

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah munculnya *Sustainable Development Goals* (SDGs) berawal dari konferensi Perserikatan Bangsa-bangsa tentang pembangunan berkelanjutan di Rio de Janeiro pada tahun 2012. Tujuannya adalah untuk menghasilkan kumpulan tujuan universal yang membahas masalah lingkungan, politik, dan ekonomi yang mendesak yang dihadapi dunia.

Dalam menanggapi isu lingkungan dan permasalahan di setiap negara, maka 193 negara yang tergabung dalam anggota perserikatan bangsa – bangsa (PBB) menginisiasi sebuah agenda pembangunan dunia yaitu *Sustainable Development Goals* (SDG) kelanjutan dari *Millenium Development Goals* (MDG).¹ Agenda ini disepakati secara global dan menjadi tujuan atau target dalam pembangunan berkelanjutan. Dalam *Sustainable Development* (SDGs) terdapat 3 pilar yaitu Pilar Sosial, Pilar Ekonomi, dan Pilar Lingkungan.²

Dalam mewujudkan pilar lingkungan yang terdiri dari atmosfer tanah, pesisir dan laut, air bersih, dan keanekaragaman hayati.³ Maka kerja sama internasional diperlukan. Tidak hanya aktor – aktor negara yang melakukan

¹ Angga Natalia and Erine Nur Maulidya, 'Aktualisasi Empat Pilar Sustainable Development Goals (SDGs) Di Perdesaan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan', *JiIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8.1 (2023), 21–41 <<https://doi.org/10.14710/jiip.v8i1.16513>>.

² Armida Salsiah Alisjahbana and Endah Murniningtyas, *Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia*, 2018, III.

³ Ibid, 45

melainkan aktor non negara juga ikut terlibat. Salah satu aktor non negara yang terlibat ialah *Multinational Corporation* (MNC) atau perusahaan multinasional. Perusahaan ini tumbuh hampir di seluruh negara di dunia dan memiliki pusat di negara asalnya. Istilah *Home Country* yaitu negara perusahaan asli dan *Host Country* yaitu negara perusahaan cabang. MNC bergerak dalam berbagai bidang, mulai dari *FnB (Food and Beverages)*, manufaktur, retail, tambang, dan lain sebagainya.⁴

Starbucks yang merupakan salah satu dari MNC yang bergerak dalam bidang *FnB (Foods n Beverages)* khususnya dalam bidang Perkopian dan *Pastry* yang ikut andil dalam mewujudkan agenda *Sustainable Development Goals (SDGs)* khususnya dalam hal lingkungan berkelanjutan atau disebut juga *Enviromental Sustainability*.⁵ Starbucks sendiri memiliki banyak kedai di seluruh negara, salah satunya di Indonesia dengan jumlah 523 kedai pada Juli 2021. Sedangkan kedai terbanyak di dunia adalah di negara asalnya atau *Home Country* yaitu 15.873 kedai pada Juli 2021.⁶

Slogan Starbucks "*Caring for Our Planet & Our People*" mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan komunitas. Starbucks berusaha untuk mengurangi emisi karbon dalam operasional Starbucks, baik melalui efisiensi energi, penggunaan energi terbarukan, maupun

⁴ Katherine Amalia Nurnalina and others, 'UPAYA PERUSAHAAN MULTINASIONAL DALAM MENGURANGI SAMPAH PLASTIK (STUDI KASUS : THE BODY SHOP)', 2022.

⁵ Fauzil Azmi, Ali Maksum, 'Green Marketing And Climate Change: The Case Of Starbucks Indonesia', *Jurnal Mandala Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, June 2022, 2022, 98–118 <<https://doi.org/10.33822/mjih.v5i1.4229>>.

⁶ Gamma Safina, *Indonesia Masuk 10 Besar Negara dengan Jumlah Starbucks Terbanyak*, Diakses dalam <https://data.goodstats.id/statistic/gammashafina/indonesia-masuk-10-besar-negara-dengan-jumlah-starbucks-terbanyak-Rejgg> (31/10/2023, 02.34 WIB)

inisiatif lainnya. Starbucks sendiri juga berkomitmen untuk mengurangi limbah, termasuk penggunaan bahan daur ulang untuk kemasan dan upaya mengurangi penggunaan plastik sekali pakai serta berfokus pada praktik berkelanjutan dalam rantai pasokannya, seperti memastikan kopi yang Starbucks gunakan diproduksi dengan cara yang ramah lingkungan dan adil terhadap petani.

Starbucks menempatkan perhatian besar pada kesejahteraan karyawannya dengan memberikan kondisi kerja yang baik, gaji yang adil, dan manfaat lainnya seperti asuransi kesehatan. Melalui berbagai program pendidikan, seperti *Starbucks College Achievement Plan*, perusahaan membantu karyawan memperoleh pendidikan tinggi.⁷ Starbucks berpartisipasi dalam inisiatif yang mendukung komunitas lokal, seperti program pembangunan komunitas dan kontribusi filantropi. Slogan ini mencerminkan visi Starbucks untuk menjadi perusahaan yang tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memberikan dampak positif pada lingkungan dan masyarakat. Melalui berbagai inisiatif dan program, Starbucks berupaya untuk menjaga keseimbangan antara pertumbuhan bisnis dan tanggung jawab sosial serta lingkungan.

