

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

*Break Free From Plastic* (BFFP) merupakan sebuah program peduli lingkungan yang memiliki lebih dari 1300 anggota jaringan untuk mendiskusikan hasil audit merk dari sampah laut yang telah berhasil dikumpulkan dari 239 kegiatan bersih-bersih pesisir laut dan darat di 42 negara, 6 benua. Ditemukan lebih dari 187 ribu unit sampah plastik yang kemudian dipilah-pilah sesuai merek-nya. Saat ini, sampah plastik dikelola dengan cara dibakar, menggunung di tempat pembuangan akhir, atau pun berada di permukaan laut. Banyaknya sampah plastik menjadi permasalahan yang cukup serius, hal ini dikarenakan produsen kurang memperhatikan dampak dari keberadaan sampah plastik tersebut bagi lingkungan dan tetap menggunakan plastik sebagai kemasan produknya. Sekarang ini, produksi plastik global telah mencapai 320 juta metrik ton per tahun. Sampah-sampah plastik tersebut kemudian masuk dan menyumbat sungai, laut, dan juga tempat pembuangan sampah lainnya. Sejak tahun 1950 diperkirakan sebanyak 8,3 miliar metrik ton plastik telah diproduksi. Dari banyaknya jumlah plastik yang diproduksi, hanya 9% yang didaur ulang, 12% telah dibakar, dan sisanya berakhir di tempat pembuangan sampah, di lautan, maupun di sekitar kita (Suriyani, 2018).

Saat ini, perhatian masyarakat global tertuju pada isu lingkungan mengenai banyaknya sampah, terutama sampah plastik yang tersebar ke seluruh penjuru laut dan mencemari ekosistem laut itu sendiri. Hal ini tentunya akan berdampak buruk bagi ekosistem lingkungan hidup. Namun, kebutuhan akan plastik terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi yang ada. Dalam hal ini, permasalahan mengenai sampah plastik menjadi tantangan tersendiri karena sampah

plastik akan selalu ada baik untuk sekarang ini maupun nanti di masa depan. Hal ini dilatar belakangi oleh peran penting para pelaku industri dalam terjadinya isu mengenai sampah plastik. Para pelaku industri telah menciptakan ‘sebuah kenyamanan’ bagi masyarakat melalui budaya konsumtif dengan adanya produk yang dikemas dengan praktis dengan menggunakan plastik sekali pakai. Plastik dianggap sebagai pilihan utama produsen karena kemasan plastik dianggap murah serta mudah digunakan. Walaupun isu mengenai sampah plastik seringkali muncul namun beberapa produsen tetap mempertahankan pilihannya yakni plastik sebagai kemasan untuk produknya. (Greenpeace, 2019) Sehingga akan sulit untuk menyelesaikan isu mengenai sampah plastik tersebut. Dalam hal ini, limbah plastik sangat sulit untuk diuraikan secara alami. Dibutuhkan sekitar 80 tahun agar sampah plastik dapat diuraikan dengan sempurna. Oleh karena itu, penggunaan bahan plastik dapat dikatakan tidak bersahabat bagi lingkungan apabila digunakan secara berlebihan dan tanpa menggunakan batasan tertentu.

Tanpa disadari, isu lingkungan telah menjadi isu yang perlu diperhatikan setelah isu mengenai keamanan internasional dan perekonomian global. Permasalahan mengenai lingkungan hidup memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kehidupan masyarakat. Didalam isu lingkungan, permasalahan mengenai sampah plastik merupakan permasalahan yang menjadi sorotan tiap tahunnya. Pada saat memasuki abad ke 21 permasalahan mengenai sampah plastik mulai ramai dibicarakan hal ini disebabkan oleh munculnya berbagai dampak buruk yang ditimbulkan dari adanya sampah plastik tersebut (Qodriyatun, 2019).

