dukungan dan apresiasi dari pihak Pengelola Lingkungan Hidup (LHK), karena ini merupakan inisiatif perusahaan swasta dalam mendukung usaha pemerintah mengurangi jumlah sampah Indonesia, dan diharapkan kedepannya akan lebih banyak perusahaan swasta yang turut melakukan hal serupa untuk mengurangi sampah.

---

<sup>37</sup> Permana, E. (2019, Januari 24). *Anadolu Agency*. Retrieved April 27, 2020, from Anadolu Agency web site: <https://www.aa.com.tr/id/headline-hari/indonesia-hasilkan-67-juta-ton-sampah-pada-2019/1373712>

<sup>38</sup> Putri, W. D. (2015, Oktober 20). *Republika.co.id*. Retrieved April 27, 2020, from Republika.co.id web site: <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/15/10/20/nwihk3359-unilever-luncurkan-program-bank-sampah>

Bentuk Bank Sampah ini merupakan salah satu implementasi program USLP yang dimiliki oleh Unilever. Sistem Bank Sampah ini mengajak seluruh bagian masyarakat untuk ikut berkontribusi dalam kegiatan pengelolaan sampah terutama jenis sampah seperti sampah kaca, sampah metal, sampah kertas, dan sampah plastik yang terdapat dilingkungan mereka. Caranya dengan memberikan sosialisasi kepada masyarakat terkait jenis-jenis sampah yang dapat didaur ulang, lalu setelah itu masyarakat akan membantu dalam memilih jenis-jenis sampah yang mereka temukan disekitar lingkungan mereka. Setelah semua jenis sampah tersebut telah diklasifikasikan menurut jenisnya, kemudian masyarakat dapat menjualnya kepada para pengepul agar dapat diolah oleh mereka. Hal ini akan menjadi hubungan timbal balik antara banyak pihak, dimana masyarakat mendapatkan keuntungan dari kegiatan yang mereka lakukan tersebut, pengepul juga lebih dipermudah dalam mendapatkan sampah-sampah karena telah dibantu oleh masyarakat dalam mengklasifikasikan jenis sampah. Tercatat sebanyak sepuluh wilayah di Indonesia yang telah berhasil menerapkan sistem Bank Sampah ini, diantaranya adalah daerah dari Surabaya, Medan, Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Manado, Makasar, Denpasar, Balikpapan, dan juga Banjarmasin<sup>39</sup>. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat di beberapa kota besar tersebut telah berhasil menerapkan sistem Bank Sampah dan juga dalam memahami pengertian sampah dan juga dampak dari sampah yang tiap tahunnya terus meningkat.

## **KESIMPULAN**

Keberhasilan perusahaan Unilever sebagai perusahaan *Multinational Corporation* ini dibuktikan dengan perluasan atau yang disebut sebagai ekspansi terhadap beberapa perusahaan di Indonesia salah satunya adalah perusahaan PT. Anugrah Indah Pelangi dan beberapa perusahaan lainnya. Unilever sebelumnya hanya berfokus kepada produksi sabun dan margarine mereka, namun seiring dengan berjalannya waktu mereka pun semakin meningkatkan hasil produksi mereka menjadi bermacam-macam salah satunya adalah produk beku atau yang disebut sebagai *Frozen Food* dan juga bahan-bahan kimia. Perkembangan Unilever tidak hanya berupa dengan berhasil dengan membangun beberapa cabang dinegara lainnya namun juga peningkatan terhadap kuantitas jenis produknya dan juga kualitasnya yang semakin

---

<sup>39</sup> Utami, E. (2013). Buku Panduan Bank Sampah dan 10 Kisah Sukses. *Online* , 10-42.

diperhatikan agar pembeli tetap memberikan kepercayaan mereka terhadap seluruh produk yang dihasilkan oleh Unilever diseluruh dunia.

Dalam usahanya untuk memberikan peningkatan terhadap kuantitas dan kualitas produk serta perusahaannya, Unilever memiliki program yang diharapkan dapat mendukung dan memberikan pengaruh yang baik untuk masyarakatnya. Program tersebut disebut dengan USLP *Unilever Sustainable Living Plan*, program ini berfokus pada peningkatan dalam kesehatan oleh seluruh masyarakat, membantu untuk memberikan konsep lingkungan yang baik, dan juga memberikan peningkatan terhadap tingkat hidup masyarakat agar menjadi lebih baik dan sehat. Program USLP di Indonesia ini diimplementasikan sebagai Yayasan Unilever Indonesia yang bertujuan agar dapat memberikan pemberdayaan terhadap masyarakat, memberikan nilai lebih terhadap masyarakat, membentuk dan menyatukan kekuatan kemitraan dan bertindak sebagai katalis terhadap mitranya. Didasarkan pada konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) program-program yang telah dilaksanakan oleh Unilever Indonesia merupakan program-program yang memiliki nilai tanggung jawab yang tinggi. Dalam tujuannya mencerminkan sikap Unilever untuk berusaha mengurangi limbah plastik, adanya program bank sampah yang tentunya jika tidak dilakukan akan menyebabkan kerusakan Lingkungan. Hal tersebut penting dilakukan oleh Unilever, melihat perusahaan besar ini bertindak sebagai produsen berbagai macam produk yang menggunakan plastik. Dalam hal mensejahterakan masyarakat kita dapat melihat program yang dijalankan dalam pilar peningkatan taraf hidup. Di dalam pilar ini terdapat usaha Unilever dalam mensejahterakan para petani kedelai hitam yang mana Unilever menyediakan berbagai kebutuhan untuk membuat produksi kedelai hitam semakin berlimpah dan memiliki kualitas yang baik.