Dunia saat ini menghadapi tantangan lingkungan yang semakin mengkhawatirkan, seperti perubahan iklim, polusi, dan degradasi sumber daya alam. Peran semua pihak, termasuk MNC, sangat penting dalam mengatasi masalah ini. MNC memiliki dampak besar terhadap lingkungan baik melalui operasional Starbucks maupun melalui jaringan pemasok dan konsumen Starbucks. MNC

⁷ 'Starbucks Celebrates Largest Graduating Class Of Employees In Its College Achievement Program' <<https://www.forbes.com/sites/michaelnietzel/2022/05/09/starbucks-celebrates-largest-class-of-employees-graduating-in-its-college-achievement-program/>> [accessed 11 August 2024].

seperti Starbucks memiliki pengaruh ekonomi dan sosial yang luas serta mampu mempengaruhi praktik bisnis global. Starbucks memiliki sumber daya dan kapasitas untuk mengimplementasikan dan menyebarkan praktik berkelanjutan yang dapat menginspirasi dan memotivasi perusahaan lain, baik besar maupun kecil, untuk mengikuti jejak Starbucks.

Dalam rangka merespons tantangan global terkait pola konsumsi dan produksi yang belum berkelanjutan, perusahaan multinasional (multinational corporation/MNC) memegang peranan penting dalam mendukung pencapaian agenda pembangunan berkelanjutan. Salah satu fokus utama dari agenda ini adalah Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs) ke-12, yaitu *Responsible Consumption and Production*. Starbucks, sebagai salah satu MNC yang berbasis di Amerika Serikat dan memiliki jangkauan operasional yang luas di berbagai negara, merupakan contoh perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan. Tidak hanya sebagai pemain utama dalam industri minuman, Starbucks juga berperan sebagai penggerak perubahan sosial dan lingkungan. Posisi Amerika Serikat sebagai negara asal dan pusat kegiatan utama perusahaan ini menjadi relevan untuk dianalisis guna melihat bagaimana strategi keberlanjutan diterapkan secara konkret di lapangan.

Masyarakat sebagai konsumen harus lebih peduli terhadap isu-isu keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Konsumen cenderung mendukung merek yang menunjukkan komitmen terhadap lingkungan. Penelitian ini penting untuk mengevaluasi apakah slogan-slogan seperti "*Caring for Our Planet & Our People*" benar-benar diterapkan dalam praktik dan sejauh mana hal

tersebut berdampak positif. Dengan memahami sejauh mana kontribusi nyata Starbucks dalam mendukung agenda keberlanjutan lingkungan. Selain itu, penelitian ini dapat membantu pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi yang lebih efektif untuk mendorong MNC lainnya mengadopsi praktik berkelanjutan. Penelitian ini sangat menarik untuk diteliti karena dapat memberikan wawasan mendalam tentang peran dan dampak MNC dalam mendukung keberlanjutan lingkungan. Dengan studi kasus pada Starbucks, penelitian ini tidak hanya menguji klaim keberlanjutan perusahaan tetapi juga berkontribusi terhadap upaya global untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah penelitian yaitu “Bagaimana partisipasi Starbucks dalam mendukung agenda *SDG 12* di Amerika Serikat?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah:

- a. Untuk mengidentifikasi perusahaan multinasional dalam agenda keberlanjutan lingkungan yang bergerak di sektor FnB dan Upayanya
- b. Untuk mengetahui Peran *Multinational Corporation* (MNC) dalam menanggapi *Environmental Sustainability* khususnya Starbucks
- c. Untuk mengetahui langkah – langkah yang telah terealisasikan oleh Starbucks dan keuntungan bagi lingkungan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam skripsi ini dikelompokkan menjadi dua yaitu:

a. Manfaat Akademis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini untuk ke depannya dapat dijadikan rujukan bahan referensi pemikiran dan informasi khususnya bagi mahasiswa Hubungan Internasional serta penelitian – penelitian yang membahas mengenai Analisa Partisipasi *Multinational Corporation* dalam Mendukung SDG 12 : Studi Kasus Pada Slogan Starbucks “Caring for Our Planet & Our People” di Amerika Serikat. Dalam penelitian ini, peneliti juga membahas mengenai langkah – langkah yang dilakukan oleh Starbucks.

b. Manfaat Praktis

Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran guna menambah informasi dan juga referensi peneliti – peneliti berikutnya dan juga sebagai pengetahuan bagi pelaku peduli lingkungan. Selain itu, peneliti juga berharap bahwa penelitian dapat bermanfaat untuk pelaku usaha di bidang FnB sehingga dapat memberikan strategi bisnis baru serta berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan.