Melalui gerakan global *Break Free From Plastic* pada tahun 2019 ditemukan bahwa 43% dari 476.423 sampah merupakan sampah yang masih jelas terlihat merknya. Kemudian pada tahun 2020 persentase ini meningkat hingga 63% dari 346.494 sampah. Sedangkan jumlah sampah kemasan yang sulit untuk didaur ulang mencapai 63.972 buah di tahun 2020 (Greenpeace, 2022). Coca-Cola, PepsiCo, dan Nestlé

dinobatkan sebagai polutan plastik terbesar di dunia selama tiga tahun berturut-turut. Dalam hal ini, Coca Cola menduduki peringkat pertama sebagai penyumbang sampah plastik terbesar. Berdasarkan survey, di 51 dari 55 negara ditemukan sampah botol minuman Coca-Cola yang seringkali dibuang disekitar danau, pantai, sungai, taman, dan beberapa tempat lainnya. Dalam gerakan Break Free From Plastic yang dilakukan oleh 14.734 sukarelawan dari seluruh dunia, pada tahun 2020 mereka berhasil mengumpulkan sebanyak 346.494 sampah plastik. Sebanyak 13.834 sampah plastik yang ditemukan berlabel merek Coca-Cola. Sedangkan, 5.155 buah sampah plastik dengan merek PepsiCo dan sampah plastik bermerek Nestlé sebanyak 8.633 buah (Anastasia, 2020).

Berdasarkan dari hasil analisis, ditemukan bahwa penghasil sampah terbesar di kawasan Asia adalah merek Coca-Cola, Perfetti van Melle, dan Mondelez International. Beberapa merek tersebut telah menyumbang sekitar 30 persen dari seluruh sampah plastik bermerek yang dihitung oleh para sukarelawan di seluruh Asia. Di Amerika Utara dan Amerika Selatan, Coca-Cola, PepsiCo, dan Nestlé merupakan pencemar sampah plastik teratas yang telah menyumbang sekitar 64% di Amerika Utara dan 70% di Amerika Selatan dari seluruh sampah plastik bermerek. Sedangkan di kawasan Eropa, Coca-Cola, PepsiCo, dan Nestlé juga menjadi pencemar utama sampah plastik yang sudah teridentifikasi, yang mana mereka menghasilkan 45% dari total sampah plastik di wilayah tersebut. Di kawasan Australia, sampah yang berasal dari beberapa merek seperti 7-Eleven, Coca-Cola, dan McDonald's menjadi pencemar teratas, ditemukan bahwa 82% dari keseluruhan sampah plastik dihasilkan dari beberapa merek tersebut. Dan yang terakhir, di kawasan Afrika, ditemukan 74% dari keseluruhan sampah plastik dihasilkan dari beberapa merek seperti ASAS Group, Coca-Cola, dan Procter & Gamble (Greenpeace Indonesia, 2018).

Sampah plastik merupakan salah satu dari bencana lingkungan, hal ini dikarenakan perekonomian yang didasarkan

pada konsumsi yang terus-menerus dan kebiasaan sekali pakai dengan biaya tak terbatas. Kemasan plastik yang hanya digunakan dalam beberapa detik, kemudian dapat mencemari lingkungan sampai beratus-ratus tahun. Komitmen beberapa perusahaan besar untuk bertanggung jawab atas krisis sampah plastik belum terlihat hingga saat ini. Solusi yang ditawarkan oleh perusahaan justru akan berpotensi untuk meningkatkan produksi dan penggunaan kemasan sekali pakai. Hal ini terlihat pada pola perusahaan yang terus mempertahankan penanganan sampah plastik sekali pakai dengan menggunakan cara daur ulang. Berdasarkan laporan Greenpeace yang berjudul 'Sebuah Krisis Kenyamanan', hanya Unilever, Nestlé, dan Danone yang memberikan bukti pemantauan daur ulang terhadap pasar utama mereka. Meskipun masih terdapat catatan bahwa tingkat pemantauan data daur ulang mengandalkan sistem pemantauan dan statistik pemerintah setempat. Selain itu, beberapa perusahaan memilih untuk menggunakan kertas untuk menggantikan kemasan plastik. Mereka menganggap bahwa dengan menggunakan kertas akan jauh lebih ramah lingkungan jika dibandingkan dengan menggunakan plastik. Padahal untuk memenuhi produksi kertas yang tinggi akan mendorong deforestasi secara besar-besaran. Sekarang ini, penggunaan kertas merupakan salah satu faktor utama penyumbang perubahan iklim yang berasal dari penggunaan kawasan hutan secara besar-besaran untuk perkebunan. Permasalahan lainnya yaitu produsen tidak memikirkan mengenai Langkah daur ulang kertas yang ramah lingkungan. Penggunaan bioplastik yang berasal dari bahan bakar fosil untuk menggantikan kemasan plastik juga dianggap tidak ramah lingkungan. Dengan penggantian material ini tentu saja tidak akan menyelesaikan permasalahan lingkungan yang ada (Greenpeace, 2019).

