

BAB III

FAIR TRADE L'OCCITANE GROUP DALAM PEMBERDAYAAN LINGKUNGAN BERKELANJUTAN

Bab ketiga merupakan inti pembahasan dari penelitian ini, di mana penulis mulai menuangkan hasil temuan terkait dengan aktivitas perdagangan adil yang dilakukan oleh L'Occitane Group dan juga beberapa anak perusahaannya, dalam bidang pemberdayaan lingkungan berkelanjutan. Di sini penulis akan memberikan analisis terkait dengan program-program yang dicanangkan oleh *L'Occitane Group* sebagai perusahaan multinasional yang melakukan aktivitas perdagangan internasional di bidang industri kecantikan, yang mana program-program tersebut, mulai dari proses *supply chain*, produksi, hingga distribusi, mencoba untuk menerapkan prinsip-prinsip perdagangan adil. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwasannya *fair trade* atau perdagangan adil merupakan cara yang diterapkan oleh L'Occitane Group demi merealisasikan komitmennya terhadap alam dan juga masyarakat, sesuai dengan motto perusahaan "*With Empowerment We Positively Impact People and Regenerate Nature*".

Tujuan ditulisnya bab ini adalah untuk memberikan analisis yang terperinci mengenai implementasi *fair trade* dalam rangka mewujudkan pemberdayaan lingkungan yang berkelanjutan, melalui aktivitas bisnis internasional yang dilakukan oleh L'Occitane Group, menggunakan konsep yang telah ditetapkan oleh penulis, yakni konsep *fair trade* dan konsep pemberdayaan untuk pembangunan berkelanjutan. Penulis mengelompokkan program-program tersebut ke dalam empat kategori, guna memudahkan pembaca dalam memahami pemberdayaan

lingkungan di berbagai macam aspek yang berkaitan dengan *environmental sustainability*. Kategori yang pertama adalah Pelestarian dan Regenerasi Keanekaragaman Hayati, Mitigasi Krisis Iklim, Minimalisasi Dampak Lingkungan dari Proses Produksi, serta Inovasi Desain Produk Ramah Lingkungan. Ketiga kategori tersebut sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Singh dan Titi tentang pemberdayaan lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan yang harus memenuhi prinsip pelestarian potensi pembaharuan Sumber Daya Alam, serta pemeliharaan kapasitas lingkungan dalam pengolahan limbah dan emisi.

3.1 Pelestarian dan Regenerasi Keanekaragaman Hayati

Praktik ramah lingkungan dalam hal ini juga bisa diartikan sebagai upaya untuk menjaga kelestarian, atau bahkan melakukan regenerasi terhadap lingkungan, sehingga keberlanjutan lingkungan tetap terjaga. Berbicara tentang keberlanjutan, hal ini sejalan dengan konsep kedua, yakni Pemberdayaan untuk Pembangunan Berkelanjutan yang dikemukakan oleh Singh dan Titi, jika lingkungan merupakan salah satu unit pemberdayaan, di mana pemberdayaann merupakan salah satu upaya untuk mencapai keberlanjutan. Untuk itu, L'Occitane Group telah menerapkan program-program pelestarian dan regenerasi keanekaragaman hayati, dalam rangka merealisasikan komitmen *fair trade*-nya, untuk melakukan pemberdayaan lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan di sektor ekologis.

Upaya-upaya regenerasi keanekaragaman hayati telah dilakukan oleh L'Occitane selama lebih dari 40 tahun. Namun, dalam rangka menindaklanjuti isu degradasi ekosistem dan kepunahan spesies selama beberapa tahun terakhir, L'Occitane Group mengambil tindakan untuk semakin intensif melakukan

pelestarian dan regenerasi keanekaragaman hayati dalam kurun waktu lima tahun, mengingat L'Occitane merupakan perusahaan produk kecantikan yang bergantung sepenuhnya terhadap sumber daya alam hayati. Penulis mengidentifikasi bahwa L'Occitane Group menerapkan dua strategi khusus demi merealisasikan upaya pelestarian dan regenerasi keanekaragaman hayati. Adapun strategi tersebut meliputi penggunaan bahan baku mentah terbaharukan serta mencanangkan kampanye program perlindungan dan pemulihan keanekaragaman hayati. Kedua strategi tersebut akan penulis jabarkan secara rinci dalam dua sub pembahasan di bawah ini.

3.1.1 Penggunaan Bahan Baku Mentah Terbaharukan Secara Berkelanjutan

Penggunaan bahan baku mentah terbaharukan merupakan salah satu strategi penting dalam mencapai pembangunan berkelanjutan bagi lingkungan. Menurut PBB, menggunakan bahan baku mentah terbaharukan dapat membantu mengurangi ketergantungan terhadap sumber daya alam yang tidak terbaharukan sehingga hal tersebut berkontribusi dalam pemulihan sumber daya alam. Selain itu, proses ekstraksi atau pengolahan bahan baku mentah terbaharukan umumnya lebih ramah lingkungan karena menghasilkan limbah organik yang dapat dengan mudah diuraikan oleh mikroorganisme. Adanya dorongan untuk melakukan praktik bertanggung jawab dalam rantai suplainya, membuat penggunaan bahan baku mentah terbaharukan memberikan contoh praktik produksi yang lebih berkelanjutan, seperti pertanian organik, pengelolaan lahan dan hutan secara

berkelanjutan, demi memastikan bahwa bahan baku yang digunakan telah mematuhi etika-etika lingkungan.⁸⁶

Dalam hal penggunaan bahan baku mentah terbaharukan secara berkelanjutan untuk memproduksi produk kecantikan, L'Occitane berupaya untuk mempergunakan bahan baku mentah yang telah mengantongi sertifikasi organik atau sertifikasi yang menjamin praktik-praktik keberlanjutan lingkungan lainnya. Bahan baku yang bersertifikasi organik yang digunakan oleh L'Occitane berarti bahwa bahan-bahan tersebut telah diproduksi sesuai dengan standar organik tertentu yang diakui secara internasional. Sertifikasi organik menjamin bahwa bahan baku tersebut telah dibudidayakan dan diproses tanpa menggunakan pestisida sintesis, pupuk kimia, atau bahan kimia lainnya yang umumnya digunakan dalam pertanian konvensional.⁸⁷

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh IUCN dalam rangka memberi penilaian tentang dampak aktivitas bisnis L'Occitane en Provence terhadap keanekaragaman hayati. Adapun variabel dalam studi ini adalah segala aspek dalam rantai nilai, mulai dari pengadaan hingga manufaktur, pengemasan hingga logistik, serta yang terakhir, distribusi. Studi ini kemudian diikuti dengan peluncuran sejumlah inisiatif internal perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan ketertelusuran bahan baku demi memastikan bahwa sumber bahan baku alami yang digunakan perusahaan tidak mengancam keanekaragaman hayati. Selain itu,

⁸⁶ United Nations, "Towards 100% Sustainable Materials," United Nations Sustainable Development Goals, 2018, <https://sustainabledevelopment.un.org/partnership/?p=873>.

⁸⁷ Janel Louise Ohletz, "Regenerative Agriculture," *Encyclopedia of Digital Agricultural Technologies*, no. July (2023): 1119–31, https://doi.org/10.1007/978-3-031-24861-0_252.

kemitraan ini juga menghasilkan rencana aksi khusus yang kemudian diserahkan ke IUCN Perancis untuk dinilai. Kemitraan ini kemudian membuahkan hasil berupa temuan bahwasannya sebesar 77% volume bahan baku mentah telah tersertifikasi organik pada akhir Maret 2018.⁸⁸

Dalam hal inisiatif internal perusahaan yang difokuskan untuk keanekaragaman hayati, L'Occitane memusatkannya pada dua hal utama, yakni penggunaan bahan-bahan yang telah mengantongi sertifikasi organik dan RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*), untuk bahan mentah yang mengandung minyak kelapa sawit. Hal ini mengindikasikan bahwa bahan baku minyak kelapa sawit yang digunakan oleh perusahaan telah ditelusuri secara E2ET, sesuai dengan tingkat ketertelusuran tertinggi yang ditetapkan RSPO, sehingga bahan baku kelapa sawit yang digunakan dapat dinyatakan berkelanjutan.⁸⁹ Berdasarkan hasil temuan, dari 66 rantai pasokan utama L'Occitane Group, terdapat sebanyak 35 pemasok yang tersertifikasi organik. Merk Melvita merupakan anak perusahaan yang bahan nabatinya paling banyak mengantongi sertifikasi organik, dengan prosentase mencapai 95%. Selain itu, ada juga upaya peningkatan pelacakan melalui *Action for Sustainable Derivatives (ASD)*, guna memastikan transparansi pada rantai pasok kelapa sawit. Hasil pertama pada Tahun 2022, L'Occitane berhasil melacak asal

⁸⁸ IUCN, "L'Occitane En Provence," IUCN, 2019, <https://www.iucncongress2020.org/event/exhibition/exhibitors/124>.

⁸⁹ Cosmeticobs, "Palm Oil: An Answer from L'Occitane En Provence," *COSMETIC OBS*, November 23, 2019, <https://cosmeticobs.com/en/articles/news-59/palm-oil-an-answer-from-occitane-en-provence-928>.

usul 70% ekstrak kelapa yang digunakan sebagai bahan baku dari negara-negara produsen.⁹⁰

Selanjutnya ada L'Occitane en Provence dengan bahan baku nabati bersertifikasi organik dengan prosentase sebanyak 71%. Data ini menunjukkan bahwa sekitar 5000 Hektar lahan yang digarap telah mengantongi sertifikasi organik. Selain itu, L'Occitane en Provence mendorong budidaya berkelanjutan tanaman immortelle di Korsika, sebuah pulau di wilayah lautan Mediterania Perancis. Immortelle merupakan tumbuhan liar sebelumnya, dikarenakan adanya kebutuhan yang tinggi akan minyak atsiri yang berasal dari tanaman ini, L'Occitane melakukan budidaya dengan para petani lokal Korsika demi menghindari ekstraksi tanaman dari habitat alami, sehingga pasokan immortelle dapat lebih berkelanjutan. Tidak hanya itu, budidaya immortelle yang didukung oleh L'Occitane Group telah mengantongi sertifikasi 100% organik. Pada tahun 2018, L'Occitane telah berhasil menjalin kerjasama dengan produsen immortelle, dengan total luas budidaya sebesar 50 hektar lahan.⁹¹

Pada tahun 2019, dari 66 rantai pasokan utama L'Occitane Group, terdapat 42 pasokan yang telah tersertifikasi organik. Jumlah ini meningkat dibandingkan Tahun sebelumnya yang berjumlah 35 pasokan. Hampir keseluruhan anak perusahaan L'Occitane telah memiliki 95% suplai bahan nabati tersertifikasi

⁹⁰ Lim (Regional Sustainability Director), "Wawancara Daring Bersama L'Occitane En Provence Malaysia," (n.d.).

⁹¹ L'Occitane Group, "Social and Governance Report" (Provence, 2020).

organik pada akhir Maret 2019. Dua anak perusahaan yang belum mencapai tingkatan tersebut pada tahun ini adalah Erborian dan Melvita.⁹²



Gambar 3. 1 Rantai Pasokan Shea
Sumber: <https://group.loccitane.com/group/>



Gambar 3. 2 Kebun Lavender Provence
Sumber: <https://group.loccitane.com/our-culture>

3.1.2 Kampanye Program Perlindungan dan Pemulihan Keanekaragaman Hayati

Program ini merupakan salah satu strategi proaktif dalam upaya pembedaan berkelanjutan dalam industri kecantikan. Pada Tahun 2016, L'Occitane Group melakukan mengadakan kemitraan selama tiga tahun dengan IUCN (*International Union for Conservation of Nature*) Perancis, yang merupakan organisasi internasional dengan fokus utama pada konservasi alam dan pengelolaan sumber daya alam berkelanjutan. Organisasi ini terdiri dari pemerintah negara, organisasi non pemerintahan, hingga ahli lingkungan.

⁹² L'Occitane Group, "Group Mission" (Provence, 2019).