1.4 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian “Analisa Partisipasi *Multinational Corporation* dalam Mendukung SDG 12 : Studi Kasus Pada Slogan Starbucks “Caring for Our Planet & Our People” di Amerika Serikat”, peneliti mengambil beberapa sumber literatur sebagai acuan dari penelitian ini.

Adapun literatur yang **pertama** adalah **Buku** yang ditulis oleh **Armida Salsiah Alisjahbana dan Endah Murniningtyas** dengan judul *Tujuan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia: Konsep Target dan Strategi Implementasi*. Dalam buku ini menjelaskan mengenai Sejarah awal sebelum terciptanya agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs), kemudian pengenalan SDGs yang merupakan sebuah rangkaian cita-cita dengan tujuan pembangunan global untuk mengatasi berbagai permasalahan dunia, seperti kemiskinan, perubahan iklim, ketidaksetaraan dan juga mengenai keberlanjutan lingkungan hidup. Di dalam buku ini juga menjelaskan mengenai pilar utama *Sustainable Development Goals* (SDGs) yaitu pilar sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dalam hal daya dukung alam, ada 9 indikatornya di antaranya ialah perubahan iklim akibat ulah manusia, meningkatnya asam di laut, penurunan lapisan ozon, penggunaan nitrogen yang berlebihan, dan lain sebagainya.

Buku ini juga menjelaskan mengenai konsep ekonomi hijau yaitu konsep kegiatan ekonomi yang ramah lingkungan dengan berbagai cara. Industri hijau juga disebut sebagai langkah efisiensi serta efektivitas penggunaan sumber daya alam. Dan juga dijelaskan mengenai strategi pencapaian SDGs dunia khususnya Indonesia dan fokus area SDGs di Indonesia. Kekurangan dalam buku ini adalah kurang mengeksplorasi variasi lokal di berbagai daerah serta keterbatasan pembaruan data. Meskipun begitu, buku ini mampu memberikan pemahaman yang mendalam terkait konsep, target dan strategi implementasi SDGs Indonesia.

Literatur berikutnya yang **kedua** ialah **Jurnal** yang ditulis oleh **Rahayu Effendi Dkk.** dengan judul *Pemahaman Tentang Lingkungan Berkelanjutan*.

Dalam literatur ini dibahas mengenai teoritis Ekologi yaitu ilmu yang komprehensif mengenai hubungan antar organisme terhadap lingkungannya. Kemudian mengenai Ekosistem yang mencakup spesies, komunitas, dan pastinya personal. Metode yang dilakukan penulis dalam jurnal ini ialah *library research* dengan cara mengumpulkan data kemudian disajikan dengan olahan kata – kata dan disini juga menggunakan studi kasus yang terjadi pada *Xochimilco Ecological Park and Planet Mark* dan juga membandingkan dengan *Kemer National Park*.

Dalam Jurnal ini disebutkan Studi kasus mengenai taman dan cagar alam terbesar di Amerika Latin yaitu *Xochimilco Ecological Park and Planet Mark* yang mana berada di Kota Meksiko. Dalam kasusnya terjadi degradasi air akibat eksploitasi yang berlebihan dalam pengeboran sumur yang terlalu dalam dan juga terlalu banyak dalam penggunaan air. Kerusakan lingkungan di tempat ini terlihat ketika ganggang – ganggang tanaman mati dikarenakan penguapan air danau dan juga terjadi penurunan tanah dikarenakan hilangnya air tanah. Namun, jurnal ini hanya berfokus pada daerah tertentu sehingga belum sepenuhnya akan relevan dengan daerah-daerah lain.

Literatur **ketiga** ialah **Skripsi** yang ditulis oleh **Katherine Amalia Nurmalina** dengan judul *Upaya Perusahaan Multinasional Dalam Mengurangi Sampah Plastik (Studi Kasus: The Body Shop)*. Dalam literatur ini membahas mengenai produk kecantikan yang memiliki berbagai macam varian seperti bedak, *lip tint*, *skincare*, dan lainnya yang dibungkus atau diwadahi dengan bahan plastik yang mana dapat mencemari lingkungan. Pada penelitian skripsi yang dituliskan oleh Katherine, ia berusaha meneliti upaya apa saja yang dilakukan oleh The Body

Shop yaitu Perusahaan multinasional yang memiliki beberapa ragam alat kecantikan tadi dalam mengurangi limbah plastik dengan menggunakan teori *green marketing*-nya yang terdiri dari *green price*, *green product*, *green place*, dan *green promotion*.

Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik analisa konten yang kemudian ditekstualkan. Teori yang digunakan ialah *Green theory* yang di dalamnya menggunakan empat elemen yaitu *Green Promotion*, *Green Price*, *Green Products*, dan *Green Place*. Skripsi "Upaya Perusahaan Multinasional Dalam Mengurangi Sampah Plastik (Studi Kasus: The Body Shop)" oleh Katherine Amalia Nurmalina memiliki kelebihan dalam relevansi topik, pendekatan empiris, dan kontribusi terhadap literatur. Namun, seperti skripsi lainnya, ia juga memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya, metode penelitian, fokus, dan generalisasi..