Dalam rangka menekan angka sampah plastik diseluruh dunia, beberapa NGO internasional seperti Greenpeace kemudian memberikan kritik terhadap perusahaan-perusahaan besar seperti Coca Cola, PepsiCo, dan Nestle untuk melakukan tindakan-tindakan seperti bertanggung jawab untuk mengurangi sampah plastik sekali pakai dan menentukan target

yang ambisius, segera bertindak untuk menghilangkan kemasan plastik yang berlebihan dan bermasalah, memprioritaskan investasi dalam penggunaan kembali (*reuse*) dan sistem pengiriman yang alternatif, serta menerapkan transparansi dan melaporkan jejak plastik mereka setiap tahun (Greenpeace Indonesia, 2019). Menurut buku yang berisi kajian Greenpeace tentang kebijakan, praktik dan ambisi bisnis dari Produsen-produk Ternama di bidang Barang Kebutuhan Sehari-hari (*Fast Moving Consumer Goods*), Sektor Barang Konsumen Bergerak Cepat dan perusahaan lain perlu untuk mengutamakan empat hal yaitu transparan, berkomitmen pada pengurangan dan penghapusan secara bertahap, segera hapus plastik yang tidak perlu dan bermasalah, serta berinvestasi dalam sistem pengemasan alternatif dan penggunaan kembali. (Greenpeace, 2018). Greenpeace juga mengajak masyarakat untuk memulai gerakan mengurangi plastik sekali pakai. Dalam mengatasi permasalahan sampah plastik masyarakat sudah ambil bagian dengan membawa kantong belanja, mengurangi pembelian produk dengan kemasan saset, memilah sampah, hingga melakukan kegiatan bersih sungai dan pantai (Greenpeace Indonesia, 2021). Langkah lain yang dilakukan oleh Greenpeace yakni dengan memulai sebuah gerakan atau kampanye. Greenpeace yakin bahwa dukungan masyarakat adalah kunci dari keberhasilan sebuah kampanye. Sehingga Greenpeace mengajak masyarakat untuk memulai gerakan yang berjudul “KATAKAN PADA KORPORASI UNTUK MEMBASMI MONSTER POLUSI PLASTIK!”. Menurutnya korporasi telah menciptakan monster plastik yang menghancurkan bumi karena lebih dari 90% sampah plastik tidak pernah didaur ulang, namun korporasi berencana untuk meningkatkan produksi kemasan plastik secara drastis. Lebih dari 3 juta orang diseluruh dunia telah bergabung dengan gerakan ini dan mendesak perusahaan untuk berhenti mencemari bumi kita dengan sampah plastik. Berkat banyaknya desakan dari masyarakat diseluruh dunia, korporasi akhirnya mulai mengakui bahwa mereka adalah bagian dari masalah sampah plastik ini dan mulai berbicara mengenai solusinya. Kini saatnya untuk para korporasi berinvestasi pada pengiriman

yang alternatif dan ramah lingkungan pada produk-produk mereka dan mulai untuk meninggalkan plastik sekali pakai (Greenpeace Indonesia, 2020).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut “*Bagaimana respon perusahaan Coca-Cola, PepsiCo, dan Nestle dalam menghadapi kritik dari Greenpeace mengenai isu sampah plastik?*”