IUCN memainkan peranan penting dalam mengkoordinasikan upaya global untuk melindungi keanekaragaman hayati.⁹³ Adapun proyek IUCN yang paling terkenal adalah IUCN Red List of Threatened Species, yang berperan untuk menilai status konservasi berbagai spesies hewan, tumbuhan, dan fungi di seluruh dunia. L'Occitane bekerja sama dengan IUCN Perancis untuk mendukung Program Daftar Merah dalam kaitannya dengan keberlangsungan ekosistem Mediterania Perancis. Tujuan utama dari kemitraan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan tentang keanekaragaman hayati serta kesadaran di kalangan para pemangku kepentingan terkait kelestarian di kawasan Mediterania Perancis.

Kelestarian keanekaragaman hayati tentu memiliki keterkaitan erat dengan krisis iklim. Lavender merupakan salah satu contoh spesies yang terkena dampak dari kekeringan. Oleh karenanya, L'Occitane berupaya untuk memastikan ketahanan dari setiap rantai suplai dengan memberikan perhatian khusus di wilayah-wilayah penghasil bahan baku mentah, dengan fokus utama untuk menjaga keanekaragaman tanaman. L'Occitane Group melakukan kerja sama dengan PUR Project International, demi mendukung proyek reboisasi di setiap negara tempat L'Occitane Group beroperasi. Dukungan tersebut diwujudkan dengan beberapa proyek dan kemitraan yang dilakukan oleh L'Occitane.⁹⁴

⁹³ IUCN, "L'OCCITANE to Take Centre Stage at the IUCN Congress to Contribute to a 'nature-Positive' World."

⁹⁴ PUR Project, "One Planet Business for Biodiversity," OP2B, 2020, <https://op2b.org/pur-project-tree-planting-program/>. Foundation L'Occitane, "Reforestation to Fight Climate Change," L'Occitane Group, 2023, <https://fondation.loccitane.com/actions/respecting-biodiversity/reforestation-to-fight-climate-change>.

Proyek pertama adalah Conservatoire Méditerranéen Partagé (Kerja Sama *Mediterranean Conservatory*), di mana perusahaan melakukan kerja sama dengan sebuah komunitas, organisasi, serta produsen yang bergerak dalam bidang pelestarian dan promosi tanaman di kawasan budidaya sekitar Mediterania. Yang kedua adalah kerja sama dengan France Amande, yakni federasi petani almond professional utama yang ada di Perancis, dalam rangka menanam kembali 2000 Hektar pohon Almond di Perancis, demi menghidupkan kembali produksi berkelanjutan. Tidak hanya itu, dalam mendukung keberhasilan kedua proyek di atas, L'Occitane juga meluncurkan program Les Verges de L'Occitane untuk meningkatkan kesadaran serta keterlibatan karyawannya dalam pelestarian keanekaragaman hayati untuk rantai pasok utama perusahaan.⁹⁵ Dalam proyek ini, setiap karyawan dengan masa kerja tiga tahun dapat memiliki pohon almond Provence yang ditanam atas nama mereka, berdampingan dengan pohon almond yang ditanam oleh produsen lokal. Melalui kemitraan ini, dalam kurun waktu satu tahun, lebih dari 30.000 pohon berhasil ditanam.

Pada awal Tahun 2020, L'Occitane Group menggalang dana untuk memulihkan ekosistem yang mengalami kerusakan parah akibat kebakaran, seperti yang terjadi di kawasan Amazon dan Australia. Dana Restorasi Ekosistem yang dicanangkan oleh L'Occitane bertujuan untuk merespon keadaan darurat iklim secara ad hoc. Mekanisme tersebut dijalankan dengan penggalangan dana dari

⁹⁵ L'Occitane Group, "Sustainable Sourcing and Human Rights," L', 2022, <https://group.loccitane.com/commitments/commitments-publications>.

donatur internal di antara pemegang saham L'Occitane. Penggalangan dana ini menargetkan perolehan sebesar 400.000 Euro.⁹⁶

3.2 Mitigasi Krisis Iklim

Mitigasi krisis iklim menjadi bagian dari prinsip fair trade dan pemberdayaan berkelanjutan karena dengan melakukan mitigasi perubahan iklim, sebuah perusahaan berupaya untuk mengatasi atau meminimalisir praktik-praktik yang dapat memperburuk dampak dari perubahan iklim melalui aktivitas bisnisnya. Dampak dari perubahan iklim itu sendiri meliputi kenaikan suhu rata-rata bumi, serta cuaca ekstrem yang dapat menimbulkan kerusakan dan degradasi fungsi lingkungan. Aktivitas industri menjadi penyumbang terbesar dari terjadinya krisis iklim. Sebagai perusahaan yang mendukung pemberdayaan lingkungan secara berkelanjutan, L'Occitane Group tentu memiliki strategi tersendiri dalam hal mitigasi kerusakan iklim, demi menjaga keberlangsungan lingkungan.

Pada sub bab ini penulis mengidentifikasi bahwasannya L'Occitane secara konsisten melakukan peralihan ke sumber energi yang lebih bersih dan teerbaharukan untuk operasional perusahaan dari tahun ke tahun. Transisi energi merupakan langkah krusial, mengingat aktivitas industri merupakan kontributor utama gas rumah kaca. Penggunaan bahan bakar fosil dalam aktivitas produksi menghasilkan karbon dalam jumlah besar, yang mana fenomena ini menjadi salah satu penyebab terjadinya krisis iklim. Untuk mengurangi dampak buruk dari aktivitas produksinya di sektor industri kecantikan, L'Occitane berkomitmen secara

⁹⁶ *Ibid.* hal. 82.

bertahap beralih ke energi yang lebih bersih dan berkelanjutan. Pembahasan mengenai transisi energy dari tahun ke tahun akan penulis jabarkan secara rinci melalui sub pembahasan tentang Pemberlakuan Transisi Energi.

3.2.1 Pemberlakuan Transisi Energi

Merujuk pada penyebab utama perubahan iklim yang berasal dari emisi karbon, pemberlakuan transisi energi merupakan langkah penting dalam mencapai perdagangan adil dan pemberdayaan untuk pembangunan berkelanjutan dalam industri kecantikan. Transisi energi dari sumber daya fosil menuju energi terbarukan membantu mengurangi emisi gas rumah kaca yang menyebabkan perubahan iklim. Industri kecantikan sering menggunakan energi dalam berbagai proses produksi, dan beralih ke sumber energi yang lebih bersih dan terbarukan membantu mengurangi jejak karbon keseluruhan industri tersebut. Pemberlakuan transisi energi mendorong investasi dalam penelitian dan pengembangan teknologi energi terbarukan, menciptakan peluang untuk inovasi dalam industri kecantikan.⁹⁷ Misalnya, penggunaan energi matahari untuk menghasilkan panas atau listrik dalam proses produksi, atau penggunaan bahan bakar alternatif dalam transportasi dan distribusi produk kecantikan. Kedua hal tersebut secara bersamaan membuka peluang terhadap penciptaan inovasi teknologi di sektor lingkungan, yang sejalan dengan prinsip fair trade mengenai praktik ramah lingkungan, serta konsep pemberdayaan untuk pembangunan berkelanjutan yang menjadikan lingkungan sebagai unit pemberdayaannya.

⁹⁷ International Trade Center, "Trade for Sustainable Development," ITC, accessed January 16, 2024, <https://www.intracen.org/trade-topics/sustainable-development/fair-trade/>.

Pada Bulan Mei, Tahun 2017, L'Occitane Group menjadi salah satu perusahaan kecantikan pertama yang bergabung dalam RE100.⁹⁸ RE100 merupakan inisiasi global yang menyatukan perusahaan dalam komitmen penggunaan *100% sustainable electricity*. Dalam menindaklanjuti hal ini, L'Occitane Group telah menentukan sejumlah langkah demi mencapai target 100% energy terbarukan pada 2030 secara bertahap. Langkah pertama, melibatkan peralihan ke sumber energi listrik terbarukan di seluruh toko yang berlokasi di Perancis, serta seluruh lokasi industri (Manosque dan Lagorce), telah dicapai pada tahun 2018. Pada tahun 2019, panel fotovoltaik surya juga akan dipasang di tempat parkir mobil di pabrik Manosque. Langkah kedua akan melibatkan penggunaan energi terbarukan untuk keperluan logistik, beserta di berbagai lokasi anak perusahaan distribusi utama, yang mana mereka mewakili 80% dari total konsumsi listrik L'Occitane Group. Langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan kedua strategi tersebut di seluruh cabang dan anak perusahaan yang tersisa.⁹⁹

Pada Bulan April 2018, Laboratoires M&L, yakni divisi manufaktur milik L'Occitane Group, telah menandatangani kontrak dengan pemasok biogas untuk mengurangi emisi karbon dari konsumsi energi fosil di pabrik yang terletak di Manosque. Pada Tahun 2019, sebanyak 1,4% dari keseluruhan tonase produk yang dikirim oleh Laboratoires M&L ke anak perusahaan yang tersebar di seluruh penjuru dunia, diangkut melalui udara. Selain itu, di tahun yang sama, listrik yang

⁹⁸ L'Occitane Group, "Social and Governance Report."

⁹⁹ *Ibid.*

digunakan oleh divisi manufaktur L'Occitane tersebut, berasal dari sumber terbarukan. Diperkirakan konsumsinya lebih dari 11.459 MWh.¹⁰⁰

Pada Tahun 2020, L'occitane menargetkan untuk mengurangi konsumsi energy pada jaringan ritel perusahaan dengan cara mempergunakan lampu LED untuk seluruh toko. Namun, akibat terjadinya Pandemi Covid-19, target tersebut belum tercapai di tahun tersebut. Di sisi lain, demi merealisasikan target transisi energi ke sumber energi terbarukan secara 100%, L'Occitane Group menetapkan beberapa target capaian terkait penggunaan energi listrik pada Tahun 2020. Yang pertama adalah target untuk menjalin kontrak listrik hijau dengan penyedia listrik di pabrik yang ada di Perancis, serta beberapa negara afiliasi seperti Inggris, Irlandia, Jerman, dan Italia. Dengan begitu, penggunaan listrik 40% dari sumber terbarukan akan dapat tercapai pada Tahun 2020. Yang kedua adalah target instalasi *self-generation solar panel* di pabrik yang terletak di Lagorce pada Tahun 2025.¹⁰¹

L'Occitane Group telah mengupayakan pengurangan konsumsi energi selama lebih dari sepuluh tahun, dengan cara meningkatkan desain insulasi bangunan, mengoptimalkan proses industry, dan menggunakan teknologi hemat energi. Hingga pada Tahun 2021, intensitasnya mengalami penurunan sebesar 9% (dalam KWh per unit yang diproduksi).¹⁰² Lalu, di tahun Tahun 2022, konsumsi energi perusahaan mengalami penurunan yang jumlahnya dua kali lipat lebih besar

¹⁰⁰ *Ibid* hal. 77.

¹⁰¹ L'Occitane Group, "Social and Governance Report."

¹⁰² *Ibid*.

dari tahun sebelumnya, yakni sebesar 18%. Per tahun 2022, pabrik L'Occitane Group yang terletak di Perancis telah mengantongi sertifikasi ISO 14001 yang mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut telah menerapkan sistem pengelolaan lingkungan yang ketat.¹⁰³ Oleh karenanya, tim operasional perusahaan telah memutuskan untuk melangkah lebih jauh dalam hal manajemen energi, yakni dengan berupaya mendapatkan sertifikasi ISO 50001 pada tahun selanjutnya.



Gambar 3. 4 Pabrik Lagorce
Sumber: <https://group.loccitane.com/our-culture>



Gambar 3. 3: Pabrik Manosque
Sumber: <https://group.loccitane.com/our-culture>

3.3 Minimalisasi Dampak Lingkungan dari Proses Produksi dan Distribusi

Dalam menanggulangi dampak desruktif yang ditimbulkan oleh aktivitas industri, sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab yang besar untuk menitih

¹⁰³ L'Occitane Group, "GROUP ENVIRONMENTAL POLICY" (Provence, 2022).

jalan untuk mewujudkan lingkungan yang berkelanjutan. Terlebih bagi L'Occitane Group yang notabene-nya merupakan sebuah perusahaan multinasional yang bergeark di sektor kecantikan, dengan mengusung branding perusahaan yang mengutamakan pemberdayaan bagi lingkungan dan masyarakat secara berkelanjutan melalui *fair trade*. Proses produksi dan distribusi dalam industri kecantikan tentu menjadi poin fokus yang krusial terkait dengan dampak negatif yang ditimbulkannya dari aktivitas tersebut. Dalam konteks ini, perusahaan kecantikan harus menunjukkan praktik-praktik berkelanjutan seperti mengurangi jejak karbon dan juga mengurangi limbah. Dalam sub pembahasan ini, penulis mendapat temuan bahwa L'Occitane Group berupaya untuk mengintegrasikan inovasi untuk mengimplementasikan teknologi hijau, dalam rangka menunaikan komitmennya untuk mewujudkan pemberdayaan lingkungan secara berkelanjutan. Penulis mengelompokkan upaya-upaya L'Occitane dalam konteks minimalisasi dampak lingkungan dari proses produksi ke dalam dua strategi, yakni identifikasi jejak dan peta karbon perusahaan, serta pengurangan polusi dan juga limbah.

