

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persoalan sampah plastik global yang telah mencapai ratusan juta ton per tahun, dan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Indonesia sebagai salah satu negara dengan penyumbang sampah plastik terbesar kedua di dunia telah memberikan kontribusi signifikan terhadap timbulan sampah plastik global. Indonesia telah menghasilkan lebih dari tujuh juta ton sampah plastik setiap tahun. Sampah plastik yang tertimbun tidak mendapat pengelolaan yang baik sehingga dapat merusak lingkungan dan ekosistem. Produk kecantikan kosmetik telah menjadi salah satu sektor penyumbang limbah sampah plastik yang signifikan karena penggunaannya yang massif saat ini. Setiap tahunnya, ada lebih dari 100 miliar unit kemasan kosmetik yang diproduksi dan didistribusikan di seluruh dunia. Sampah plastik sekali pakai hasil *beauty product* tersebut membutuhkan pengelolaan daur ulang yang baik agar tidak berakhir di Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Dalam hal ini, peran dari aktor non-negara, khususnya perusahaan multinasional menjadi sangat penting karena MNC memiliki kapasitas modal, jaringan global, dan pengaruh normatif yang mampu mendorong perubahan perilaku di tingkat masyarakat maupun industri.

The Body Shop sebagai salah satu perusahaan multinasional (MNC) asal Inggris yang bergerak di industri kosmetik di Indonesia telah membangun identitas perusahaan yang peka terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan. Dengan menciptakan kebijakan *Bring Back Our Bottles* (BBOB), The Body Shop telah menjalankan komitmen global dalam keberlangsungan lingkungan. Program BBOB sudah ada di Indonesia sejak tahun 2008 dan masih terus berjalan hingga saat ini. BBOB merupakan salah satu program The Body Shop Indonesia yang mengajak konsumennya untuk mengembalikan kemasan kosong bekas produk The Body Shop ke toko-toko terdekat untuk di daur ulang yang hasil pengolahannya nanti digunakan untuk pemberdayaan program masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program BBOB yang diimplementasikan di Indonesia merupakan bagian dari komitmen global perusahaan sekaligus adaptasi terhadap kebutuhan lokal. Dalam periode 2020–2023, BBOB berhasil mengumpulkan lebih dari 4,6 juta kemasan atau setara 129 ton sampah plastik yang kemudian dipilah oleh Waste4Change dan sebagian besar didaur ulang menjadi bahan baku produk baru. Walaupun kontribusinya secara kuantitatif masih kecil bila dibandingkan dengan total sampah plastik nasional, program ini memiliki nilai strategis karena mampu membentuk perilaku baru di kalangan konsumen, mendorong penerapan *Extended Producer Responsibility* (EPR), serta memperkuat ekosistem ekonomi sirkular di Indonesia. Keberhasilan The Body Shop dalam mengelola sampah plastik yang dikumpulkan melalui program BBOB tersebut tidak luput dari kerjasama yang terjalin antara The Body Shop, Waste4Change, Ecollabo8, dan konsumen sebagai bagian dari rantai pengumpulan. Kerjasama ini mencerminkan model *public–private partnership* yang mengintegrasikan aspek edukasi, pengelolaan teknis, pelacakan limbah (*traceability*), dan sistem daur ulang yang mengikuti standar internasional.

Jika ditinjau dari perspektif *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui kerangka *Triple Bottom Line*, program *Bring Back Our Bottles* (BBOB) secara formal memang menunjukkan pemenuhan aspek *profit*, *people*, dan *planet*. Program ini berkontribusi pada penguatan citra dan loyalitas konsumen (*profit*), mendorong partisipasi publik serta melibatkan mitra pengelola sampah (*people*), dan mengalihkan sebagian kemasan plastik dari Tempat Pembuangan Akhir (*planet*). Namun demikian, pemenuhan ketiga aspek tersebut lebih banyak terjadi pada tataran normatif dan representatif, belum sepenuhnya mencerminkan transformasi sistemik dalam pengelolaan sampah plastik.

Berdasarkan analisis menggunakan kerangka *Seven Sins of Greenwashing*, penelitian ini menegaskan bahwa program BBOB benar merupakan salah satu bentuk praktik *greenwashing*, terutama terlihat pada dosa menyembunyikan trade-off, tidak memiliki bukti, dan tidak relevan. Penekanan berlebihan pada pengumpulan dan daur ulang kemasan membingkai The Body Shop sebagai aktor

lingkungan yang progresif, sementara persoalan struktural terkait produksi plastik, skala dampak lingkungan, serta efektivitas jangka panjang program tidak disajikan secara transparan dan terukur. Dengan menampilkan kewajiban produsen sebagai pencapaian keberlanjutan, BBOB berfungsi lebih sebagai instrumen legitimasi dan penguatan citra hijau perusahaan multinasional dibandingkan sebagai intervensi lingkungan yang mampu memberikan dampak signifikan terhadap krisis sampah plastik di Indonesia. Dengan demikian, meskipun BBOB mengandung aktivitas lingkungan, praktik tersebut tetap memenuhi karakteristik *greenwashing* karena keberlanjutan lebih dihadirkan sebagai narasi simbolik daripada perubahan struktural yang substantif.

