

# **Strategi Greenpeace Melindungi Hutan Indonesia Tahun 2007-2015**

**Fuazan Yusrifan**

Departemen Hubungan Internasional,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga  
Email: seidodu@gmail.com

## *Abstract*

*Deforestation rates in Indonesia tend to increase from year to year and enter at a critical stage. As the third largest forest country in the world, Indonesia is considered a fail to protect forests. The high rates of deforestation is due to Over forest functions, which is mostly done by the private sector, into oil palm plantations which is one of Indonesia's important commodities in international trade. This action even endangered of the Sumatran Tiger and Orangutan until it is threatened with extinction and affect climate change. This action then gained the attention of Greenpeace and initeate them to do forest protection campaign. The Greenpeace campaigns are insprired from Greenpeace's own strategy. This research will explain how Greenpeace's strategy, Non-Violent Direct Action and Moderate, is applied to protect Indonesia's forests. Through a combination of these two strategies from 2007 to 2015, Greenpeace has embraced all walks of life from communities, market-based actors, to the Indonesian government to commit to protect Indonesia's forests through the formulated policies.*

**Kata Kunci:** *Deforestation, Indonesia, Palm Oil, Global Civil Society.*

Organisasi internasional saat ini memiliki peran penting dalam hubungan internasional. Negara bukan lagi sebagai aktor utama dalam suatu hubungan ini, organisasi internasional dapat memengaruhi tindakan maupun kebijakan dari aktor hubungan internasional lain, baik negara maupun perusahaan multinasional. Hal ini kemudian dikaitkan dengan segala upaya dan kampanye yang dilakukan organisasi internasional. Greenpeace adalah salah satu organisasi internasional lingkungan yang independen. Greenpeace telah memiliki 26 kantor perwakilan yang tersebar dalam lingkup nasional maupun regional yang kantor tersebut mengatur kegiatan operasional di lebih dari 55 negara dunia. Seluruh kantor perwakilan tersebut berada di bawah naungan Greenpeace pusat, yang

disebut dengan Greenpeace International atau Stiitching Greenpeace Council. yang berkantor pusat di Amsterdam, Belanda, dan berhak untuk mendapatkan lisensi trademark resmi Greenpeace dalam seluruh kegiatan operasionalnya. Sehingga, Greenpeace International memonitor atau mengawasi secara penuh seluruh kegiatan operasional yang melibatkan cabang Greenpeace tersebut serta mengkoordinasikan perencanaan dan pelaksanaan kampanye global dari Greenpeace. Untuk itu, perwakilan Greenpeace yang tersebar secara nasional dan regional, tidak hanya berkontribusi dengan melakukan aksi di daerahnya saja, namun juga berpartisipasi dalam kampanye secara internasional (*widely*), dan membantu membentuk program kampanye internasional tersebut.

Perwakilan Greenpeace nasional dan regional dipimpin oleh yang disebut dengan trustee (Greenpeace t.t). Trustee ini yang kemudian bertemu setiap setahun sekali dengan seluruh perwakilan Greenpeace dalam Greenpeace International Annual General Meeting (AGM) untuk menyusun strategi organisasi, melakukan perubahan yang diperlukan pada struktur organisasi, menetapkan batas pengeluaran anggaran Greenpeace International, dan memilih tujuh Dewan Internasional (International Board). Ketujuh Dewan Internasional ini, ke depannya, yang memimpin Greenpeace International dan bertanggungjawab dalam: 1) memutuskan isu strategis dan kampanye dari organisasi; 2) menentukan kebijakan organisasi; 3) menyetujui perencanaan program Greenpeace secara global dan pembukaan organisasi di wilayah baru; 4) meratifikasi keputusan dari AGM; 5) memberikan hak untuk penggunaan merk dagang 'Greenpeace' kepada kantor perwakilan Greenpeace yang baru; 6) maintenance dan menentukan operasional kapal-kapal Greenpeace; serta 7) budgeting dan melakukan audit (Greenpeace t.t).

