

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Unilever merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri *Consumer Goods* yang didirikan pada tanggal 1 Januari 1930. Unilever merupakan gabungan antara dua perusahaan yaitu, Margarine Union perusahaan margarin dari Belanda dan Lever Brothers perusahaan dari Inggris. Karena merupakan gabungan dari dua perusahaan besar dari Belanda dan Inggris oleh karena itu dari awal berdirinya hingga sekarang Unilever memiliki dua kantor pusat yaitu di London (Unilever PLC) dan di Rotterdam (Unilever NV). Unilever sejak awal berdirinya berkembang dengan sangat cepat, hal tersebut dibuktikan dengan ekspansi yang dilakukan di banyak negara hingga Asia. Pada tahun 1933 Unilever telah membangun pabrik di Thailand, India dan Indonesia. (Carroll, 1991)

Indonesia merupakan salah satu negara tujuan ekspansi dari Unilever pada awal-awal berdirinya. Unilever secara resmi berdiri di Indonesia pada 5 Desember 1933 dengan menggunakan nama Lever's Zeepfabrieken N.V di Jakarta Utara. Lalu pada 22 Juli 1980 berganti nama menjadi PT. Unilever Indonesia, serta pada tahun 1982 menjadi perseroan terbuka dan menjual 15 persen kepemilikan saham kepada publik. (Unilever Indonesia) PT. Unilever Indonesia berkembang pesat dengan banyak melakukan akuisisi pada merek dagang seperti Buavita, Taro, Bango, Sari Wangi. Tidak hanya melalui akuisisi PT. Unilever Indonesia juga membangun sektor-sektor produksi atau pabrik.

Saat ini PT. Unilever Indonesia memiliki dua pabrik yaitu di Cikarang, Jawa Barat dan Surabaya, Jawa Timur. Pabrik Unilever yang berlokasi di Rungkut, Surabaya, Jawa Timur telah beroperasi sejak 20 Januari 1983. Pabrik ini beroperasi untuk memproduksi produk *personal care* seperti shampo, pasta gigi, kosmetik dan sabun. Pabrik Unilever yang berlokasi di Surabaya ini dibangun di kawasan koplek industri Rungkut. Pabrik Unilever merupakan pabrik yang memiliki peranan penting semasa pembangunan komplek industri tersebut, karena dengan berdirinya perusahaan dengan kelas perusahaan multinasional dapat menarik perusahaan lain untuk turut membangun pabrik di kawasan komplek industri Rungkut.

PT. Unilever Indonesia sebagai salah satu perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* terbesar dan tertua di Indonesia. Oleh karena Unilever telah ikut andil dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya mengenai ekonomi tetapi juga ikut berperan aktif dalam pelestarian lingkungan. Sebagaimana salah satu prinsip mengenai lingkungan yang dianut bahwa Unilever berkomitmen mengelola dampak lingkungan dan mengembangkan bisnis yang berkelanjutan. (Unilever Indonesia) Dalam kelestarian lingkungan Unilever juga melakukan kolaborasi dengan pemerintah dan juga kelompok masyarakat. Unilever juga melaksanakan tanggung jawab korporasi mengenai pemberdayaan ekonomi masyarakat. Hal-hal yang berkaitan dengan kelestarian lingkungan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat ditangani langsung oleh departemen *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yang ada di Unilever.

Pabrik Unilever Indonesia yang berada di Rungkut, Surabaya telah lama menjalankan program-program pemberdayaan masyarakat dan lingkungan yang ada di Surabaya. Salah satu program unggulan CSR Unilever Surabaya adalah Surabaya *Green and Clean* yang bertujuan untuk mengatasi masalah kebersihan lingkungan di Surabaya. Surabaya sebagai kota dengan jumlah penduduk 3,1 Juta jiwa tentunya menghasilkan banyak limbah domestik limbah rumah tangga. Oleh karena itu sesuai dengan nama program CSR Unilever Surabaya “Surabaya *Green and Clean*” mereka ingin menjadikan Surabaya bersih dan hijau. Semenjak dilaksanakannya program Surabaya Green and Clean oleh Unilever, Surabaya mendapatkan Penghargaan Adipura. Tercatat bahwa Surabaya mendapatkan penghargaan Adipura Kencana sembilan kali berturut-turut (2010-2008).