Secara keseluruhan, Penelitian ini menunjukkan bahwa The Body Shop sebagai perusahaan multinasional (MNC) berperan nyata dan substansial sebagai aktor non-negara dalam upaya pengurangan sampah plastik di Indonesia melalui program Bring Back Our Bottles (BBOB). Program BBOB tidak hanya merepresentasikan komitmen global perusahaan terhadap isu lingkungan, tetapi juga menunjukkan kemampuan adaptasi kebijakan global ke dalam konteks lokal Indonesia melalui kerja sama lintas aktor yang melibatkan perusahaan pengelola limbah, komunitas, dan konsumen. Dalam periode tahun 2020–2023, The Body Shop Indonesia tetap menjalankan program *Bring Back Our Bottles* (BBOB) secara aktif dan berkelanjutan sebagai bagian dari komitmen perusahaan terhadap pengelolaan sampah plastik. Dalam rentang waktu tersebut, program BBOB berhasil mengumpulkan lebih dari 4,6 juta kemasan kosong atau setara dengan sekitar 129 ton sampah plastik. Hasil ini juga diperkuat dengan data Waste4Change yang mengatakan bahwa pada periode 2020-2023, BBOB telah berhasil mengumpulkan dan mengelola ribuan kilo botol plastik dan kaca dari konsumen The Body Shop di seluruh Indonesia. Meskipun jumlah ini relatif kecil apabila dibandingkan dengan total timbulan sampah plastik nasional, capaian tersebut tetap memiliki arti strategis karena menunjukkan kontribusi nyata perusahaan multinasional dalam mengurangi kebocoran sampah plastik ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) maupun lingkungan. Selain itu, keberhasilan

pengelolaan sampah ini tidak terlepas dari keterlibatan konsumen sebagai bagian penting dalam rantai pengumpulan, yang mencerminkan adanya perubahan perilaku dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan limbah pascakonsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun persentasenya masih relatif kecil, program BBOB memiliki peran terbatas dalam mengalihkan sebagian limbah plastik kosmetik dari Tempat Pembuangan Akhir. Namun, peran tersebut belum dapat dikategorikan sebagai dampak lingkungan yang signifikan secara struktural. Oleh karena itu, BBOB tidak dapat sepenuhnya disimpulkan sebagai program keberlanjutan yang autentik, melainkan lebih merepresentasikan inisiatif simbolik yang berfungsi memperkuat citra keberlanjutan perusahaan multinasional. Program ini tetap memiliki potensi untuk dikembangkan dan direplikasi, apabila disertai dengan transparansi data, pengurangan produksi plastik di hulu, serta pengukuran dampak lingkungan yang lebih komprehensif.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan temuan dan analisis dalam penelitian ini, terdapat sejumlah saran dan rekomendasi yang disusun untuk menjadi kontribusi dalam pemecahan masalah penelitian, baik dalam ranah praktis maupun teoritis. Saran-saran ini ditujukan untuk dapat memperkuat peran The Body Shop sebagai Perusahaan Multinasional (MNC) dalam mengatasi sampah plastik, dan membuka ruang bagi penelitian selanjutnya dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang hubungan internasional, peran perusahaan multinasional, dan isu lingkungan. Oleh karena itu, saran dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu saran akademis dan saran praktis.

### **6.2.1 Saran Akademis**

Secara akademis, peran The Body Shop sebagai perusahaan multinasional dalam pengurangan sampah plastik telah menunjukkan bahwa saat ini dinamika Hubungan internasional tidak lagi didominasi secara eksklusif oleh negara, tapi juga dipengaruhi oleh aktor non-negara yang

memiliki sumber daya, jaringan, serta kapasitas implementasi yang signifikan dalam merespons permasalahan lintas batas seperti krisis sampah plastik. Adanya program BBOB yang digaungkan oleh The Body Shop telah membantu dalam mengurangi sampah plastik di Indonesia, namun untuk menjaga keberlanjutan dampaknya, The Body Shop, perlu melakukan perluasan skala program melalui peningkatan jumlah titik pengumpulan, termasuk bekerja sama dengan mitra ritel dan *platform e-commerce*. Transparansi juga perlu diperkuat melalui publikasi laporan tahunan BBOB yang dapat diakses publik agar program ini tidak hanya dipersepsikan sebagai kampanye pemasaran, tetapi sebagai bentuk nyata tanggung jawab lingkungan. Selain itu, edukasi kepada konsumen juga harus ditingkatkan melalui kampanye digital yang lebih interaktif dan berkelanjutan, sehingga kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengembalian kemasan dapat meningkat. Inovasi produk seperti perluasan *refill station* dan pengurangan penggunaan plastik pada lini produksi juga perlu dipertimbangkan.