3.3.2 Identifikasi Jejak dan Peta Karbon Perusahaan

Identifikasi jejak dan peta karbon perusahaan merujuk pada proses pengakuan, pemahaman, serta perhitungan jumlah emisi gas rumah kaca (GHG) yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Proses ini melibatkan analisis mendalam terhadap sumber-sumber emisi, baik emisi langsung maupun tidak langsung yang berasal dari pengoperasian perusahaan.¹⁰⁴ Dengan melakukan langkah ini, sebuah

¹⁰⁴ Global Busniess Consulting, "End-to-End Traceability Industry 4.0," We Are Drew, 2020, <https://www.wearedrew.co/en/ss4i/end-to-end-traceability>.

berusaha dapat menentukan strategi untuk mengurangi emisi, meningkatkan keberlanjutan, namun tetap tidak mengabaikan strategi untuk keberlangsungan bisnis jangka panjang di tengah tuntutan pasar. Hal ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mencapai perdagangan adil dan pemberdayaan untuk pembangunan berkelanjutan dalam industri kecantikan karena memberikan transparansi atas jejak karbon dari produksi hingga distribusi produk kecantikan. Selain itu, identifikasi jejak dan pemetaan karbon juga memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan yang lebih bijaksana berdasarkan informasi tentang dampak lingkungan dari produk yang mereka beli. Ini mendorong akuntabilitas perusahaan dan dapat mendorong praktik-produksi yang lebih berkelanjutan.

Dalam hal ini, L'Occitane Group tentu saja menerapkan analisis jejak dan peta karbon untuk mendukung misinya sebagai perusahaan kecantikan yang peduli terhadap keberlanjutan lingkungan. Mekanisme identifikasi dan analisis jejak karbon telah diterapkan oleh perusahaan ini sejak Tahun 2016. Sementara ruang lingkup analisisnya dimulai dari aktivitas industri, logistik, administrasi, hingga distribusi yang dilakukan oleh anak perusahaan L'Occitane Group.¹⁰⁵ Pada Tahun 2016, L'Occitane melakukan analisis jejak dan peta karbon mulai dari proses ekstraksi bahan mentah hingga pengiriman ke pelanggan. Dari hasil analisis tersebut, L'Occitane Group menghasilkan sebesar 113.000 Ton ekuivalen CO₂. Di mana angka ini mencakup keseluruhan jumlah gas rumah kaca yang dihasilkan oleh

¹⁰⁵ L'Occitane Group, "CSR REPORT," 2018.

seluruh kegiatan operasional dan rantai suplai perusahaan selama tahun anggaran 2016.¹⁰⁶

Namun, perlu diingat bahwa jumlah keseluruhan emisi tersebut tidak hanya terdiri dari unsur karbon. Oleh karenanya, dalam menentukan jejak karbon, maka perlu dilakukan perhitungan untuk mengetahui intensitas karbon yang terkandung. 113.000 Ton ekuivalen karbon setara dengan intensitas karbon sebesar 10,4 Ton per produksi CO₂. Artinya, jika dihitung jumlah karbonnya saja, maka jumlah karbon mencapai 1.175.200 Ton. Intensitas karbon tersebut menunjukkan angka efisiensi grup dalam pengelolaan emisi karbon mereka. Semakin tinggi intensitas karbon, maka perbaikan dalam efisiensi energi dan pengurangan emisi harus ditingkatkan.

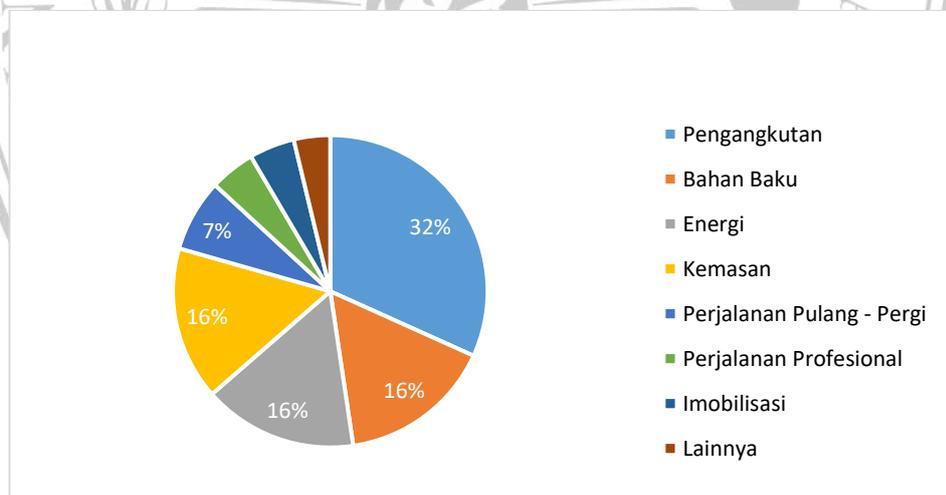


Diagram 3. 1: Breakdown Sumber Emisi L'Occitane. Sumber: L'Occitane Group, "CSR REPORT," 2018

¹⁰⁶ *Ibid.* hal. 89.

Dari hasil analisa tersebut, diketahui, proses input bahan mentah dan kemasan, angkutan barang, serta penggunaan energi merupakan sumber emisi utama dalam aktivitas bisnis L'Occitane Group. Menindaklanjuti temuan tiga sumber emisi utama dalam jejak dan peta karbon, yakni proses input bahan mentah dan kemasan, angkutan barang, serta penggunaan energi fosil, pada Tahun 2019, L'Occitane Group berencana untuk melakukan analisis jejak karbon berikutnya dalam skala global di Tahun 2021.¹⁰⁷ Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk dapat melakukan evaluasi lebih lanjut terkait dengan kemajuan dan hasil dari tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam pengurangan emisi gas rumah kaca. Kajian terhadap jejak dan peta karbon tidak hanya akan mencakup Laboratores M&L, pengangkutan hilir, dan subkontrak pada Tahun 2019, tetapi juga merek-merek baru perusahaan dan seluruh aktivitasnya, mulai dari pengadaan bahan baku hingga masa pakai produk.¹⁰⁸

Di tahun 2020, L'Occitane menetapkan tiga tujuan khusus terkait dengan analisis jejak dan peta karbon perusahaan yang ditargetkan akan dicapai pada Tahun 2030 secara keseluruhan. Ketiga target tersebut meliputi pengurangan sebanyak 30% intensitas karbon dari Tahun 2010 hingga 2020; capaian netralitas karbon (*Net Zero Emissions*) untuk pabrik yang terletak di Perancis; serta capaian netralitas karbon bagi L'Occitane Group secara keseluruhan.¹⁰⁹ Netralitas Karbon atau *Net Zero emission* secara spesifik merupakan pencapaian keseimbangan antara jumlah emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dengan jumlah yang dihilangkan dari

¹⁰⁷ L'Occitane Group, "FY 2021 Environmental, Social and Governance Report" (Provence, 2021).

¹⁰⁸ L'Occitane Group, "Impact Measurement Case Study About the L'OCCITANE Group," 2019.

¹⁰⁹ L'Occitane Group, "Group Mission."

atmosfer.¹¹⁰ Dengan kata lain, hingga Tahun 2030, L'Occitane Group harus mengurangi emisi karbonnya sebesar emisi yang ia keluarkan semenjak Tahun 2010.

Target jangka pendek L'Occitane adalah untuk mengurangi 30% intensitas karbon di Tahun 2020, di mana tujuan tersebut cukup realistis, mengingat pada Tahun 2019 L'Occitane berhasil mengurangi intensitas karbon sebesar 27%. Hal tersebut didasarkan pada perhitungan dari penilaian karbon komprehensif tahun 2016. Diketahui bahwa intensitas karbon per penjualan bersih ($tCO_2eq/M€$) di Tahun 2010 mencapai angka 101, berhasil turun ke angka 87 dalam enam tahun, lalu turun lagi ke angka 74 dalam tiga tahun. Oleh karenanya, bukan tidak mungkin bila matriks tersebut turun tiga angka di Tahun 2020.¹¹¹

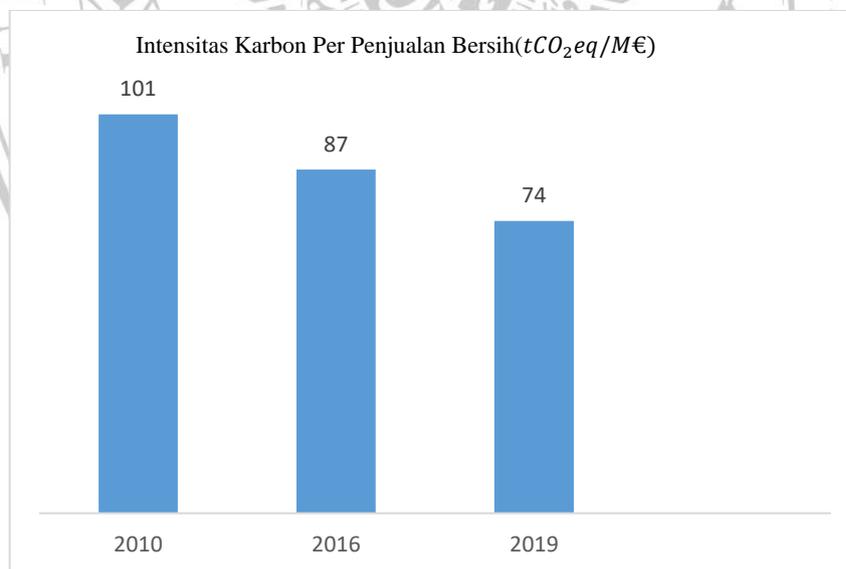


Diagram 3. 2: Penurunan intensitas karbon. Sumber: ¹¹²

¹¹⁰ Weatherford, "Code of Business Conduct," *Weatherford New Code of Business Conduct*, 2020, 36, <http://www.weatherford.com/dn/WWW018772>.

¹¹¹ L'Occitane Group, "Group Mission."

¹¹² L'Occitane Group.

Lebih lanjut tentang target perusahaan dalam mencapai netralitas karbon, di Tahun 2020 L'Occitane Group menetapkan tujuan untuk mencapai *Net Zero Emissions by 2030*, dengan mulai mengimplementasikan *Net Zero Initiative*. Inisiasi *Net Zero* merupakan strategi-strategi yang digunakan oleh L'Occitane Group untuk mencapai target netralitas karbon di tahun 2025 untuk dua lokasi produksi yang ada di Perancis, serta target netralitas untuk perusahaan secara keseluruhan di Tahun 2030. Adapun strategi tersebut pada Tahun 2020 meliputi pengadaan pengukuran beserta ekosistem dan infrastruktur yang diperlukan untuk transisi; pengurangan emisi yang dihasilkan perusahaan; pengurangan emisi di seluruh rantai nilai; serta peningkatan penyerapan karbon.¹¹³ Strategi ini juga akan terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan di tahun-tahun mendatang.