Literatur yang keempat adalah jurnal karya Maria Aurelia Pramitha Dkk. dengan judul *Peran Perusahaan Multinasional Terhadap Perubahan Upaya Penanganan Deforestasi Brazil di Amazon*. Dalam penelitian ini membahas mengenai Deforestasi yang terjadi di Brazil yang mana hutan tropis di Brazil termasuk penyumbang 1/3 paru – paru dunia termasuk hutan Amazon. Namun ketika seiring bergantinya pemerintahan, laju deforentasi semakin besar dan komitmen Jair Bolsonaero ketika menjabat menjadi presiden semakin memudar. Jurnal ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertipe deskriptif dan menggunakan teori ketergantungan atau *Interdepedence* yang mana situasi ekonomi suatu negara ditentukan oleh perkembangan dan pembangunan di negara lainnya.

Analisa yang didapat dari jurnal ini ialah adanya ketergantungan antara Perusahaan multinasional dengan pemerintah yang mempengaruhi aspek ekonomi dan juga ekologi. Namun ketika adanya perjanjian Prancis, membuat Perusahaan multinasional lebih bertanggung jawab dalam deforestasi dan juga semakin tereksplorasinya sektor kedelai dan daging sapi pada peningkatan ekonomi lokal. Kelebihan dalam relevansi topik, analisis yang mendalam, dan kontribusi terhadap pemahaman kita tentang isu deforestasi di Amazon. Namun, ia juga memiliki keterbatasan dalam akses data, perspektif lokal, potensi bias, dan kekurangan solusi praktis.

Literatur yang **kelima** ialah **Jurnal** yang ditulis oleh **Alima Fikri Shidiq Dkk.** dengan judul ***Strategi Tanggung Jawab Sosial Starbucks Dalam Mewujudkan Lingkungan Yang Berkelanjutan.*** Dalam jurnal ini membahas mengenai komitmen Indonesia dalam mewujudkan 17 tujuan yang tercantum dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs) dengan mengajak swasta salah satu Starbucks Company yang merupakan Perusahaan hijau (*green*). Dalam perjalanannya, Perusahaan mempunyai sebuah tanggung jawab sosial program atau biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu sebuah komitmen berkelanjutan mengenai bisnis yang berperilaku baik dalam artian meningkatkan kualitas hidup pekerja dan juga masyarakat sekitar pada umumnya.

Metode yang digunakan oleh penulis jurnal tersebut adalah *library research* atau studi kepustakaan dan menggunakan penelitian deskriptif yang mana melakukan deskripsi dan analisis strategi CSR Starbucks dalam berpartisipasi mewujudkan 17 *goals* yang tertuang dalam komitmen SDGs. Jurnal ini memiliki

kelebihan dalam relevansi topik, analisis mendalam bagaimana Starbucks membuat strategi untuk bertanggungjawab dalam lingkungan hidup, dan penggunaan studi kasus Starbucks. Namun, ia juga memiliki keterbatasan dalam aksesibilitas bahasa, data dan informasi, kesulitan dalam penentuan sebab-akibat, potensi bias, dan kekurangan solusi praktis.

Literatur yang **keenam** yaitu **jurnal** dengan judul ***Green Marketing and Climate Change: The Case of Starbucks Indonesia*** yang ditulis oleh **Ali Maksum** yang membahas mengenai kontribusi Starbucks khususnya Starbucks Indonesia dalam menanggapi isu perubahan iklim yang terjadi seperti perubahan suhu, perubahan pola hujan, kesulitan air bersih, dan kekeringan. Isu lingkungan yang mana menarik pemerintah sekaligus perusahaan multinasional untuk bertanggung jawab dalam menangani kerusakan lingkungan.

Metode yang digunakan kualitatif yang menggunakan penelitian juga korespondensi dan juga wawancara untuk melengkapi data dan juga menggunakan teknik studi kepustakaan melalui jurnal, buku, artikel, media elektronik, dan situs web. Dalam penelitiannya menggunakan *Green theory* dan juga menggunakan pendekatan konsep *Green Marketing*. Penelitian ini menggunakan Starbucks sebagai studi kasus sehingga dapat memberikan wawasan yang konkret dalam Praktik *green marketing*. Namun, jurnal ini kurang memberikan solusi praktis atau rekomendasi yang dapat diterapkan secara langsung dalam kebijakan atau praktik bisnis.