## **C. Kerangka Pemikiran**

### *Green Theory*

*Green Theory* merupakan salah satu teori yang ada pada Hubungan Internasional. Sejak tahun 1960-an atau sekitar abad ke-20 *Green Theory* muncul dan turut hadir untuk memberikan pandangannya dalam Hubungan Internasional. Pada awalnya teori ini bertujuan untuk mengkritik perspektif liberalisme dan melihat isu-isu nyata ketika perang dingin telah mengakibatkan kerusakan lingkungan secara berlebihan. Namun, sekarang ini *Green Theory* muncul sebagai sebuah teori kritik dalam Hubungan Internasional yang memiliki pandangan yang tegas terhadap tiga perspektif sebelumnya. *Green Theory* mengkritisi kaum realis yang dianggap memiliki asumsi dasar *state-centric*. Menurut teori ini, kaum *Realis* akan menanggapi sebuah permasalahan jika masalah tersebut sudah menyinggung hingga ke tingkat negara. Namun sejatinya permasalahan lingkungan merupakan permasalahan penting yang harus segera ditanggapi meski efeknya belum terasa sampai ke tingkat negara. Selain itu, menurut *Green Theory* kaum *Neo-Liberalis* terlalu memperhatikan perekonomian yang dinilai tidak terlalu baik dalam menanggapi permasalahan lingkungan. *Green Theory* juga mengkritisi kaum *Marxis* yang mengedepankan aspek ekonomi. *Green Theory* menganggap keberadaan kaum-kaum *Marxis* akan berbahaya bagi lingkungan dikarenakan Sumber Daya Alam (SDA) merupakan sumber utama dalam perekonomian. Namun jika SDA terus menerus dieksploitasi untuk meningkatkan perekonomian akan berakibat pada semakin parahnya krisis lingkungan dimasa yang akan datang (Rani, 2013).

Dalam mengatasi permasalahan global mengenai isu lingkungan *Green Theory* hadir sebagai pendukung. *Green Theory* memberikan pemahaman mengenai pentingnya hubungan antara manusia dengan alam agar terciptanya keseimbangan ekologi. *Green Theory* menunjukkan keberpihakan dengan upaya-upaya penanganan krisis ekologi global. Menurut *Green Theory*, *sustainability* yang dimaksud adalah keseimbangan ekologi, manusia dan makhluk hidup lainnya. *Green Theory* meyakini bahwa melindungi makhluk hidup dapat dilakukan dengan menjaga keseimbangan ekologi serta menyelamatkannya dari krisis. Sehingga *sustainability* yang harus diwujudkan adalah bagaimana upaya dalam menjaga keseimbangan lingkungan, bukan pada upaya dalam menjaga kesinambungan mengejar target pembangunan (Asnelly, 2017)

Perspektif ini berfokus pada penanganan atas ketidakadilan, pengembangan masyarakat sebagai landasan untuk mempromosikan gagasan yang keberlanjutan, dan juga untuk mengupayakan hak-hak lingkungan hidup (Yusran, 2018). Perspektif ini juga berfokus pada komitmen terhadap lingkungan atau ekologi yang mana merupakan salah satu cara untuk menjaga sustainabilitas produksi.

Berdasarkan pada kritik yang diberikan oleh Greenpeace, MNC pada akhirnya memberikan respon dan solusi terkait permasalahan sampah plastik. Hal ini didasari oleh *Green Theory* yang mana merupakan sebuah perspektif yang memiliki fokus dan tujuan untuk mewujudkan keseimbangan ekologi dan menyelamatkan makhluk hidup dari krisis yang akan terjadi di masa mendatang. Hal ini dapat diwujudkan dengan beberapa aksi nyata yang dilakukan oleh para pelaku industri atau MNC yang pada akhirnya akan menunjukkan hasil yang signifikan terkait dengan pengurangan penggunaan kemasan plastik sekali pakai yang berdampak pada lingkungan sekitar.