Di Tahun 2020, L'Occitane Group mulai melakukan analisis peta dan jejak karbon secara menyeluruh, dengan mengikuti metodologi Protokol Gas Rumah Kaca. Perusahaan tidak hanya mengukur jejak dan peta karbon yang dihasilkan dari aktivitas produksi dan logistik saja, tetapi juga mencakup fase penggunaan produk oleh konsumen. Walaupun emisi pada fase penggunaan tidak langsung bisa saja tidak dimasukkan ke dalam rantai jejak karbon, L'Occitane memilih untuk mengikutsertakannya lantaran fase tersebut merupakan penyumbang terbesar dari keseluruhan jejak dan peta karbon. Dalam hal ini, pada Tahun 2020, L'Occitane diperkirakan menghasilkan emisi sebesar 470.000 Ton CO₂e. Di Tahun 2021, L'Occitane Group telah mengelompokkan emisi gas rumah kacanya ke dalam tiga

¹¹³ L'Occitane Group, "Social and Governance Report."

cakupan, yang mana dapat diidentifikasi bahwa emisi terbesar perusahaan berasal dari aktivitas rantai suplai, yakni di cakupan ketiga, sebesar 95%.¹¹⁴

Cakupan ketiga berasal dari emisi tidak langsung, yakni pembelian barang dan jasa, barang modal, kegiatan hulu yang mempergunakan energi tak terbarukan, hulu transportasi dan distribusi, limbah dari produksi, perjalanan bisnis, perjalanan karyawan, transportasi dan distribusi hilir, pemrosesan produk yang dijual, akhir masa pakai produk yang dijual, serta aktivitas waralaba. Cakupan pertama, berasal dari pembakaran stasioner, emisi bergerak, serta emisi fugitif yang dihasilkan dari pabrik, toko, kantor, dan gudang, berjumlah 1% dari keseluruhan.¹¹⁵ Sisanya, sebanyak 4% merupakan cakupan kedua yang berasal dari emisi tidak langsung hasil pembangkitan energi listrik di pabrik, toko, kantor, dan gudang.

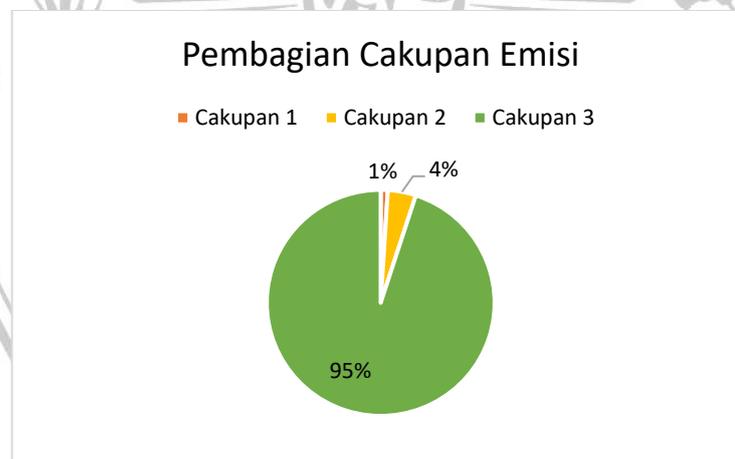


Diagram 3. 3: Breakdown Cakupan Emisi. Sumber: L'Occitane Group

Diketahui, titik panas gas rumah kaca pada Tahun 2021 milik L'Occitane Group terletak pada penggunaan produk yang dijual, sebesar 48%, yang berasal dari

¹¹⁴ *Ibid.* Hal. 93.

¹¹⁵ L'Occitane Group, "Social and Governance Report."

konsumsi energi untuk memanaskan air dalam produk yang butuh dibilas; yang kedua adalah dari bahan mentah, sebesar 9%; yang ketiga dari kemasan, sebesar 7%; yang keempat tentunya dari transportasi dan distribusi hulu dan hilir, termasuk transportasi konsumen akhir ke toko L'Occitane, sebesar 9%; yang kelima adalah dari *merchandising*, sebesar 6%; serta yang terakhir dari pembelian listrik, sebesar 4%.¹¹⁶ Perlu diketahui, bahwasannya titik panas gas rumah kaca dalam konteks ini mengacu pada daerah atau sektor yang secara signifikan berkontribusi terhadap emisi gas rumah kaca.¹¹⁷ Untuk titik panas gas rumah kaca di Tahun 2022, sebesar 42 % berasal dari produk yang dijual; pembelian barang dan jasa sebesar 27%; bahan baku sebesar 7%; serta kemasan sebesar 6%; serta transportasi dan distribusi hulu dan hilir pada sektor logistik, juga transportasi konsumen akhir ke toko, sebesar 22%.

Pada Tahun 2022, cakupan pertama dan kedua pada akhirnya dilebur menjadi satu karena keduanya menyumbang prosentase sebesar 1%. Dibandingkan tahun 2021, jumlah tersebut mengalami penyusutan dikarenakan transisi energi ke sumber energi terbarukan. 99% sisanya merupakan cakupan ketiga berasal dari emisi tidak langsung, yakni pembelian barang dan jasa, barang modal, kegiatan hulu yang mempergunakan energi tak terbarukan, hulu transportasi dan distribusi, limbah dari produksi, perjalanan bisnis, perjalanan karyawan,

¹¹⁶ *Ibid.*

¹¹⁷ L'Occitane Group, "GROUP ENVIRONMENTAL POLICY."

transportasi dan distribusi hilir, pemrosesan produk yang dijual, akhir masa pakai produk yang dijual, serta aktivitas waralaba.¹¹⁸

Dalam hal ini, didapati bahwa sangat sulit bagi perusahaan untuk memegang kendali terhadap emisi karbon di dalam cakupan ketiga, mengingat sebagian besar aktivitas di dalamnya bergantung pada perilaku konsumen dan pilihan energi nasional.¹¹⁹ Benar saja, di Tahun 2023, emisi karbon L'Occitane Group naik menjadi 485.000 Ton CO₂e. Untuk emisi di cakupan pertama dan kedua tidak mengalami perubahan, yakni sama-sama menyumbang sebesar 0,5%. Hal tersebut berarti bahwa pada cakupan ketiga memiliki prosentase sebesar 99%. Namun di tahun 2023, terjadi penurunan emisi di fase penggunaan sebesar 3%, dibandingkan tahun 2020 yang mulanya 48%, menjadi 45%.¹²⁰ Peningkatan emisi terletak pada sektor bahan mentah dan transportasi barang.

3.3.3 Pengurangan Polusi dan Limbah

Pengurangan polusi dan limbah dapat secara luas dianggap sebagai bagian dari perdagangan adil dan pemberdayaan lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan dalam industri kecantikan. Membangun sistem perdagangan yang adil dan berkelanjutan dalam industri kecantikan mencakup memperhatikan dampak ekstraksi sumber daya bumi dan pengurangan limbah yang dihasilkan dalam proses tersebut. Praktik perdagangan adil sering kali menekankan

¹¹⁸ *Ibid.*

¹¹⁹ Ernest Villas, "ESG Report 2023," *L'Occitane Group*, vol. 20 (Provence, 2023), <https://doi.org/10.1111/j.1755-6988.1969.tb00428.x>.

¹²⁰ L'OCCITANE Group, "Climate Strategy Contributing To a Net-Zero World," no. April (2023), chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://group.loccitane.com/sites/default/files/2023-04/CLIMATESTRATEGYV5.pdf>.

transparansi dan tanggung jawab dalam proses produksi dan rantai pasokan. Mengurangi polusi dan limbah adalah langkah penting dalam menjaga transparansi tentang dampak lingkungan dari produk-produk kecantikan dan memastikan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas dampaknya terhadap lingkungan. Dengan demikian, pengurangan polusi dan limbah dapat secara jelas diintegrasikan ke dalam kerangka perdagangan adil dan pemberdayaan lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan dalam industri kecantikan, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan manusia, menjaga lingkungan alam, dan memastikan keberlanjutan rantai pasokan produk.

Demi meminimalisir dampak lingkungan dari aktivitas bisnis mereka, L'Occitane Group menetapkan tujuan untuk mengurangi emisi sebesar 30% di Tahun 2020. Oleh karenanya, L'Occitane Group menerapkan strategi yang dikhususkan untuk mengurangi emisi CO₂ dari tahun ke tahun, mulai dari kebijakan transportasi karyawan, inovasi logistik, mekanisme distribusi, inovasi dalam teknik pertanian untuk rantai suplainya, hingga keikutsertaan dalam komitmen internasional terkait dengan pengurangan emisi karbon dan limbah.

Pada Tahun 2017, L'Occitane mengeluarkan rencana transportasi untuk karyawan di lokasi industri Manosque dan Lagorce, serta pabrik yang ada di Janewa. Para karyawan dikerahkan untuk menerapkan *car sharing* yang didukung dengan adanya penyediaan lahan parkir serta insentif bagi mereka yang berpartisipasi dalam skema tersebut. Selain itu, perusahaan juga menyediakan bus

dan angkutan umum khusus untuk karyawan yang pergi bekerja.¹²¹ Dalam hal logistik, L'Occitane Group memutuskan untuk menambah pusat logistik baru seluas 10.000 m² di Singapura dengan desain ramah lingkungan. Desain logistik tersebut dipiranti dengan teknologi khusus, sehingga dapat memenuhi kriteria efisiensi yang disyaratkan dalam hal konsumsi energi, air, dan pemanas.¹²² Oleh karena itu, pusat logistik yang terletak di Singapura telah mendapat sertifikat LEED Platinum, yakni sertifikasi tertinggi desain bangunan hijau yang diberikan oleh *U.S. Green Building Council* (USGBC), melalui sistem penilaian *Leadership in Energy and Environmental Design* (LEED).

Untuk dapat mencapai LEED Platinum, sebuah proyek bangunan harus memenuhi kriteria poin tertentu dalam berbagai aspek keberlanjutan, seperti lokasi bangunan dan transportasi menuju lokasi, efisiensi air, mempergunakan sumber energi terbarukan dan efisiensi optimal, penggunaan bahan yang berkelanjutan, kualitas dalam ruangan yang kondusif secara termal dan pencahayaan, serta masih banyak lagi.¹²³ Selain di Singapura, pusat logistik L'Occitane yang terletak di Lagorce dan Manosque telah mengantongi sertifikat HQE, yakni sertifikasi proyek bangunan yang berasal dari Perancis, yang diterapkan untuk meningkatkan kualitas lingkungan, hampir mirip dengan LEED.¹²⁴

¹²¹ L'Occitane Group, "CSR REPORT."

¹²² *Ibid.*

¹²³ US Green Building Council, "LEED Rating System The Most Widely Used Green Building Rating System."

¹²⁴ HQE GBC France, "La Certification HQE," HQE, 2020, <https://www.hqegbc.org/en/qui-sommes-nous-alliance-hqe-gbc/la-certification-hqe/>.

Di tahap distribusi, L'Occitane menerapkan mekanisme penumpukan ganda atau *double stacking*, demi mengoptimalkan pengemasan dalam kontainer yang akan dikirim ke Singapura dan Amerika Serikat. Melalui cara ini, L'Occitane berhasil meningkatkan kapasitas muatan kontainer yang mulanya 44% menjadi 66% dalam hal volume barang, untuk pengiriman ke Amerika Serikat pada Tahun 2018.¹²⁵ Selain itu, perusahaan juga mulai melakukan transformasi dengan menggunakan moda pengangkutan yang memiliki dampak lingkungan yang lebih rendah seperti kereta api dan jalan raya. Setiap tahun, 99% produk jadi di Manosque diangkut ke gudang logistik di Aisne (Perancis), melalui kereta api dan jalan raya. Mulai tahun 2018, L'Occitane Group juga menggunakan koridor kereta/jalan antarmoda yang menghubungkan Tiongkok ke Eropa. Tujuannya adalah untuk menghindari kebutuhan transportasi udara semaksimal mungkin. Hasilnya, hanya 1,6% produk yang dikirim dari gudang M&L Laboratoires ke anak perusahaan L'Occitane Group di seluruh dunia yang diangkut melalui udara pada tahun 2018.¹²⁶

Dalam upaya mengurangi emisi CO₂, L'Occitane terus berupaya meningkatkan kebijakan transportasi bagi pekerjanya pada tahun 2019, di mana perusahaan mengarahkan semakin banyak pekerjanya di berbagai negara untuk menggunakan transportasi umum seperti kereta api, memberikan insentif dalam program *car sharing*, mempromosikan penggunaan kendaraan listrik, bahkan menerapkan skema bekerja dari rumah. Di Janewa, perusahaan memberikan

¹²⁵ L'OCCITANE Group, "Climate Strategy Contributing To a Net-Zero World."