Luasnya cakupan wilayah kerja Greenpeace secara tidak langsung juga menggambarkan komitmen Greenpeace dalam perlindungan lingkungan, tidak hanya bagi satu atau beberapa negara, namun bagi bumi. Melalui berbagai strategi, program, dan kampanye yang digagas oleh seluruh elemen yang di dalam organisasi, Greenpeace ingin mengekspos masalah lingkungan yang semakin mengancam dari tahun ke tahun dan mendorong dirumuskannya solusi untuk masa depan yang hijau. Untuk itu Greenpeace berusaha keras untuk: 1) melindungi segala bentuk keanekaragaman hayati; 2) mencegah polusi dan penyalahgunaan lautan, darat, udara, dan air; 3) mengakhiri

semua ancaman nuklir; 4) mempromosikan perdamaian, global disarmament, dan non-violence (Greenpeace t.t).

Luasnya cakupan wilayah kerja Greenpeace secara tidak langsung juga menggambarkan komitmen Greenpeace dalam perlindungan lingkungan, tidak hanya bagi satu atau beberapa negara, namun bagi bumi.

Salah satu wilayah kerja Greenpeace adalah Asia Tenggara. Bagi Greenpeace wilayah ini adalah wilayah yang sangat berpotensi dan berarti dalam masa depan kelestarian bumi oleh karena Asia Tenggara memiliki warisan kekayaan alami yang luar biasa. Namun dalam kurun waktu 30 tahun terakhir karena pertumbuhan sektor industri dan ekonomi yang semakin pesat maka mengancam kekayaan alami Asia

Tenggara tersebut. Degradasi lingkungan yang cukup parah terjadi di beberapa negara di wilayah Asia Tenggara oleh karena itu tidak sedikit perusahaan-perusahaan multinasional dan negara-negara industri menjadikan Asia Tenggara sebagai tujuan ekspansi operasi bisnis dan teknologi yang cenderung berdampak buruk terhadap lingkungan. Fenomena ini kemudian diperparah oleh beberapa hal berikut, antara lain: 1) kurangnya kesadaran masyarakat mengenai kerusakan lingkungan; 2) lemahnya mekanisme demokrasi untuk memperkuat masyarakat dalam mempengaruhi pengambilan keputusan (Greenpeace t.t). Oleh karena pentingnya potensi pembangunan yang juga dibarengi dengan ancaman lingkungan Greenpeace kemudian meningkatkan aktivitasnya di beberapa negara di wilayah Asia Tenggara di tahun 2000-an salah satunya adalah Indonesia. Dengan fokus kampanyenya meliputi beberapa masalah lingkungan yakni kehutanan, energi, air, dan kelautan.

Hutan Indonesia sendiri memiliki potensi besar bagi solusi perubahan iklim global. Namun kekayaan hutan Indonesia ini juga dapat memicu perubahan iklim global ketika maraknya fenomena deforestasi yang meningkat

dari tahun ke tahun. Pembukaan lahan untuk perkebunan kelapa sawit merupakan salah satu faktor pendorong fenomena deforestasi Indonesia. Indonesia sendiri bersama dengan Malaysia merupakan penghasil minyak kelapa sawit terbesar di dunia yang menghasilkan 90% dari total produksi global (The Economist 2010). Dengan kemampuan produksi itu menjadikan dua negara ini menjadi negara eksportir utama minyak kelapa sawit dunia. Permintaan akan minyak kelapa sawit yang diprediksi terus meningkat ini tentu akan mengancam keberadaan hutan Indonesia oleh karena akan memicu upaya pembukaan lahan dan pengalihan fungsi hutan Indonesia. Deforestasi ini sendiri menghasilkan banyaknya kayu sebagai bahan utama dalam pembuatan kertas, yang mayoritas ilegal dan disebut dengan *unsustainable wood* (Shah 2015). Menurut riset hampir 30% yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan kertas di Indonesia adalah kayu ilegal (Shah 2015).<sup>12</sup> Hal ini kemudian menjadi dasar bagi Greenpeace untuk melindungi dan menyelamatkan hutan Indonesia.

Terdapat dua strategi bagi Greenpeace agar upayanya melindungi hutan Indonesia menjadi konkret strategi *direct action* dan *moderate*. Strategi *direct action* adalah Greenpeace sendiri melakukan konfrontasi langsung dalam penyampaian aspirasinya. Pada November 2007 Greenpeace dengan kapal miliknya yaitu *Rainbow Warrior* melakukan konfrontasi langsung dengan memblokir atau menghadang kapal MT Westama selama tiga hari, Greenpeace Internasional menyatakan bahwa penghadangan kapal tersebut merupakan tindakan nyata dari Greenpeace dalam membeberkan dampak buruk industri kelapa sawit terhadap lahan gambut dan hutan Indonesia (Greenpeace 2007).