Sedangkan penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya mengenai *Sustainable Enviroment*, Lingkungan berkelanjutan, dan juga upaya

salah satu MNC dalam mengurai limbah sampah. Untuk perbedaan sendiri dalam penelitian terdahulu adalah mengenai konsep *green marketing* dan strategi *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) yang mana lebih ke arah *marketing* dan karyawan. Sedangkan penelitian ini akan mengisi kekosongan dari beberapa penelitian terdahulu yang mana penelitian ini akan membahas mengenai kontribusi Starbucks dalam mendukung agenda *Environmental Sustainability*.

Literatur yang **ketujuh** yaitu **jurnal** dengan judul ***Greening Starbucks: Investigating the Relationship between Consumer Green Awareness and Purchase Intentions in Malaysia*** yang ditulis oleh **Jocelyne Lee dkk.** yang membahas mengenai pola konsumsi masyarakat dan juga menunjukkan arah bisnis yang jelas dengan trend nya melalui kuesioner ataupun survey yang dilakukan di negara Malaysia.

Metode yang digunakan oleh penulis jurnal tersebut adalah kuantitatif dengan cara menyebar kuesioner kepada respondent dengan memperhatikan model penelitian dan juga analisa – analisa yang dibutuhkan seperti demografis, deskriptif dan juga regresi. Kelemahan dari penelitian ini adalah dari data yang bisa jadi bias dan juga pemahaman koresponden dalam mengisi dan juga komprehensif pemahaman Starbucksnya.

Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu

| NO | JUDUL DAN NAMA PENELITIAN | JENIS PENELITIAN DAN ALAT ANALISA | HASIL |
|----|---|---|---|
| 1 | <p><i>Tujuan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia: Konsep, Target, dan Strategi Impelemtasi</i></p> <p>Oleh: Armida Salsiah Alisjahbana dan Endah Murniningtyas</p> | <p>Kualitatif Deskriptif</p> | <p>Penelitian ini menjelaskan tentang sejarah terbentuknya agenda <i>Sustainable Development Goals (SDGs)</i>, Pengertian SDGs, Kesiapan Negara – negara dan strategi implementasinya</p> |
| 2 | <p><i>Pemahaman Tentang Lingkungan Berkelanjutan</i></p> <p>Oleh: Rahayu Effendi Dkk.</p> | <p>Kualitatif Pendekatan: Perbandingan (Studi Kasus)</p> | <p>Penelitian ini membahas mengenai degradasi air dan eksploitasi di <i>Xochimilco Ecological Park and Planet Mark</i> dengan perbandingan di <i>Kemeri National Park</i></p> |
| 3 | <p><i>Upaya Perusahaan Multinasional Dalam Mengurangi Sampah Plastik (Studi Kasus: The Body Shop)</i></p> <p>Oleh: Katherine Amalina Nurmalina</p> | <p>Kualitatif Pendekatan: <i>Green theory</i></p> | <p>Penelitian ini menjelaskan mengenai upaya <i>The Body Shop</i> dalam mengurangi limbah plastik</p> |
| 4 | <p><i>Peran Perusahaan Multinasional Terhadap Perubahan Upaya Penanganan Deforestasi Brasil di Amazon</i></p> | <p>Kualitatif Deskriptif Pendekatan: Teori <i>Interdependency</i></p> | <p>Penelitian ini memaparkan tentang upaya pemerintah dalam menanggulangi</p> |

| | | | |
|---|---|--|---|
| | Oleh: Maria Aurelia Paramitha dan Muhammad Faizal Alfian | | deforestasi dan ketergantungan MNC dengan pemerintah |
| 5 | <i>Strategi Tanggung Jawab Sosial Starbucks Dalam Mewujudkan Lingkungan Yang Berkelanjutan</i> Oleh: Alima Fikri Shidiq Dkk. | Deskriptif Analisis Pendekatan: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> | Penelitian ini menjelaskan mengenai tanggung jawab perusahaan MNC pada bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan |
| 6 | <i>Green Marketing And Climate Change: The Case of Starbucks Indonesia</i> Oleh: Ali Maksum dan Fauzil Azmi | Kualitatif Pendekatan: <i>Green theory Green Marketing</i> | Penelitian ini menjelaskan mengenai komitmen Starbucks dalam menjaga lingkungan |
| 7 | Greening Starbucks: Investigating the Relationship between Consumer Green Awareness and Purchase Intentions in Malaysia Oleh: Jocelyne Lee dkk | Kuantitatif Pendekatan: Kuesioner | Penelitian ini menjelaskan mengenai hasil dari kuesioner tentang kesadaran konsumen akan keberlanjutan hijau dan niat beli konsumen |

1.5 Kerangka Konseptual

1.5.1 Konsep *Multinational Corporation* (MNC)

Multinational Corporation (MNC), atau sering disebut sebagai perusahaan multinasional, adalah entitas bisnis yang beroperasi di lebih dari satu negara.⁸ Konsep ini mencerminkan globalisasi ekonomi, di mana perusahaan-perusahaan mengembangkan keberadaan internasional untuk mengejar peluang pasar, sumber daya, dan keuntungan di berbagai negara. Selain itu, *Multinational Corporations*

⁸ Stopford, J. (1998). *Multinational corporations*. Foreign Policy, 12-24.