¹²⁶ *Ibid.*

fasilitas berupa transportasi untuk berangkat ke kantor seperti bus dan mobil perusahaan. Prosentase pekerja di Janewa yang menaiki transportasi umum pada 2019 sebanyak 30%, sedangkan untuk pesepda sebanyak 10%, sisanya menerapkan skema *car sharing*. Sedangkan untuk pekerja di Perancis, perusahaan memberikan bantuan finansial bagi karyawan yang menggunakan sepeda. Selain itu, di Kota Paris, sebanyak 92% karyawan yang bekerja di L'Occitane Group telah menggunakan moda transportasi ramah lingkungan untuk berangkat kerja.¹²⁷ Hal ini juga sejalan dengan apa yang penulis temukan melalui hasil wawancara dengan L'Occitane en Provence Malaysia bahwasannya karyawan yang berada di divisi SDM menerima tunjangan transportasi untuk mendorong mereka memilih moda transportasi berkarbon rendah.¹²⁸

Dalam hal distribusi dan logistik, mekanisme *double stacking* yang diterapkan oleh perusahaan mulai mengalami peningkatan di Tahun 2019, di mana jumlah palet yang mulanya ada 24, meningkat menjadi 44 palet per kontainer.¹²⁹ Hal tersebut memungkinkan perusahaan mengurangi setengah jumlah pengangkutan kontainer ke berbagai negara, seperti Singapura, Hong Kong, Tiongkok, Britania Raya, hingga Amerika Serikat. Selain itu, di tahun yang sama, L'Occitane Group telah sepenuhnya mempergunakan koridor kereta api yang menghubungkan Eropa ke Tiongkok, alih-alih menggunakan transportasi laut. Sedangkan untuk produk yang akan didistribusikan di wilayah Eropa, perusahaan

¹²⁷ L'Occitane Group, "Group Mission."

¹²⁸ Lim (Regional Sustainability Director), "Wawancara Daring Bersama L'Occitane En Provence Malaysia."

¹²⁹ L'Occitane Group, "Impact Measurement Case Study About the L'OCCITANE Group."

menerapkan strategi *piggyback*, yakni sebuah istilah yang digunakan dalam konteks logistik, di mana unit transportasi dapat dibawa di belakang transportasi yang lain. Misalnya, kendaraan jalan semi-trailer atau kombinasi truk dan trailer, yang nantinya kendaraan tersebut dapat dimasukkan ke dalam kerta api dengan bantuan jalur landai atau derek.

Pada Tahun 2020, pengurangan dampak karbon terkait dengan pengangkutan barang menghadapi tantangan yang cukup sulit bagi L'Occitane Group akibat krisis yang ditimbulkan oleh Pandemi Covid-19. Bukan tidak mungkin apabila Pandemi Covid-19 berdampak besar bagi lalu lintas global, di mana pengiriman barang untuk pasokan ke Asia dan Tiongkok menjadi terhambat. Akibatnya, pada akhir paruh pertama Tahun 2020, perusahaan harus memberikan kompensasi pada supplier Asia dan Tiongkok, sehingga lalu lintas pengangkutan barang mengalami peningkatan.¹³⁰

Namun, di sisi lain, L'Occitane Group berhasil mengurangi emisi gas rumah kaca di sektor bahan mentah, di mana terdapat inovasi dalam teknik pertanian yang digunakan oleh produsen dan pemasok bahan mentah. Prinsip-prinsip agroekologi serta teknologi panen dan penyulingan yang baru telah diinovasi menjadi lebih efektif. Hal ini merupakan hasil dari inisiasi perusahaan terkait dengan penanaman dan penyulingan lavender yang dibuat pada Tahun 2019, bertajuk "*Green & Lavandes*". Program ini diluncurkan dalam rangka mempromosikan pendekatan yang lebih berkelanjutan dalam penanaman dan penyulingan lavender, di mana

¹³⁰ L'Occitane Group, "Social and Governance Report."

teknologinya memungkinkan untuk mengurangi konsumsi energi dan jejak karbon hingga 50%.¹³¹

Pada Tahun 2020 juga, L'Occitane Group mulai menyiapkan alat transportasi demi mengoptimalkan pengangkutan harian dari pabrik ke gudang yang terletak di Perancis. Hal tersebut dilakukan lantaran perusahaan perlu meningkatkan kapasitas muatan melalui pengaturan arus transportasi industri, sehingga emisi CO₂ dapat dikurangi. Jenis transportasi yang disiapkan oleh perusahaan berupa trailer dengan dek ganda. Selain dapat membawa kapasitas yang lebih besar, alat transportasi baru ini juga merupakan solusi progresif menuju energi dekarbonisasi, di mana ia menggunakan sumber tenaga bio-CNG (*Compress Natural Gas*). Lebih lengkap tentang bio-CNG, bio-CNG adalah bentuk gas alam terkompresi yang diperoleh dari sumber organik, yang umumnya diproduksi melalui proses daur ulang bahan organik seperti limbah pertanian, limbah makanan, atau kotoran hewan.¹³² Solusi armada transportasi baru di Perancis disinyalir dapat mengurangi 30% emisi karbon yang dihasilkan melalui proses pengangkutan dari pabrik ke gudang.¹³³

Berkaitan dengan arus logistik, pada Tahun 2021, L'Occitane Group telah menerapkan *Green Suplly Chain Strategy*, demi mengurangi jejak karbon dari aktivitas logistik dan suplai. Perusahaan mendesain peta jalan rantai suplai pusat

¹³¹ Lim (Regional Sustainability Director), "Wawancara Daring Bersama L'Occitane En Provence Malaysia."

¹³² Green Growth, "POTENSI KOMERSIALISASI BIO-CNG UNTUK TRANSISI ENERGI," Bappenas Indonesia, 2022, <http://greengrowth.bappenas.go.id/potensi-komersialisasi-bio-cng-untuk-transisi-energi/>.

¹³³ L'Occitane Group, "Social and Governance Report."

dan regional, bekerja sama dengan para pemasok, merka mencoba untuk mengurangi angkutan udara dan memaksimalkan pemuatan kendaraan dan kontainer berbasis hibrida dan listrik, bahkan untuk pengiriman jarak jauh.¹³⁴ Selain itu, di tahun yang sama, L'Occitane juga bergabung ke dalam aliansi bernama *Association des chargeurs pour un transport maritime décarboné*, yakni sebuah asosiasi untuk dekarbonisasi angkutan laut melalui jalur pelayaran.¹³⁵ Data ini diperkuat melalui wawancara yang penulis lakukan dengan L'Occitane en Provence Malaysia yang memberikan keterangan bahwa seluruh pasokan barang yang mereka terima hanya dilakukan melalui pengiriman menggunakan kapal karena menyisakan jejak karbon lebih rendah untuk kebutuhan logistiknya.

Untuk program yang ditujukan bagi konsumen, L'Occitane menggunakan pendekatan edukatif, salah satunya seperti yang dilakukan di Malaysia. L'Occitane en Provence Malaysia meluncurkan program *Big Little Things* di hampir seluruh cabang (kecuali cabang Genting Highlands karena alasan logistik), untuk mengkampanyekan kesadaran lingkungan pada konsumen lokal di Malaysia, dengan menggandeng beberapa *beauty influencer* yang dikenal di negara tersebut agar dapat memberikan pengaruh yang lebih luas kepada audiens. Melalui program ini, L'Occitane mengumpulkan limbah-limbah kecantikan yang telah dibersihkan dari semua merek, yang hingga Tahun 2023, *Big Little Things* telah berhasil mendaur ulang lebih dari 3.737.412 produk kecantikan.¹³⁶

¹³⁴ L'Occitane Group, "FY 2021 Environmental, Social and Governance Report."

¹³⁵ *Ibid.*

¹³⁶ Lim (Regional Sustainability Director), "Wawancara Daring Bersama L'Occitane En Provence Malaysia."

Secara bersamaan, program tersebut juga berhasil mencegah lebih dari 80 Metrik Ton CO₂ terlepas ke atmosfer. Program ini dimonitor oleh iCycle untuk melacak jumlah kemasan produk kecantikan yang didaur ulang, sebelum dimuat di laporan bulanan yang berisi rincian limbah yang telah dikumpulkan oleh L'Occitane, bersamaan dengan jumlah emisi CO₂ yang berhasil dicegah. Di sektor edukasi, program ini mencoba mendorong audiens untuk membuat pilihan yang lebih ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. L'Occitane berupaya untuk memberikan data-data dan angka terkait dengan aktivitas sehari-hari yang berdampak terhadap isu lingkungan di Malaysia. Tak lupa L'Occitane juga memberikan penghargaan berupa voucher belanja atau produk baru untuk konsumen yang berpartisipasi dalam program tersebut.¹³⁷



Gambar 3. 5: Program Kampanye Big Little Things Malaysia
Sumber: <https://loccitane-malaysia-big-little-things%>

3.4 Inovasi Desain Produk Ramah Lingkungan

Inovasi dalam desain produk memainkan peranan penting dalam mendorong pemberdayaan lingkungan yang berkelanjutan. Dalam konteks industri

¹³⁷ iCycle, "Success Story." <https://icycle-global.com/success-story/>

kecantikan, ia secara historis seringkali diasosiasikan dengan penggunaan bahan-bahan yang tidak ramah lingkungan dan produksi yang masif. Oleh karenanya industri kecantikan di masa ini dihadapkan pada tuntutan untuk bertransformasi menjadi lebih ramah lingkungan. Inovasi desain produk ramah lingkungan dalam hal ini tidak hanya mencakup penggunaan bahan baku yang berkelanjutan dan proses produksi yang lebih efisien, tetapi juga melibatkan kreativitas dalam menciptakan produk-produk yang memenuhi aspek siklus hidup yang beretika lingkungan dan berkelanjutan. Bagi L'Occitane Group utamanya, sebagai perusahaan yang membawahi merk kosmetik ternama yang tersebar di seluruh dunia, dengan mengusung branding ramah lingkungan, desain produk kecantikan milik L'Occitane Group harus mengindahkan aspek-aspek ramah lingkungan, mulai dari desain kemasan hingga formulasi produknya. Oleh karenanya, dalam sub pembahasan kali ini, penulis mencoba mendeskripsikan langkah-langkah yang telah diambil oleh perusahaan tersebut dalam mengembangkan formula yang beretika lingkungan serta mengindahkan aspek keberlanjutan, beserta perkembangannya.

3.4.1 Pengembangan Formula Ramah Lingkungan

Pengembangan formula ramah lingkungan membantu mengurangi dampak negatif industri kecantikan terhadap lingkungan. Dengan menggunakan bahan-bahan yang berasal dari sumber daya alam yang diproduksi secara bertanggung jawab, formula ramah lingkungan dapat membantu melindungi keanekaragaman hayati dan mengurangi pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh bahan kimia berbahaya. Pengembangan formula ramah lingkungan mendorong inovasi dalam

produk-produk kecantikan yang lebih ramah lingkungan. Ini dapat mencakup penggunaan bahan baku alami yang dapat diperbaharui, pengurangan limbah dan polusi dalam proses produksi, serta pengembangan produk-produk yang lebih efisien dan berkelanjutan.¹³⁸ Dengan demikian, pengembangan formula ramah lingkungan dapat menjadi elemen penting dalam kerangka perdagangan adil dan pemberdayaan lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan dalam industri kecantikan, dengan tujuan meningkatkan keberlanjutan lingkungan.

Dalam hal mengembangkan produk ramah lingkungan, L'Occitane Group mendasarkannya pada prinsip *biodegradable*, di mana formula yang mereka gunakan untuk membuat produknya berasal dari substansi atau zat yang memiliki kemampuan untuk diuraikan melalui proses dekomposisi alami menjadi senyawa yang lebih sederhana dan tidak membahayakan lingkungan.¹³⁹ Praktik tersebut lazim dilakukan oleh perusahaan-perusahaan kecantikan yang mengusung konsep organik bagi pengembangan produknya. Dalam hal ini, L'Occitane mengupayakannya dengan menetapkan standar-standar khusus tentang penggunaan bahan bagi produk-produknya yang mereka kembangkan dari tahun ke tahun. Demi menunjang hal tersebut, L'Occitane memiliki apa yang mereka sebut dengan *Raw Materials Charter* atau panduan bahan baku, yang berfungsi sebagai acuan bagi perusahaan, supplier, beserta subkontraktor yang bekerja sama dengan Laboratores M&L dalam mengembangkan produk-produk kecantikan.¹⁴⁰ Selain pedoman yang

¹³⁸ European Comission, "Sustainable Cosmetics Summit," EU, n.d., https://ec.europa.eu/environment/integration/research/newsalert/pdf/277na6_en.pdf.