### **Daftar Pustaka**

- Anwar, Choerul, 'Pengaruh Kreativitas Iklan, Kemenarikan Pesan, Daya Tarik Celebrity Endorser, Dan Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Vaseline Men ( Studi Kasus Ariel Noah)', 2015 <[http://eprints.undip.ac.id/48041/3/BAB\\_2.pdf](http://eprints.undip.ac.id/48041/3/BAB_2.pdf)>
- Arifin, Zainal. 2012. Politik Ekologi: Ramah Lingkungan Sebagai Pembetulan. Jurnal Ilmu Sosial Mamangan, Edisi 1, Tahun I
- Budiarti, Meilanny, and Santoso Tri Raharjo, 'Corporate Social Responsibility (Csr) Dari Sudut Pandang Perusahaan', *Share : Social Work Journal*, 4.1 (2014), 13–29 <<https://doi.org/10.24198/share.v4i1.13045>>

- Diantama, Nurhafidz Januar, 'Upaya Unilever Dalam Meningkatkan Kualitas Kehidupan Dan Lingkungan Melalui " Unilever Sustainable Living Plan " Di Indonesia', 4.4 (2016), 1285–1300
- Djajadiningrat, Surna T..Nd. Politik Lingkungan : Analisa Reducing Emission From Deforestation Degradation (Redd) Sebagai Program Penyelamatan Hutan Indonesia
- Heryanto, Januar, 'Peranan Multinational Corporations Dalam Industrialisasi Di Indonesia Pada Era Orde Baru', 2003 <[https://www.researchgate.net/publication/50434653\\_PERANAN\\_MULTINATIONAL\\_CORPORATIONS\\_DALAM\\_INDUSTRIALISASI\\_DI\\_INDONESIA\\_PADA\\_ERA\\_ORDE\\_BARU](https://www.researchgate.net/publication/50434653_PERANAN_MULTINATIONAL_CORPORATIONS_DALAM_INDUSTRIALISASI_DI_INDONESIA_PADA_ERA_ORDE_BARU)>
- Hidayat, Herman, Politik Lingkungan: Pengelolaan Hutan Masa Orde Baru Dan Reformasi (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011), 9
- Michael, Ricky, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, 'Program Csr Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line', *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2.1 (2019), 23 <<https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23116>>
- Permana, E. (2019, Januari 24). *Anadolu Agency*. Retrieved April 27, 2020, from Anadolu Agency web site: <https://www.aa.com.tr/id/headline-hari/indonesia-hasilkan-67-juta-ton-sampah-pada-2019/1373712>
- PT. Unilever Indonesia Tbk, 'Kebijakan Komunikasi Dengan Pemegang Saham' (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2017) <<https://www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/>>
- , 'Kebijakan Penunjukan Pihak Luar Secara Bertanggung Jawab' (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2017), pp. 1–24 <<https://www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/>>
- , 'Kebijakan Perlindungan Kreditor' (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2017) <<https://www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/>>
- , 'KEBIJAKAN REKANAN USAHA YANG BERTANGGUNGJAWAB', 2017 <<https://www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/>>
- , 'Kebijakan Transaksi Pihak Terkait' (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2017) <<https://www.unilever.co.id/investor-relations/pedoman-tatakelola-perusahaan/kebijakan-terkait-tata-kelola/>>
- , 'LAPORAN KEBERLANJUTAN 2017 PT UNILEVER INDONESIA TBK Perolehan' (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2017)
- , 'Transformasi Untuk Masa Depan', *Laporan Tahunan PT. Pupuk Indonesia* (PT. Unilever Indonesia Tbk, 2018), 770 <<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>>
- , 'Web Resmi' <<http://brightfuture.unilever.co.id>>
- Putri, W. D. (2015, Oktober 20). *Republika.co.id*. Retrieved April 27, 2020, from <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/15/10/20/nwihk3359-unilever-luncurkan-program-bank-sampah>
- Unilever, 'Yayasan Unilever Indonesia'
- Unilever Indonesia, yayasan Unilever Indonesia, 'Program Peningkatan Taraf Hidup'
- Unilever Indonesia, Yayasan Unilever Indonesia, 'Program Lingkungan'
- , 'Program Peningkatan Kesehatan Dan Kesejahteraan'

- Utami, E. (2013). Buku Panduan Bank Sampah dan 10 Kisah Sukses. *Online* , 10-42.
- Wibowo, Lili Adi, 'Strategi Gorecalization Pada Perusahaan-Perusahaan Multinasional (Kasus Pada Mcdonald's, Citibank, New Carrefour, Mtv Asia, Dan Coca Cola )' <[http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/PRODI.\\_MANAJ.\\_PEMASARAN\\_WISATA/LILI\\_ADIWIBOWO/Makalah%40Lili\\_Adi\\_Wibowo/Jurnal\\_Strategi\\_Gloreca lization%40Lili\\_Adi\\_Wibowo.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/PRODI._MANAJ._PEMASARAN_WISATA/LILI_ADIWIBOWO/Makalah%40Lili_Adi_Wibowo/Jurnal_Strategi_Gloreca%20lization%40Lili_Adi_Wibowo.pdf)>
- Wiwitan, Tresna, Wulan Trigartanti, and Riza Hernawati, 'Konsep "Corporate Social Responsibility" Dalam Kegiatan "Community Relations"', *Mimbar Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 24.2 (2008), 151-64 <<https://doi.org/10.29313/mimbar.v24i2.264>>