Sementara itu, Waste4Change dan mitra pengelola sampah lainnya disarankan untuk memperluas kapasitas fasilitas daur ulang serta memperkuat sistem *traceability* sehingga seluruh proses pengelolaan kemasan dapat dipertanggungjawabkan secara lebih komprehensif. Kolaborasi riset lingkungan dengan The Body Shop juga dapat dilakukan untuk mengukur dampak program secara kuantitatif melalui analisis siklus hidup produk. Di tingkat kebijakan, pemerintah perlu memperkuat regulasi terkait *Extended Producer Responsibility* (EPR) dan memberikan insentif bagi perusahaan yang menjalankan program pengelolaan sampah pascakonsumsi. Peningkatan infrastruktur pemilahan dan fasilitas daur ulang di berbagai wilayah juga sangat mendesak agar program seperti BBOB dapat diterapkan secara lebih merata.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan pendekatan teoretis yang lebih beragam dalam mengkaji peran perusahaan multinasional dalam isu lingkungan. Selain kerangka *Multinational Corporation* (MNC),

*Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan teori *Greenwashing*, studi mendatang dapat menggabungkan konsep *global environmental governance*, *private authority*, atau *multi-stakeholder partnerships* untuk memberikan analisis yang lebih komprehensif mengenai bagaimana perusahaan berinteraksi dengan negara, masyarakat sipil, dan organisasi internasional dalam tata kelola lingkungan global. Pendekatan ini penting untuk melihat relasi kekuasaan, legitimasi, serta akuntabilitas perusahaan multinasional dalam menjalankan program keberlanjutan.

Selain itu, penelitian ini masih terbatas pada satu studi kasus perusahaan multinasional di sektor industri kosmetik. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat melakukan studi komparatif antar perusahaan multinasional, baik dalam sektor kosmetik maupun sektor lain yang juga menghasilkan limbah plastik dalam jumlah besar, seperti industri makanan dan minuman atau produk rumah tangga. Studi perbandingan tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai variasi strategi CSR lingkungan, tingkat efektivitas program pengelolaan kemasan pascakonsumsi, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan suatu inisiatif pengurangan sampah plastik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan awal bagi pengembangan kajian akademik yang lebih kritis dan mendalam mengenai kontribusi aktor non-negara dalam mengatasi persoalan lingkungan global, khususnya dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia yang masih menghadapi keterbatasan infrastruktur pengelolaan sampah.

## **6.2.2 Saran Praktis**

Secara praktis, The Body Shop Indonesia perlu untuk terus memperkuat program BBOB tidak hanya sebagai kampanye pengumpulan kemasan, tetapi sebagai bagian dari sistem pengelolaan plastik yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan. The Body Shop diharapkan dapat meningkatkan

transparansi dan akuntabilitas program dengan menyampaikan data yang lebih rinci dan berkala kepada publik, seperti jumlah kemasan yang berhasil dikumpulkan, jenis plastik yang diproses, serta hasil akhir dari proses daur ulang. Transparansi ini penting untuk memperkuat kepercayaan konsumen sekaligus meminimalisasi potensi tuduhan greenwashing terhadap praktik CSR perusahaan. Selain itu, The Body Shop Indonesia juga disarankan untuk memperluas jangkauan edukasi konsumen terkait pentingnya pengelolaan sampah plastik dan ekonomi sirkular. Edukasi ini dapat dilakukan tidak hanya melalui media sosial dan materi promosi di gerai, tetapi juga melalui kolaborasi dengan institusi pendidikan, komunitas lingkungan, serta organisasi masyarakat sipil. Dengan demikian, program BBOB tidak hanya mendorong partisipasi konsumen dalam pengembalian kemasan, tetapi juga membangun kesadaran jangka panjang mengenai tanggung jawab individu terhadap lingkungan.

Bagi pemerintah Indonesia, penelitian ini menegaskan pentingnya menciptakan regulasi yang lebih tegas dan terintegrasi dalam mendorong tanggung jawab produsen terhadap kemasan pascakonsumsi. Pemerintah diharapkan dapat memperkuat implementasi kebijakan *extended producer responsibility* (EPR) serta memberikan insentif maupun sanksi yang jelas bagi perusahaan dalam pengelolaan sampah plastik. Kolaborasi yang lebih erat antara pemerintah dan perusahaan multinasional seperti The Body Shop juga perlu ditingkatkan agar program CSR perusahaan dapat selaras dengan kebijakan nasional pengurangan sampah plastik. Sementara itu, bagi masyarakat dan konsumen, penelitian ini menyarankan adanya peningkatan partisipasi aktif dalam program pengurangan sampah plastik, termasuk dalam program BBOB. Konsumen tidak hanya berperan sebagai pengguna produk, tetapi juga sebagai aktor penting dalam rantai pengelolaan sampah plastik. Partisipasi konsumen dalam mengembalikan kemasan bekas serta memilih produk yang memiliki komitmen keberlanjutan diharapkan dapat memberikan tekanan positif bagi perusahaan untuk terus meningkatkan

praktik bisnis yang ramah lingkungan. Secara keseluruhan, saran praktis ini menekankan bahwa upaya pengurangan sampah plastik tidak dapat dibebankan pada satu aktor saja. Sinergi antara perusahaan multinasional, pemerintah, dan masyarakat menjadi kunci utama dalam mewujudkan pengelolaan sampah plastik yang lebih efektif, berkelanjutan, dan berkeadilan di Indonesia.