¹³⁹ Gruope L'Occitane, "Technical-Characteristics-of-Organic-Raw-Materials" (Provence, 2020).

¹⁴⁰ L'Occitane Group, "FORMULATION CHARTER" (Provence, n.d.).

mereka buat sendiri, L'Occitane juga turut menjadikan pedoman-pedoman dan komitmen yang berlaku secara global sebagai acuan untuk mengembangkan biodegradibilitas produk kecantikannya, seperti ISO dan *New Plastics Economy Global Commitment*. Tidak lupa, L'Occitane juga menggandeng beberapa mitra seperti perusahaan penghasil kemasan ramah lingkungan dan institusi-institusi daur ulang di berbagai negara.

Lebih lengkap tentang *Raw Materials Charter*, panduan ini menetapkan aturan-aturan yang harus diikuti dalam proses riset dan pengembangan, sehubungan dengan formulasi produk. Selain itu, panduan ini juga berisi daftar bahan-bahan yang tidak boleh digunakan dan juga bahan-bahan yang dibatasi penggunaannya. Tak lupa *Raw Materials Charter* juga dibuat berlandaskan etika lingkungan yang umumnya berlaku, seperti larangan penggunaan *microbeads plastic*, larangan penggunaan produk rekayasa genetika, dan larangan penggunaan bahan pengawet jenis paraben dan formaldehida. *Raw Materials Charter* milik L'Occitane Group terus dikembangkan secara berkala, dalam rangka memperhitungkan perkembangan ilmiah seiring dengan berkembangnya teknologi dan kebutuhan pasar. Dalam pengembangan *Raw Materials Charter* beserta formulasi produk ramah lingkungan, L'Occitane memiliki badan khusus bernama L'Occitane Nature Lab. Mereka memberikan peringkat desain ramah lingkungan untuk setiap formulasi atau reformulasi produk berdasarkan proporsi bahan alami yang digunakan,

proporsi bahan yang berpotensi menimbulkan resiko bagi lingkungan, serta prosentase bahan yang dapat terurai secara alami.¹⁴¹

Pada akhir Tahun 2017, standar ISO 16128 diterbitkan oleh Badan Standarisasi Internasional, berisi pedoman dalam perhitungan prosentasi bahan alami dan organic dalam produk kecantikan.¹⁴² Standar tersebut memberikan definisi teknis dan kriteria yang dapat digunakan oleh industri kecantikan di seluruh dunia menentukan sejauh mana produknya dapat diklaim sebagai produk organic atau natural. Menanggapi hal tersebut, L'Occitane Group meluncurkan proyek untuk menilai kandungan alami produknya berdasarkan standar dalam ISO 16128, mulai Tahun 2018.¹⁴³ Selain itu, proyek tersebut juga ditujukan untuk menentukan posisi L'Occitane Group dalam hal kepatuhan terhadap standar tersebut.

Formulasi produk ramah lingkungan L'Occitane Group dapat dilihat melalui produk-produk yang mereka pasarkan melalui beberapa anak perusahaan milik L'Occitane Group. Melvita salah satunya, yang mana khayalak umum telah mengenalnya sebagai pelopor *brand* kecantikan organik. Sejak Tahun 2002, seluruh rangkaian produk Melvita telah menerima label organic dari Cosmebio, yakni sertifikasi lingkungan yang dikeluarkan oleh Ecocert.¹⁴⁴ Dengan ini, Melvita dapat menjamin bahwa produk yang mereka pasarkan setidaknya mempergunakan 95% bahan baku dari alam. Untuk produk berlabel *plant based*, Melvita harus memastikan bahwa bahan tersebut berasal dari tanaman yang bersifat organik.

¹⁴¹ L'Occitane Group.

¹⁴² L'Occitane Group, "CSR REPORT."

¹⁴³ *Ibid.*

¹⁴⁴ Insider, "Organic Beauty Leader Melvita Boosts Conversion Rate by 28% with Social Proof," *Useinsider.Com*, 2022, <https://useinsider.com/case-studies/melvita-2/>.

Selain itu, Melvita juga menjamin bahwa produknya bebas dari penggunaan bahan bakar fosil yang memiliki tingkat biodegradabilitas rendah, seperti paraffin, silicon, paraben, formaldehida, dan etoksilat.¹⁴⁵



Gambar 3. 6: Produk Minyak Argan Melvita
Sumber: [https:// my.melvita.com](https://my.melvita.com)

Pada Tahun 2018, L'Occitane mempublikasikan bahwa anak perusahaan mereka, yakni L'Occitane en Provence, akan mencapai target 95% bahan *biodegradable* pada Tahun 2030, untuk produk *rinse-off*-nya. Adapun produk-produk yang diluncurkan pada Tahun 2018, didesain secara khusus sehingga ramah lingkungan. Produk tersebut meliputi Réotier's ultra-thirst quenching gel yang bebas dari silicon dan PEG (polyethylene glycol), Shower gel Rose Originelle yang



Gambar 3. 7: Rose Shower Gel L'Occitane en Provence
Sumber: <https://id.loccitane.com/rose-shower-gel>

¹⁴⁵ Melvita, "OUR ECO-RESPONSIBLE FACTORY."

diformulasikan kembali menjadi 30% lebih sedikit bahan kimia, serta reformulasi rangkaian shampo Aromachologie yang menggunakan 98% bahan *biodegradable*.¹⁴⁶

Dalam hal pencapaian target penggunaan 95% bahan *biodegradable* pada Tahun 2030 untuk produk bilas, L'Occitane Group telah berhasil mencapai 68% bahan *biodegradable* di Tahun 2019.¹⁴⁷ Selain itu, produk keluaran L'Occitane en Provence, per Bulan Maret 2019 telah dinyatakan 86% bebas silicon dan 77% bebas phenoxyethanol.¹⁴⁸ Adapun beberapa produk yang justru direformulasi sepenuhnya bebas dari phenoxyethanol dan silicon pada Tahun 2019 adalah rangkaian B2B Citrus & Verbena untuk hotel. Selain itu, seluruh produk gel mandi dan produk pencuci beserta pelembab rambut juga dipastikan mengandung 98% bahan yang dapat terdegradasi.¹⁴⁹ Selain produk dari L'Occitane en Provence, salah satu produk tabir surya dari LimeLife juga mempergunakan bahan berbasis tanaman organik,



Gambar 3. 9: Reformulasi Produk Verbena untuk Hotel
Sumber: <https://id.loccitane.com/hotel-amenities>



Gambar 3. 8: Reformulasi Tabir Surya Limelife
Sumber: <https://www.limelifebyalcone.com/>

¹⁴⁶ L'Occitane Group, "CSR REPORT."

¹⁴⁷ L'Occitane Group.

¹⁴⁸ L'occitane en Provence, "Our Formulation Philosophy," L'Occitane Group, 2023, <https://www.loccitane.com/en-us/clean-charter>.

¹⁴⁹ *Ibid.*

khususnya yang ramah bagi ekosistem terumbu karang apabila bahannya terakumulasi ke lautan.¹⁵⁰

L'Occitane telah lama berupaya mengurangi penggunaan plastik non daur ulang sebagai bahan kemasan produknya. Hingga pada Bulan November Tahun 2018, L'Occitane memformalisasi komitmennya dalam mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh kemasan dari produknya, dengan menandatangani *Ellen Macarthur Foundation's New Plastic Economy Global Commitment*.¹⁵¹ Semenjak Tahun 2017, perusahaan ini telah secara bertahap meningkatkan penggunaan plastik daur ulang, di mana pada Tahun 2019, L'Occitane mencatat kenaikan signifikan pasca penandatanganan komitmen *New Plastic Economy*.

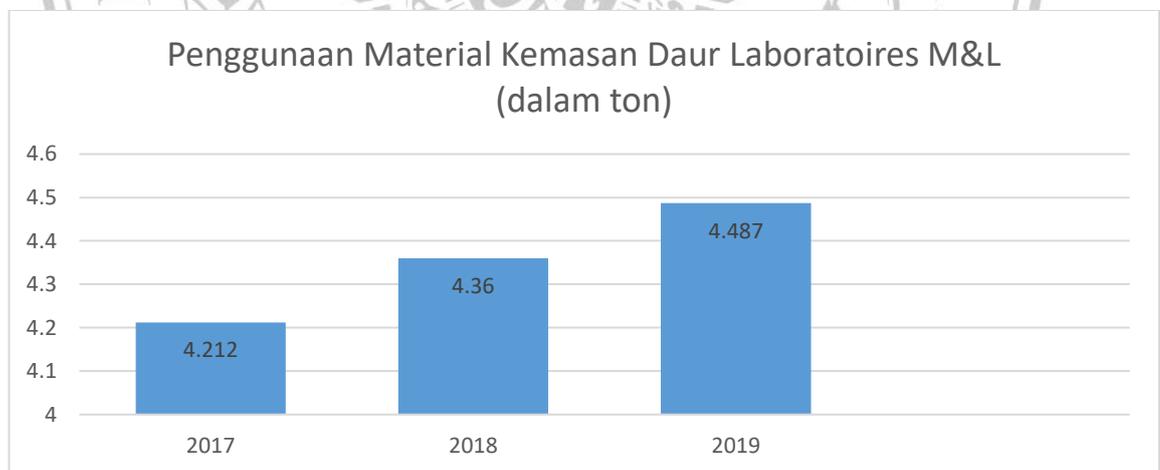


Diagram 3. 4: Kenaikan Penggunaan Material Daur Ulang. Sumber: Ellen MacArthur Foundation

¹⁵⁰ Limelife by Alcone, "About Us."

¹⁵¹ Ellen Macarthur Foundation, "Our Network: It's Time for a Circular Economy," [ellenmacarthurfoundation.org](https://www.ellenmacarthurfoundation.org/network/who-is-in-the-network), 2023, <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/network/who-is-in-the-network>.

Pada Bulan Februari Tahun 2019 juga, L'Occitane en Provence telah menjalin kerja sama jangka panjang bersama Loop Industries untuk pasokan plastic PET Loop™ yang berlabel 100% berkelanjutan, di mana 100% materialnya dapat didaur ulang.¹⁵² Melalui kerja sama tersebut, L'Occitane en Provence akan mulai mengintegrasikan bahan tersebut ke dalam kemasan botolnya di Tahun 2022. Hal tersebut membuka peluang untuk meningkatkan penggunaan plastic daur ulang oleh perusahaan menjadi 100%. Selain mulai menggunakan bahan plastic daur ulang untuk kemasannya, L'Occitane en Provence telah mempromosikan penggunaan kemasan berkonsep eco-refill untuk beberapa produknya yang paling laris di pasaran selama beberapa tahun. Melalui program mengisi kembali tersebut, perusahaan dapat menghemat penggunaan plastik hingga 90% dibandingkan dengan kemasan biasa, serta berpotensi mengurangi emisi CO₂ dari transportasi produk. Pada Tahun 2019, program ini telah membantu perusahaan untuk menghemat 152 Ton material kemasan secara keseluruhan.¹⁵³

Pada Tahun 2020, L'Occitane en Provence meluncurkan *Clean Charter* untuk menetapkan standar yang lebih ketat dalam meningkatkan formulasi produk ramah lingkungan. Charter ini merupakan hasil dari riset dan pengembangan yang telah melalui proses panjang oleh anak perusahaan dan induk perusahaan, melibatkan panel konsumen internasional, demi mencapai visi "*Clean Beauty*". Adapun kriteria yang ditetapkan untuk formulasi tersebut dalam *Clean Charter* adalah bahwasannya bahan yang digunakan untuk formula *leave-on* harus terdiri

¹⁵² L'Occitane Group, "Social and Governance Report."

¹⁵³ *Ibid.*

dari 95% natural, serta 95% *biodegradable* untuk produk yang dibilas.¹⁵⁴ Selain itu, bahan baku juga tidak boleh mengandung lebih dari satu bahan yang terdaftar sebagai bahan oranye dalam *Raw Material Charter*, yang mana bahan tersebut termasuk ke dalam katogeri bahan yang ketersediaannya terbatas di alam.