(MNCs) juga memiliki peran yang signifikan dalam menghadapi isu lingkungan, dan seiring dengan meningkatnya kesadaran global terhadap masalah lingkungan.

Karakteristik utama *MNCs* adalah memiliki kegiatan operasional di lebih dari satu negara yang melibatkan produksi, distribusi, penjualan, dan layanan di beberapa lokasi.⁹ Selain itu, MNC biasanya melakukan investasi asing langsung dengan mendirikan anak perusahaan, cabang, atau afiliasi di negara-negara target. FDI memungkinkan perusahaan untuk memiliki kendali langsung atas operasinya di pasar asing. MNC sendiri juga memiliki struktur organisasi yang kompleks karena harus mengelola kegiatan di berbagai negara dengan berbagai kebijakan, budaya, dan regulasi.

Joseph E. Stiglitz seorang ekonom telah menulis secara luas tentang ekonomi global, perusahaan multinasional (MNC), dan dampaknya terhadap ekonomi dunia. Meskipun Joseph tidak menguraikan secara spesifik "variabel MNC" dalam sebuah daftar yang tersusun secara baku, pemikirannya tentang MNC dapat dikelompokkan dalam beberapa tema utama berdasarkan tulisan dan penelitian.¹⁰ Beberapa variabel penting yang sering dibahas oleh Stiglitz terkait MNC meliputi globalisasi dan perdagangan internasional, investasi asing langsung (FDI), pengaruh ekonomi pada negara tuan rumah, keuangan dan pajak, kebijakan dan regulasi, hak pekerja dan standar lingkungan, kedaulatan dan pengaruh politik serta inovasi dan teknologi.

⁹ Young, C., & Ghoshal, S. (2016). *Organization theory and the multinational corporation*. Springer.

¹⁰ Stiglitz, J. E. (2007, January). *Multinational corporations: Balancing rights and responsibilities*. In *Proceedings of the ASIL Annual Meeting* (Vol. 101, pp. 3-60). Cambridge University Press.

Dalam menghadapi isu lingkungan MNC telah mengadopsi kebijakan lingkungan dan keberlanjutan sebagai bagian integral dari strategi bisnis Starbucks. MNC mengenali pentingnya bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan untuk menjaga citra perusahaan dan memenuhi tuntutan konsumen yang semakin peduli terhadap masalah lingkungan.¹¹ Dengan melihat tingkat kesadaran konsumen tersebut maka MNC berusaha untuk mengelola limbah secara bertanggung jawab dan mengurangi penggunaan sumber daya alam. Akhirnya, MNC dapat menerapkan praktik daur ulang, teknologi pengelolaan limbah, dan strategi efisiensi dalam penggunaan bahan baku.

Melihat hal tersebut Starbucks sebagai salah satu MNC terbesar berupaya dalam menangani permasalahan lingkungan yakni dengan cara mengurangi penggunaan kemasan sekali pakai dengan mendorong pelanggan untuk membawa wadah minum Starbucks sendiri. Starbucks memberikan insentif, seperti diskon, bagi pelanggan yang menggunakan wadah daur ulang Starbucks. Starbucks juga meluncurkan program untuk mendaur ulang cangkir kertas Starbucks. Ini melibatkan kolaborasi dengan mitra dan pihak ketiga untuk meningkatkan infrastruktur daur ulang dan memastikan bahwa cangkir kertas dapat diolah kembali menjadi produk yang dapat digunakan.

1.5.2 Teori Hijau / *Green theory*

Green theory pertama kali muncul sebagai reaksi terhadap tantangan lingkungan yang mendesak pada tahun 1960-an dan 1970-an. Peristiwa penting

¹¹ Vezzoli, C., & Manzini, E. (2008). *Design for environmental sustainability* (p. 4). London: Springer.

dalam perkembangannya adalah Konferensi Lingkungan PBB perdana yang diadakan di Stockholm pada tahun 1972, yang membahas Hukum Lingkungan Internasional. Selain itu, Greenpeace didirikan pada tahun 1971 untuk memprotes uji coba nuklir yang dilakukan oleh Amerika Serikat di Pulau Amchitka, Alaska. Bentuk aktivisme lingkungan ini memainkan peran penting dalam mengkatalisasi gerakan politik hijau, yang mengintegrasikan masalah lingkungan dengan kerangka kerja politik dan kebijakan publik¹².