Keberhasilan program CSR Unilever Surabaya dalam mengatasi permasalahan lingkungan dikarenakan dukungan dari pemerintah Kota Surabaya dan masyarakat yang sangat besar. Perusahaan Unilever telah melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* semenjak awal berdiri. Unilever Rungkut, Surabaya merujuk kepada peraturan perundang-undangan Indonesia sebagai pedoman dalam melaksanakan program CSR. Salah satu peraturan yang ada adalah UU NO.40 Pasal 74 2007 yang mengatur bagaimana tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. (Hendrawan & Purnaningsih, 2009)

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian berikut:

Bagaimana kebijakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dari Perusahaan Multinasional Unilever Rungkut Surabaya dalam mendukung kelestarian lingkungan di Surabaya pada tahun 2014-2020?

### **C. Kerangka Teoritis**

Peneliti menggunakan konsep *Multi National Corporations* dan konsep *Corporate Social Responsibility* sebagai pedoman dan panduan dalam menjawab rumusan masalah dalam skripsi ini. Konsep *Multi National Corporations* digunakan untuk melihat peranan PT.Unilever Indonesia Rungkut, Surabaya sebagai aktor dalam hubungan internasional. Serta konsep *Corporate Social Responsibility* sebagai acuan untuk melihat bagaimana peranan perusahaan (PT. Unilever Indonesia Rungkut, Surabaya) dalam menjalankan program-program CSR atas bentuk tanggung jawabnya sebagai korporasi. Dengan menggunakan dua konsep tersebut peneliti dapat menjelaskan peranan MNC Unilever Rungkut, Surabaya dalam mendukung kelestarian lingkungan di Surabaya pada tahun 2014 - 2020.

#### **1. Konsep *Multi National Corporations***

Konsep *Multi National Corporations* merupakan sebuah konsep yang menjelaskan bagaimana pengelolaan, kepemilikan dan aturan mengenai suatu perusahaan yang melakukan ekspansi keluar batas negara. Perusahaan yang beroperasi di dua negara atau lebih yang negara asalnya disebut *home country* dan negara tujuan ekspansi disebut *host country*. Pada umumnya MNC melakukan

kegiatan usaha diseluruh dunia melalui perusahaan-perusahaan cabang di negara berkembang dan memiliki kantor pusat di negara maju. (Prihandono, 2008)

Negara berkembang menjadi tujuan utama oleh MNC dalam melakukan ekspansi usaha karena, dengan mudah mereka dapat menginvestasikan modalnya. Selain itu MNC juga memiliki tujuan untuk lebih dekat dengan sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Dengan beroperasi di negara berkembang tentu sebuah MNC bisa memenuhi kebutuhan produksi dengan harga murah dan juga dapat memangkas biaya transportasi.

Kehadiran MNC merupakan sebuah bentuk dari globalisasi ekonomi. MNC melakukan integrasi mendalam dengan cara mengorganisasikan proses produksi barang dan jasa secara global. Setiap segmen produksi, mulai dari sumber daya, pembangunan dan perakitan dilakukan di tempat yang menawarkan kondisi yang terbaik. Sebagai contoh, sebuah perusahaan *apparel* yang membutuhkan sangat banyak tenaga kerja tentu akan melakukan proses produksinya di negara dengan upah buruh yang rendah sebagai bentuk efisiensi dalam produksi. (Jackson & Sorensen, 2013)

Menurut Michael J. Carbaugh bahwa Multi National Corporations merupakan sebuah perusahaan yang beroperasi melewati batas negara, serta setidaknya MNC memiliki empat karakteristik, yaitu:

- a. MNC memiliki negara asal yang berada di negara maju dan negara tujuan ekspansi.