Pada Tahun 2020 juga, L'Occitane en Provence telah berhasil meningkatkan prosentase penggunaan produk *biodegradable* dalam formulasi produk bilas menjadi 80%, yang pada Tahun 2019 baru mencapai 68%. Selain itu, untuk formulasi produk bilas tanpa silikon meningkat dari 83% menjadi 86%. Bahkan, pada tahun yang sama, anak perusahaan lain, yakni Melvita, telah mencapai prosentase 100% untuk produk bilas bebas silikon. Namun, baru 28% formula aktif yang digunakan oleh L'Occitane Group yang mematuhi standar dalam *Clean Charter* yang dibuatnya sendiri.¹⁵⁵ Jumlah tersebut mungkin meningkat secara signifikan di tahun selanjutnya, mengingat *clean charter* baru saja diluncurkan di tahun yang sama. Namun, menurut data yang dirilis oleh Yayasan Ellen MacArthur, L'Occitane masih jauh dari capaian target penggunaan material 100% daur ulang untuk keseluruhan kemasan produknya, di mana L'Occitane baru mencapai 50% per tahun 2020. Terkhusus untuk kandungan bahan daur ulang dari kemasan yang telah digunakan oleh konsumen, L'Occitane bahkan belum mencapai 25% per Tahun 2020, mengingat tidak semua toko L'Occitane memiliki situs daur ulang.¹⁵⁶

¹⁵⁴ L'occitane en Provence, "L'OCCITANE Speeds up Its Efforts to Tackle Plastic Pollution Thanks to the Ellen MacArthur Foundation," L'Occitane Group, 2022, <https://group.loccitane.com/group/news/loccitane-speeds-its-efforts-tackle-plastic-pollution-thanks-ellen-macarthur-foundation>.

¹⁵⁵ *Ibid.*

¹⁵⁶ Ellen Macarthur Foundation, "L'OCCITANE En Provence Packaging Producers and Users," 2020,

Pada Tahun 2021, anak perusahaan L'Occitane yang lain, yakni Elemis, juga bergabung dalam *New Plastics Economy Global Commitment* yang diluncurkan oleh Ellen MacArthur Foundation. Tujuannya sama dengan L'Occitane en Provence, yakni untuk mengurangi polusi yang disebabkan oleh sampah plastic dan mempromosikan ekonomi sirkular. Bergabungnya Elemis dengan komitmen tersebut, mengharuskan perusahaan tersebut untuk membagikan kinerja tahunan dalam setiap area target yang ditetapkan oleh *New Plastics Economy Global Commitment*. Namun, perkembangan yang dicatat oleh L'Occitane Group secara keseluruhan dalam komitmen ini pada Tahun 2021, baru mencapai tingkat daur ulang sekitar 57%, sedangkan targetnya adalah 100% di Tahun 2025.¹⁵⁷

Pencapaian tersebut diraih oleh L'occitane berkat beberapa program daur ulang yang mereka implemnetasikan di sleuruh dunia, menyesuaikan diri dengan jaringan distribusi dan model konsumsi pelanggan mereka. Pada Tahun 2021, prosentase toko yang memiliki titik layanan daur ulang untuk wadah kosong baru mencapai 48%. Untuk mempromosikan program daur ulang, L'Occitane menjalin kemitraan dengan TerraCycle untuk mengumpulkan unit-unit daur ulang milip L'Occitane en Provence. Inisiasi ini berhasil mengumpulkan satu juta unit kemasan kosong pada Tahun 2021. Kemitraan ini kemudian diperluas pada Bulan Juni untuk pasar Eropa yang terletak di delapan negara, yakni Austira, Belgia, Jerman, Belanda, Norwegia, Spanyol, Swedia, dan Swiss.¹⁵⁸ Untuk anak perusahaan

¹⁵⁷ Industry Intel, "L'Occitane En Provence Switches to Recyclable Bottles for Its Eco-Refill Shower Gels, Liquid Soaps and Shampoos Following Ellen Macarthur Foundation's Global Commitment to Cut Plastic Waste," 2021.

¹⁵⁸ L'Occitane Group, "Social and Governance Report."

Limlife, pada Tahun 2021 telah berhasil menyediakan 1259 titik pengumpulan melalui program kampanye oleh Beauty Guides. Khusus untuk pasar Asia, L'Occitane en provence telah menjalin kemitraan lokal dengan iCycle demi pemutakhiran program daur ulangnya secara global. L'Occitane en Provence meluncurkan program bertajuk *Big Little Things*, untuk mengumpulkan lebih dari 75% kemasan produk yang terjual di Malaysia.¹⁵⁹ Program serupa sedang diupayakan untuk diterapkan di Singapura dan India.

Di Tahun 2022, formula aktif yang digunakan oleh L'Occitane Group yang mematuhi standar dalam *Clean Charter* meningkat sebanyak 10,5% dibandingkan tahun sebelumnya. Jika di Tahun 2021 persentasenya baru mencapai 28%, maka di Tahun 2022, persentasenya berhasil mencapai 38,5%. Di aspek lain, penggunaan formulasi *biodegradable* untuk produk bilasnya, L'Occitane hanya berhasil menaikkan persentase 3%, yang pada Tahun 2020 mencapai 80%, menjadi 83%. Untuk produk bilas bebas silicon, persentasenya masih tetap, yakni 86%. Jumlah tersebut dinilai kurang memuaskan, mengingat target yang harus dicapai pada Tahun 2030 dalam *Clean Charter* adalah 95% *biodegradable*.¹⁶⁰

Pada Tahun 2023, L'Occitane Group mengikutsertakan empat anak perusahaannya untuk dievaluasi dalam kemampuan biodegradabilitas dari bahan-bahan yang mereka gunakan. Hasilnya, lebih dari 70% dari keseluruhan produk dari keempat anak perusahaan, telah memenuhi setidaknya 95% bahan yang mudah terurai secara alami. Tak hanya itu, persentasenya juga meningkat dibandingkan

¹⁵⁹ iCycle, "Success Story."

¹⁶⁰ L'Occitane Group, "GROUP ENVIRONMENTAL POLICY."

Tahun 2022. L'Occitane en Provence berhasil menaikkan prosentase biodegradabilitasnya dari 86% menjadi 91%; L'Occitane au Bresil berhasil menaikkan prosentase dari 89% ke 100%; Erborian dari 89% menjadi 92%; sedangkan Melvita merupakan satu-satunya merk yang mengalami penurunan prosentase biodegradabilitas, yakni dari 77% menjadi 70%. Untuk penggunaan formula yang berasal dari bahan-bahan hayati, prosentasenya juga naik dari 38,5% menjadi 40%.¹⁶¹

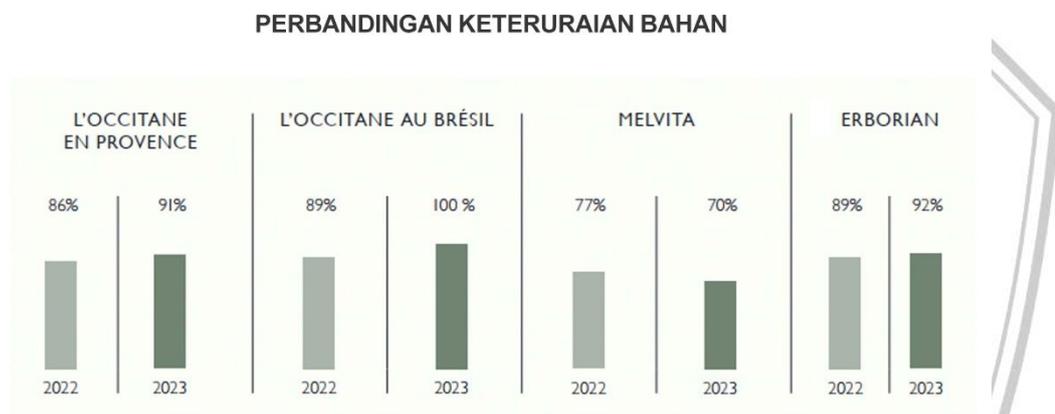


Diagram 3. 5: Biodegradeabilitas formula anak perusahaan L'Occitane 2022-2023. Sumber: ESG Report

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan L'Occitane en Provence Malaysia, ditemukan data bahwa sebanyak enam toko L'Occitane en Provence yang beroperasi di Malaysia telah memberlakukan kebijakan *zero waste* dengan menawarkan layanan isi ulang. Pelanggan di negara tersebut dapat datang ke toko dengan membawa kemasan kosong untuk diisi ulang, atau dengan memilih opsi kemasan yang lebih tahan lama berbahan aluminium. Kemasan produk

¹⁶¹ Villas, "ESG Report 2023."

didesain secara khusus dengan nozel yang terkalibrasi agar dapat disterilkan oleh pihak toko sebelum isi ulang. Dengan begitu, kenyamanan dan keamanan konsumen dapat terjaga selagi mengupayakan keberlanjutan bagi lingkungan dalam hal pengurangan limbah.

Upaya ini kemudian dapat secara signifikan mengurangi penggunaan plastik hingga 85%. Untuk produk-produk yang dipasarkan di Malaysia, per-2023 telah dipastikan 100% menggunakan material kemasan yang dapat didaur ulang. Terkhusus rangkaian produk perawatan rambut minyak esensial, 100% kemasannya terbuat dari plastik RPET (Polietilena Tereftalat yang Didaur Ulang). Bahan tersebut merupakan jenis plastic yang dinilai paling ramah lingkungan karena berasal dari plastik PET yang telah digunakan dan diproses menjadi kemasan baru, sehingga mengurangi ketergantungan pada bahan baku baru. Untuk kemasan produk krim tangan, yang notabene-nya merupakan produk unggulan L'Occitane, juga terbuat dari 95% alumunium daur ulang.¹⁶²

¹⁶² Lim (Regional Sustainability Director), “Wawancara Daring Bersama L'Occitane En Provence Malaysia.”



Gambar 3. 11: Refill Fountain L'Occitane en Provence
 Sumber: <https://uk.loccitane.com/refill-fountain>

Gambar 3. 10: Repackaging Krim Tangan L'Occitane en Provence
 Sumber: <https://id.loccitane.com/hand-care.html>

3.5 Analisis Praktik Fair Trade L'Occitane Group dalam Aspek PEMBERDAYAAN LINGKUNGAN yang Berkelanjutan

Kategori Pemberdayaan Lingkungan	Komitmen	Program L'Occitane	Pengakuan/ Verifikasi Eksternal	Hasil
Pelestarian dan Regenerasi Keanekaragaman Hayati	Penggunaan Bahan Baku Mentah Terbaharukan Secara Berkelanjutan	Menggunakan bahan baku bersertifikasi organik	Menjalin kemitraan dengan IUCN untuk melakukan studi terkait <i>ethical sourcing</i> .	77% volume bahan baku mentah L'Occitane merupakan organik pada Maret 2018.
		Menggunakan bahan baku bersertifikasi RSPO	Ikut serta dalam RSPO.	Menggunakan bahan baku tersertifikasi RSPO yang telah dipastikan ketertelusurannya, sehingga bahan baku kelapa sawit

	Kampanye Program Perlindungan dan Pemulihan Keanekaragaman Hayati			yang digunakan dapat dinyatakan berkelanjutan.
		Bekerja sama dengan IUCN dalam konservasi lingkungan	Bergabung dalam proyek IUCN Red List of Threatened Species.	Meningkatkan pengetahuan tentang keanekaragaman hayati serta kesadaran di kalangan para pemangku kepentingan terkait kelestarian di kawasan Mediterania Perancis.
		Bekerja sama dengan PUR Project Internasional dalam proyek reboisasi	Mengerjakan tiga proyek reboisasi dengan PUR Project: - Conservatoire Méditerranéen Partagé - Kerja sama dengan France Amande - Les Verges de L'Occitane	Menanam kembali 2000 Hektar pohon Almon di Perancis (30.000 pohon almon berhasil ditanam).
Mitigasi Krisis Iklim	Pemberlakuan Transisi Energi	Bergabung dalam komitmen internasional	Bergabung dalam RE 100 tentang 100% energi terbarukan.	Konsumsi energi terbarukan pada Tahun 2019 lebih dari 11.459 MWh