Kemudian kaum liberalis membantah tuduhan kaum realis berdasarkan lingkungan hidup yang mana menurut liberalis kita hidup bersama, apabila alam rusak maka kita juga akan mati. Dari situlah mulai terjadinya Gerakan lingkungan secara masif di berbagai tempat. Yang awalnya hanya gerakan aksi mulai bermanuver dalam ranah politik yang biasa disebut dengan politik hijau atau *Green Politic*.¹³ *Green theory* dikembangkan oleh R. Ekcerley yang merupakan sarjana yang memiliki fokus terhadap pemikiran politik hijau. Ia menyatakan bahwasanya *Green theory* mengalami dua fase perubahan. Yang pertama memfokuskan kepada irasionalitas dari masalah – masalah lingkungan hidup yang dilakukan oleh negara dan pasar. Yang kedua adalah transnasionalisme dan kosmopolitanisme dalam orientasinya dalam artian tidak meninggalkan kerangka berpikir mengenai permasalahan lingkungan sendiri.

¹² *Awal Mula Greenpeace*, Diakses dalam <https://www.greenpeace.org/indonesia/sejarah-greenpeace/> (31/10/2023, 07.29 WIB)

¹³ Apriwan A, 'Teori Hijau: Alternatif Dalam Perkembangan Teori Hubungan Internasional', *Researchgate.Net*, February 2011, 2011, 1–59

Green Theory yang dikembangkan oleh Eckersley menawarkan kerangka kerja penting untuk mengevaluasi kontribusi perusahaan multinasional (MNC) seperti Starbucks terhadap kelestarian lingkungan. *Green Theory* pada dasarnya menentang metode konvensional dalam menangani masalah lingkungan, mempromosikan perubahan sistemik yang menekankan nilai-nilai ekologi di atas pertimbangan komersial. Eckersley menegaskan bahwa krisis lingkungan tidak dapat diselesaikan secara efektif dalam kerangka kerja politik dan ekonomi yang ada, yang sering kali memprioritaskan keuntungan perusahaan dan otoritas pemerintah di atas kesehatan ekologi jangka panjang.

Terdapat 3 fokus utama pada teori berdasarkan karya Eckersley yang berjudul “*Environmentalism and Political Theory: Toward an Ecocentric Approach*” ;

1. *Sustainable*; Pembangunan yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan potensi generasi mendatang dikenal sebagai keberlanjutan.
2. Ekosentrisme: Fokus pada nilai yang melekat pada lingkungan, tidak hanya sebagai sumber daya manusia.
3. Hubungan antara negara, perusahaan multinasional, lembaga swadaya masyarakat, dan masyarakat sipil dalam hal kebijakan lingkungan

Eckersley mengkritik terkait beberapa metodologi yang memprioritaskan kepentingan manusia jangka pendek dan sering kali bersifat eksploitatif terhadap

sumber daya alam. Eckersley berpendapat bahwa keberlanjutan tidak hanya mencakup pemenuhan kebutuhan manusia saat ini, tetapi juga implikasinya terhadap generasi mendatang dan ekosistem¹⁴. Ia menggarisbawahi pentingnya memprioritaskan kesejahteraan ekologis sebagai landasan keberlanjutan. Penekanan pada keberlanjutan ini berkorelasi dengan tujuan SDG 12 yang mempromosikan konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Eckersley menegaskan bahwa pendekatan atau praktik - praktik yang berkelanjutan harus melampaui manfaat langsung bagi manusia dan mencakup metodologi yang bertanggung jawab secara ekologis dan tahan lama.

Selain itu, Eckersley juga menegaskan pada transisi dari antroposentrisme ke ekosentrisme atau sebuah perspektif yang menganggap lingkungan tidak semata-mata sebagai sumber daya ekonomi tetapi sebagai sebuah entitas yang memiliki nilai intrinsik¹⁵. Ia menggarisbawahi pentingnya memandang lingkungan sebagai hal yang mendasar bagi kebijakan dan tindakan.

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan terkait ekosentris mendorong perusahaan untuk mengejar keuntungan sekaligus mengakui nilai intrinsik dari lingkungan. Kontribusi mereka terhadap SDG ke 12 sudah menjadi dasar penting bagi perusahaan MNC seperti Starbuck karena mereka harus memastikan bahwa teknik produksi mereka tidak hanya minimalis, tetapi benar-benar membantu keberlanjutan ekosistem secara keseluruhan.

¹⁴ R. Eckersley, *Environmentalism and Political Theory: Toward an Ecocentric Approach*, 1st edn (Routledge, 1992), 54 <<https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315072111>>.

¹⁵ Ibid, hal. 48.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian memiliki berbagai macam metode, namun dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono metode kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat pasca-positivisme dalam artian meneliti dalam keadaan objek yang alamiah atau keadaan nyata, dalam eksperimen dan tidak dibuat-buat dan di situ penulis adalah kuncinya.¹⁶

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang mana bertujuan untuk memahami fenomena sosial dengan cara mendeskripsikan fenomena tersebut.¹⁷ Penelitian dengan metode kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui sebuah variabel atau lebih dan diolah secara holistik sistematis. Metode ini digunakan untuk menganalisis kontribusi MNC dalam menghadapi *Enviromental Sustainable* studi kasus Starbucks.