- b. MNC sering melakukan penelitian dan pengembangan di daerah tujuan ekspansi.
- c. Sifat dari operasional perusahaan melewati batas negara.
- d. Adanya pergerakan modal melalui *Foreign Direct Investment* (FDI) dari cabang MNC yang kurang menguntungkan ke MNC yang lebih menguntungkan. (Diantama, 2016)

## **2. Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)**

Konsep CSR memiliki banyak definisi, baik itu menurut para ahli maupun oleh organisasi-organisasi internasional. Karena CSR memiliki cakupan yang luas sehingga tidak ada kesepakatan bersama hal baku atas makna dari CSR tersebut. Konsep CSR ini pertama kali dicetuskan oleh Joseph R. Bowen pada tahun 1953 dan menyebutkan bahwa CSR merupakan sebagai acuan dalam pengambilan kebijakan, untuk mengambil keputusan, dan nilai-nilai dalam masyarakat. Menurut Jhonatan Sofian CSR merupakan suatu konsep yang mengharuskan perusahaan untuk memenuhi dan memperhatikan semua pihak yang terkait atau terdampak dari usaha mereka. Pihak terkait yang dimaksud adalah para karyawan, masyarakat, pemerintah dan juga termasuk lingkungan. (Marthin, Salinding, & Akim, 2017)

Menurut Archie B. Carroll ada empat yang mengharuskan perusahaan untuk melaksanakan CSR, yaitu:

- 1) Tanggung jawab ekonomi, jadi perusahaan tentunya memiliki motif utama untuk mendapatkan untung yang mana itu adalah fondasi perusahaan. Jadi perusahaan

harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai syarat agar perusahaan terus bertahan.

2) Tanggung jawab legal atau kepatuhan hukum, perusahaan harus taat terhadap hukum dalam prosesnya mencari laba. Perusahaan harus mematuhi undang-undang dan aturan yang berlaku di suatu negara atau masyarakat, hal tersebut sebagai pemenuhan kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat

3) Tanggung jawab etis, perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan bisnisnya dengan baik, benar dan adil. Hal yang menjadi rujukan adalah norma-norma yang berlaku dalam masyarakat.

4) Tanggung jawab filantropis, perusahaan harus dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Menjadi perusahaan yang ramah terhadap masyarakat, berkontribusi terhadap sumber daya dan lingkungan serta meningkatkan kualitas hidup. (Corrall, 1991)

#### **D. Hipotesa**

PT. Unilever Indonesia Rungkut, Surabaya menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan menjalankan kampanye yang bernama *Surabaya Green and Clean*. Program ini merupakan sinergi dengan pemerintahan kota Surabaya.

## **E. Metode Penelitian**

Untuk menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang dasarnya tergantung pada pengamatan manusia. Penelitian secara kualitatif dapat menghasilkan temuan-temuan yang tidak bisa diperoleh menggunakan prosedur statistik. Secara umum penelitian kualitatif digunakan untuk penelitian mengenai aktifitas sosial, tingkah laku masyarakat, sejarah dan lainnya. (Rahmat, 2009)

## **F. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan sinergi antara PT. Unilever Surabaya dengan pemerintahan Surabaya dalam menangani masalah lingkungan.
2. Untuk menjelaskan perananan PT. Unilever Indonesia Rungkut, Surabaya sebagai *Mutinational Corporations*.
3. Untuk menjelaskan program *Corporate Social Responsibility* PT. Unilever Indonesia Rungkut, Surabaya.
4. Untuk menjelaskan implementasi program *Corporate Social Responsibility* PT. Unilver Indonesia Rungkut, Surabaya dalam menjaga kelestarian lingkungan di Surabaya.



## **G. Batasan Penelitian**

Ruang lingkup dalam tesis sarjana ini terbatas pada program Corporate Social Responsibility PT. Unilever Indonesia Rungkut, Surabaya yang terkait dengan program kelestarian lingkungan di Surabaya. Penelitian ini berfokus pada program Surabaya Green and Clean. Batasan waktu yang menjadi acuan adalah program yang dilaksanakan pada tahun 2014-2020.

## **H. Sistematika Penulisan**

Penulisan hasil penelitian ini terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

**Bab I** Bagian ini berisikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, kerangka teori, hipotesis, metodologi penelitian, tujuan penelitian dan jangkauan penelitian untuk memandu penulis menuju pada bab berikutnya.

**Bab II** Penulis menjelaskan secara mendalam perihal *Multi National Corporation* dan *Corporate Social Responsibility*.

**Bab III** Penulis menjelaskan tentang profile dari PT. Unilever Indonesia.

**Bab IV** Penulis menjelaskan tentang *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan PT. Unilever Indonesia cabang Surabaya dalam menjaga dan meningkatkan kelestarian lingkungan di Surabaya.

**Bab V** Penutup berisikan kesimpulan dari semua materi yang dibahas dalam penelitian.