		Menggunakan energi alternatif secara bertahap di situs produksi	Tersertifikasi ISO 14001	Intensitas penggunaan energi mengalami penurunan sebesar 18% (dalam KWh per unit yang diproduksi).
		Menggunakan energi alternatif secara bertahap untuk logistik	-	Hanya 1,4% produk yang diangkut melalui udara, agar dapat memilih opsi transportasi laut/darat dengan energi alternatif.
Minimalisasi Dampak Lingkungan dari Proses Produksi dan distribusi	Identifikasi Jejak dan Peta Karbon Perusahaan	Melakukan analisis jejak dan peta karbon	-	Perusahaan dapat mengidentifikasi jumlah emisi karbon yang dihasilkan mulai dari rantai suplai hingga proses distribusi.
		Menetapkan target pengurangan emisi karbon	-	Intensitas karbon meningkat dari 470.000 Ton CO ₂ e di 2020 menjadi 485.000 di 2023.
	Pengurangan Polusi dan Limbah	Mengeluarkan kebijakan transportasi karyawan	-	-Memberikan insentif transportasi bagi karyawan yang bekerja di

				<p>divisi Humas L'Occitane en Provence Malaysia (berdasarkan hasil wawancara).</p> <p>-Mendorong 30% karyawan yang berada di Janewa untuk memilih transportasi umum ke tempat kerja.</p> <p>-92% karyawan di Paris menggunakan moda transportasi ramah lingkungan.</p>
		Inovasi logistik dan mekanisme distribusi	Sertifikasi LEED dari USGBC dan sertifikasi HQE.	<p>-Meningkatkan kapasitas kontainer melalui <i>double stacking</i> hingga hampir 100%.</p> <p>-</p> <p>-</p>
		Inovasi teknik pertanian dalam rantai pasokan	-	<p>Meluncurkan program "<i>Green & Lavandes</i>" dalam rangka mempromosikan pendekatan yang lebih berkelanjutan dalam penanaman dan penyulingan</p>

				lavender, di mana teknologinya memungkinkan untuk mengurangi konsumsi energi dan jejak karbon hingga 50%.
		Turut serta dalam berbagai komitmen internasional terkait dengan pengurangan emisi karbon dan limbah	Bergabung dalam <i>Association des chargeurs pour un transport maritime décarboné</i> (asosiasi untuk dekarbonisasi angkutan laut melalui jalur pelayaran).	Seluruh pasokan barang yang diterima L'Occitane en Provence Malaysia diangkut melalui pengiriman menggunakan kapal karena menyisakan jejak karbon lebih rendah.
		Memberlakukan program daur ulang untuk konsumen	Bekerja sama dengan iCycle untuk program Big Little Things Malaysia.	Berhasil mendaur ulang lebih dari 3.737.412 produk kecantikan.
Inovasi Desain Produk Ramah Lingkungan	Pengembangan Formula Ramah Lingkungan	Memberlakukan prinsip biodegradable	Sertifikasi organik dari ECOCERT.	68% bahan <i>biodegradable</i> di 2019; 80% bahan <i>biodegradable</i> di 2020; 83% bahan <i>biodegradable</i> di Tahun 2022.

		Menetapkan standarisasi bahan baku mentah	-	lebih dari 70% dari keseluruhan produk dari keempat anak perusahaan, telah memenuhi setidaknya 95% bahan yang mudah terurai secara alami; penggunaan formula yang berasal dari bahan-bahan hayati, prosentasenya naik dari 38,5% menjadi 40% pada 2023.
		Turut serta dalam komitmen internasional terkait keterdaur ulangan kemasan	Bergabung dalam New Plastics Economy Global Commitment di bawah Ellen MacArthur mengenai penggunaan 100% material daur ulang untuk kemasan produk.	L'Occitane baru mencapai 50% per tahun 2020. Terkhusus untuk kandungan bahan daur ulang dari kemasan yang telah digunakan oleh konsumen, L'Occitane bahkan belum mencapai 25% per Tahun 2020, mengingat tidak semua toko L'Occitane

				memiliki situs daur ulang.
		Menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang dan berasal dari bahan daur ulang	-	Untuk produk-produk yang dipasarkan di Malaysia, per-2023 telah dipastikan 100% menggunakan material kemasan yang dapat didaur ulang. Terkhusus rangkaian produk perawatan rambut minyak esensial, 100% kemasannya terbuat dari plastik RPET (Polietilena Tereftalat yang Didaur Ulang). Untuk kemasan produk krim tangan, yang notabene-nya merupakan produk unggulan L'Occitane, juga terbuat dari 95% alumunium daur ulang.

Dalam bukunya yang berjudul “*The No-Nonsense Guide to Fair Trade*”, David Ransom menetapkan tiga komitmen yang harus ditunaikan oleh sebuah

perusahaan yang mengimplementasikan perdagangan adil. Ketiga komitmen tersebut terdiri dari:

- 4) Komitmen terhadap HAM, yakni dengan tidak mempekerjakan tenaga kerja di bawah umur dan tenaga kerja paksa, menghapuskan praktik diskriminasi, serta mempromosikan kesetaraan gender.
- 5) Komitmen terhadap komunitas marjinal, yakni dengan menciptakan peluang-peluang usaha bagi produsen di negara-negara berkembang, serta peningkatan kapasitas pekerja.
- 6) Komitmen terhadap lingkungan, yakni dengan mengimplementasikan praktik-praktik ramah lingkungan dalam aktivitas bisnisnya, demi mewujudkan kelestarian lingkungan.¹⁶³

Merujuk pada komitmen ketiga, bahwasannya perusahaan yang melaksanakan perdagangan adil harus memenuhi komitmennya terhadap lingkungan, yakni dengan menerapkan praktik-praktik ramah lingkungan dalam aktivitas bisnisnya. Dalam membuktikan relevansi praktik perdagangan adil yang dilakukan L'Occitane, penulis telah melakukan perincian terkait dengan praktik-praktik perdagangan adil L'Occitane Grup di sektor lingkungan dalam upaya mewujudkan praktik-praktik ramah lingkungan. Yang pertama yakni upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan, mitigasi krisis iklim, minimalisasi dampak dari aktivitas produksi dan distribusi, serta inovasi desain produk ramah lingkungan. Keempat kategori tersebut juga memiliki relevansi dengan dua dari empat indikator

¹⁶³ Ransom, *The No-Nonsense Guide to Fair Trade*.

dalam Pemberdayaan untuk Pembangunan Berkelanjutan yang dikemukakan oleh Singh dan Titi, yakni pelestarian potensi pembaharuan Sumber Daya Alam, serta pemeliharaan kapasitas lingkungan dalam pengolahan limbah dan emisi.¹⁶⁴

Di kategori yang pertama, L'Occitane berupaya untuk memastikan bahwasannya bahan baku yang mereka gunakan berasal dari sumber daya yang terjamin kebaruannya. Selain itu, L'Occitane juga melakukan berpartisipasi aktif dalam upaya-upaya konservasi dan regenerasi terhadap lingkungan, sehingga keberlanjutan lingkungan tetap terjaga. Berbicara tentang keberlanjutan, hal ini sejalan dengan konsep kedua, yakni Pemberdayaan untuk Pembangunan Berkelanjutan yang dikemukakan oleh Singh dan Titi, jika lingkungan merupakan salah satu unit pemberdayaan, di mana pemberdayaan merupakan salah satu upaya untuk mencapai keberlanjutan. Untuk itu, L'Occitane Group telah menerapkan program-program pelestarian dan regenerasi keanekaragaman hayati, dalam rangka merealisasikan komitmen *fair trade*-nya, dalam melakukan pemberdayaan lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan di sektor ekologis.

Menurut UNDP industri kecantikan dapat memastikan bahwa sumber daya alam hendaknya dipertahankan dan dikelola secara berkelanjutan untuk mendukung keberlanjutan rantai pasokan mereka. Secara bersamaan, praktik tersebut juga turut berperan dalam menjaga keseimbangan ekosistem, mengingat banyak spesies tumbuhan langka digunakan dalam industri kecantikan untuk menghasilkan produk

¹⁶⁴ Nares C Singh and Vangile Titi, *Empowerment for Sustainable Development: Towards Operational Strategies* (Winnipeg: INTERNATIONAL INSTITUTE FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT, 2001), https://www.iisd.org/system/files/publications/operational_strategies.pdf.

kosmetik.¹⁶⁵ Oleh karenanya, melakukan perlindungan dan pemulihan keanekaragaman hayati menjadi sebuah gebrakan untuk memastikan terlaksananya praktik perdagangan yang adil dan berkelanjutan bagi lingkungan. L'Occitane memberlakukan berbagai inisiatif guna melakukan pemberdayaan bagi lingkungan, dalam konteks perlindungan dan pemulihan keanekaragaman hayati.

Kategori yang kedua, yakni mitigasi krisis iklim. Mitigasi krisis iklim menjadi bagian dari prinsip fair trade dan pemberdayaan berkelanjutan karena dengan melakukan mitigasi perubahan iklim, sebuah perusahaan berupaya untuk mengatasi atau meminimalisir praktik-praktik yang dapat memperburuk dampak dari perubahan iklim melalui aktivitas bisnisnya. Dampak dari perubahan iklim itu sendiri meliputi kenaikan suhu rata-rata bumi, serta cuaca ekstrem yang dapat menimbulkan kerusakan dan degradasi fungsi lingkungan. Aktivitas industri menjadi penyumbang terbesar dari terjadinya krisis iklim. Oleh karenanya, L'Occitane secara konsisten melakukan peralihan ke sumber energi yang lebih bersih dan teerbaharukan untuk operasional perusahaan dari tahun ke tahun. Transisi energi merupakan langkah krusial, mengingat aktivitas industri merupakan kontributor utama gas rumah kaca. Penggunaan bahan bakar fosil dalam aktivitas produksi menghasilkan karbon dalam jumlah besar, yang mana fenomena ini menjadi salah satu penyebab terjadinya krisis iklim.

¹⁶⁵ UNDP, "Biodiversity for Beauty: Sustainable Sourcing for the Cosmetics Industry," *United Nations* (New York, 2019), <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/BiodiversityForBeautySustainableSourcingForTheCosmeticsIndustry.pdf>.

Dalam hal meminimalisir dampak lingkungan dari proses produksi dan distribusi, L'Occitane melakukan apa yang dinamakan dengan identifikasi jejak dan peta karbon perusahaan. Dengan melakukan langkah ini, sebuah perusahaan dapat menentukan strategi untuk mengurangi emisi, meningkatkan keberlanjutan, namun tetap tidak mengabaikan strategi untuk keberlangsungan bisnis jangka panjang di tengah tuntutan pasar. Hal ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mencapai perdagangan adil dan pemberdayaan untuk pembangunan berkelanjutan dalam industri kecantikan karena memberikan transparansi atas jejak karbon dari produksi hingga distribusi produk kecantikan. Selain itu, identifikasi jejak dan pemetaan karbon juga memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan yang lebih bijaksana berdasarkan informasi tentang dampak lingkungan dari produk yang mereka beli. Hal ini dapat menjamin akuntabilitas perusahaan dan dapat mendorong praktik-praktik produksi yang lebih berkelanjutan.

Yang kedua, L'Occitane mengupayakan pengurangan polusi dan limbah, di mana mekanisme ini menjadi langkah penting dalam menjaga transparansi tentang dampak lingkungan dari produk-produk kecantikan dan memastikan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas dampaknya terhadap lingkungan. Dengan demikian, pengurangan polusi dan limbah dapat secara jelas diintegrasikan ke dalam kerangka perdagangan adil dan pemberdayaan lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan dalam industri kecantikan, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan manusia, menjaga lingkungan alam, dan memastikan keberlanjutan rantai pasokan produk.

Kategori terakhir, yakni inovasi desain produk ramah lingkungan, dengan melakukan pengembangan formula produk yang ramah lingkungan. Kebijakan tersebut membantu mengurangi dampak negatif industri kecantikan terhadap lingkungan. Dengan menggunakan bahan-bahan yang berasal dari sumber daya alam yang diproduksi secara bertanggung jawab, formula ramah lingkungan dapat membantu melindungi keanekaragaman hayati dan mengurangi pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh bahan kimia berbahaya. Pengembangan formula ramah lingkungan mendorong inovasi dalam produk-produk kecantikan yang lebih ramah lingkungan. Ini dapat mencakup penggunaan bahan baku alami yang dapat diperbaharui, pengurangan limbah dan polusi dalam proses produksi, serta pengembangan produk-produk yang lebih efisien dan berkelanjutan.¹⁶⁶ Dengan demikian, pengembangan formula ramah lingkungan dapat menjadi elemen penting dalam kerangka perdagangan adil dan pemberdayaan lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan dalam industri kecantikan, dengan tujuan meningkatkan keberlanjutan lingkungan.

¹⁶⁶ European Commission, "Sustainable Cosmetics Summit."