1.6.2 Metode Analisis Data

Penelitian ini juga menjadikan metode kualitatif sebagai desain penelitian agar mendapatkan penelitian yang didasari pada data yang ada.¹⁸ Metode kualitatif dapat diartikan juga sebagai suatu metode penelitian untuk menemukan dan menampilkan suatu fenomena atau peristiwa yang menyangkut pada setiap

¹⁶ Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi* (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).

¹⁷ Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*

¹⁸ Ismayani, A. (2019). *Metodologi Penelitian*. Syiah Kuala University Pers.

pandangan seseorang secara individu ataupun secara berkelompok. Metode analisis ini juga mengungkapkan data secara akurat pada suatu penelitian.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *library research* atau studi pustaka dan juga data primer. Dalam hal ini dilakukan pengumpulan data dari berbagai informasi dan sumber yang ada di internet, buku, dan juga penelitian yang relevan dalam melengkapi data.¹⁹

1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian

1.6.4.1 Batasan Materi

Supaya pembahasan tidak melebar kepada banyak topik, maka penelitian ini menetapkan pembatasan masalah. Dalam hal ini yang dibahas mengenai partisipasi Starbucks dalam mendukung SDG - 12 *responsible consumption and production* studi kasus Starbucks di wilayah Amerika Serikat.

1.6.4.2 Batasan Waktu

Batasan waktu dibutuhkan sehingga pembahasan tidak melebar dalam ruang waktu. Dalam hal ini, batasan waktunya ialah pada tahun 2019 hingga 2023. Rasionalisasinya sesuai dengan data relevan yang terbaru terkait laporan Starbucks Global Environmental and Social Impact Report untuk memperlihatkan target *Sustainable policy* hingga 2030.

¹⁹ Ibid hal. 85

1.7 Argumen Pokok

Berdasarkan kerangka teoritis dengan menggunakan *Green theory* dan konsep MNC maka penelitian ini berargumen bahwa upaya Starbucks dalam mendukung agenda *environmental sustainability* tercermin dalam beberapa prinsip teoritis dan konsep terkait. Beberapa bentuk dari upaya Starbucks adalah dengan menggunakan prinsip daur ulang dan mengurangi penggunaan plastik. Prinsip ini dilakukan oleh Starbucks agar dapat mengurangi limbah dan meminimalkan pengaruh negatif terhadap lingkungan. Starbucks juga aktif berpartisipasi dalam kemitraan dan inisiatif dengan organisasi lingkungan dan pemerintah dengan melakukan pengembangan solusi desain berkelanjutan, menciptakan kemasan yang dapat didaur ulang atau terurai secara alami. Inovasi ini sesuai dengan prinsip-prinsip *Green theory* yang mendukung pengembangan produk dan proses yang lebih ramah lingkungan. Starbucks mendengarkan dan melibatkan pihak berkepentingan dalam mengembangkan solusi berkelanjutan. Saat ini Starbucks berupaya dalam meningkatkan kesadaran pelanggan tentang isu-isu lingkungan. Dengan memberikan informasi dan edukasi, perusahaan ini menciptakan konsumen yang lebih sadar lingkungan.

Tabel 1.2 Sistematika Penulisan

| BAB | BAHASAN POKOK |
|------------------------------|---|
| BAB I PENDAHULUAN | 1.1 Latar Belakang 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 1.3.1 Tujuan Penelitian 1.3.2 Manfaat Penelitian 1.4 Penelitian Terdahulu 1.5 Kerangka Teori 1.5.1 Konsep MNC |

| | |
|---|---|
| | <p>1.5.2 <i>Green theory</i></p> <p>1.6 Metodologi Penelitian</p> <p>1.6.1 Metode/ Tipe penelitian</p> <p>1.6.2 Metode Analisis Data</p> <p>1.6.3 Teknik Pengumpulan Data</p> <p>1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian</p> <p>1.7 Argumen Pokok</p> <p>1.8 Sistematika Penulisan</p> |
| <p>BAB II SEJARAH DAN PROFIL STARBUCKS</p> | <p>GAMBARAN UMUM</p> <p>2.1 Sejarah Starbucks</p> <p>2.2 <i>Corporate Governance</i> Starbucks dan Relasi Starbucks dengan Pemerintah Amerika Serikat</p> <p>2.3 SDG 12 Keberlanjutan Dalam Pola Konsumsi dan Produksi di Amerika Serikat</p> |
| <p>BAB III Partisipasi Starbucks Dalam Mendukung Agenda <i>Enviromental</i> <i>Sustainability</i></p> | <p>PEMBAHASAN</p> <p>3.1 Strategi Starbucks dalam mengurangi limbah plastik melalui Green Marketing</p> <p>3.1.1 Recycle Plastic</p> <p>3.1.2 Greener Store</p> <p>3.1.3 C.A.F.E</p> <p>3.2 Analisis Green Theory dan Relevansi terhadap SDG 12</p> |
| <p>BAB IV Kesimpulan dan Saran</p> | <p>PENUTUP</p> |
| <p>Daftar Pustaka</p> | |