Penulis menggunakan teori ini karena teori ini dinilai dapat membantu penulis untuk dapat mengetahui bagaimana

seharusnya bersikap terhadap lingkungan hidup untuk menjaga keseimbangan dan keberlanjutan ekologi serta menyelamatkan lingkungan dari krisis.

#### **D. Argumen**

Dengan menggunakan *Green Theory* penelitian ini ingin menunjukkan bahwa respon MNC terhadap kritik dari Internasional Non-Governmental Organization atas isu sampah plastik didasarkan pada komitmen terhadap lingkungan atau ekologi yang merupakan salah satu cara untuk menjaga sustainability produksi. Komitmen tersebut berupa program-program yang diinisiasi oleh beberapa MNC yang bertujuan untuk merespons kritik dari Greenpeace. Seperti halnya program *World Without Waste* yang merupakan bagian dari strategi Coca Cola untuk terus berkembang dan membantu menyelesaikan permasalahan sampah plastik. Sebagai perwujudan komitmennya dalam menekan sampah plastik, PepsiCo meluncurkan program *Waste to Wealth* yang mana bertujuan untuk mengurangi material sampah melalui kemasan berkelanjutan. Nestle juga menjalankan beberapa program diseluruh dunia. Program-program tersebut antara lain *Collecting as much as plastic as we used in the Phillipines*, *Promoting recycling in Germany and Mexico*. Sedangkan di Indonesia, Nestle menjalankan komitmennya dengan meluncurkan sedotan kertas yang dapat didaur ulang, dan meresmikan tempat pengolahan sampah.

#### **E. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian berupa deskriptif analitis dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui Library Research yang memanfaatkan data-data sekunder yang mana pengumpulan data bersumber dari buku-buku perpustakaan, jurnal, artikel, media cetak, media elektronik, dan juga dengan menggunakan *website* yang telah diolah menjadi data yang kemudian disusun, dianalisa, serta disimpulkan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Metode ini merupakan salah satu metode yang digunakan dengan pengumpulan informasi yang dibutuhkan

dilakukan dengan mencari referensi-referensi yang berhubungan dengan penelitian.

## **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang di terapkan maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui respon MNC terhadap kritik yang telah disampaikan oleh NGO.

## **G. Jangkauan Penelitian**

Didalam suatu penelitian, batasan digunakan untuk memberikan informasi yang akurat mengenai suatu kejadian berdasarkan waktu yang sesuai. Pembatasan didalam suatu penelitian dilakukan agar objek penelitian dapat menjadi lebih spesifik, selain itu pembatasan dilakukan agar tidak terjadi penyimpangan pada permasalahan dan kajian. Dalam penelitian ini, batasan rentang waktu yang diambil yakni antara tahun 2017 hingga 2019. Hal ini dikarenakan pada tahun tersebut beberapa perusahaan besar seperti Coca-Cola, PepsiCo, dan Nestle dinobatkan menjadi penyumbang sampah plastik terbesar didunia. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan bagi penulis untuk melihat peristiwa-peristiwa sebelum maupun sesudah rentang waktu tersebut agar dapat mendukung penelitian dalam tulisan ini.

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang dipakai oleh penulis pada tulisan yang berjudul *“Respon Coca- Cola, Pepsi.Co, dan Nestlé terhadap Kritik dari Greenpeace atas Isu Sampah Plastik”* yaitu :

BAB I berisi pembahasan teknis dan substansi dari skripsi ini. Untuk bagian substansi terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, landasan teori dan hipotesis. Untuk bagian teknis terdiri dari tujuan penelitian, metode penelitian, jangkauan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II berisi penjelasan lebih lanjut dari bab sebelumnya. Bab ini akan membahas mengenai isu sampah plastik sebagai

permasalahan lingkungan internasional dan kritik-kritik yang dikeluarkan oleh Greenpeace atas isu sampah plastik.

BAB III memaparkan tentang respon yang diberikan oleh MNC terhadap kritik yang dikeluarkan oleh Greenpeace

BAB IV berisi kesimpulan dari penulisan ini. Kesimpulan diambil dengan memperhatikan hipotesis dan kerangka teori yang sudah ada.