Kapal itu akan mengirimkan minyak kelapa sawit hasil dari PT. Permata Hijau Sawit ke India sekitar 30 ribu ton (Greenpeace 2007). Penghadangan

kapal itu karena PT. Pertama Hijau Sawit adalah salah satu perusahaan eksportir minyak kelapa sawit terbesar Indonesia dengan jumlah ekspor mencapai 15% dari total ekspor Indonesia di semester pertama tahun 2007 (Greenpeace 2007). Perusahaan itu mengekspor minyak kelapa sawit dari perusahaan-perusahaan yang terbukti terlibat pembabatan dan kebakaran hutan di Riau.<sup>16</sup>

Greenpeace juga melakukan protes terhadap pelaku importir minyak kelapa sawit Indonesia yaitu Unilever. Pada bulan April 2008 protes yang dilakukan terhadap Unilever dilakukan dengan demonstrasi di beberapa kantor Unilever Eropa seperti misalnya di Inggris, Italia, dan Belanda. Aksi yang dilakukan Greenpeace dengan kostum orangutan yang digunakan oleh para demonstran. Berdasarkan hasil investigasi yang dilakukan oleh Greenpeace maka menyimpulkan bahwa Unilever dalam proses produksinya menggunakan total minyak kelapa sawit sebesar 1.3 juta ton per tahun atau sekitar 3% dari total produksi minyak kelapa sawit global (Clover, 2008). Sekitar 50%-nya didapatkan dari Indonesia (Clover 2008).

Unilever merupakan salah satu perusahaan yang memimpin *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO).<sup>20</sup> Greenpeace menganggap bahwa RSPO masih belum maksimal oleh karena pada saat itu masih belum ada sertifikasi minyak kelapa sawit yang ramah lingkungan di pasar global, sehingga menyebabkan kerusakan hutan terus berlanjut. Untuk itu Greenpeace mendesak Unilever untuk aktif dalam mengakhiri pembukaan lahan kebun kelapa sawit ke kawasan hutan dan lahan gambut serta menghentikan perdagangan dengan pemasok yang terlibat dalam kerusakan hutan Indonesia dan mengancam kelangsungan hidup orangutan.

Aksi Greenpeace berlanjut pada tahun 2009, dimana 18 aktivis Greenpeace yang didalamnya berisikan 12

diantaranya adalah Warga Negara Asing (WNA), melakukan demonstrasi dengan menghadang dan merantai dirinya di alat-alat berat milik perusahaan Sinar Mas Group dan Asia Pacific Resources International Holdings Limited (APRIL) di hutan Riau. Aktivis-aktivis tersebut juga membentangkan spanduk besar yang bertuliskan “Obama, You Can Stop This” di lahan tempat deforestasi dilakukan oleh perusahaan terkait. Greenpeace juga melakukan aksi protes di Jakarta di kantor Sinar Mas Group dan Kementerian Kehutanan Indonesia. Sama halnya dengan yang dilakukan di Riau para demonstran di Jakarta juga membentangkan spanduk yang dipasang di salah satu sudut bangunan bertuliskan “Forest and Climate Criminal” serta merantai dirinya sendiri. Mereka menuntut perusahaan Sinar Mas Group dan juga pemerintah Indonesia untuk mengambil langkah bijak untuk melindungi hutan Indonesia. Aksi damai di Jakarta tersebut dinodai dengan tindakan kekerasan dari pihak keamanan Sinar Mas Group (Kessler 2009).

Sinar Mas Group dengan anak perusahaan APP Sinar Mas yang bergerak di bidang industri kertas merupakan perusahaan besar yang terlibat dalam deforestasi Indonesia mengolah kayu menjadi bahan jadi, yakni kertas. Perusahaan tersebut memiliki konsumen tetap yang menggunakan produknya dalam packaging-nya, diantaranya adalah Kentucky Fried Chicken (KFC) dan Mattel (produsen mainan Barbie). Kedua perusahaan ini menjadi sasaran dari aksi protes aktivis-aktivis Greenpeace yang terjadi pada rentang tahun 2011 hingga 2012.

Aksi protes Greenpeace terhadap KFC dilaksanakan di gerai KFC di beberapa negara, seperti Indonesia, Amerika Serikat, Belanda, China, Hongkong, Taiwan, dan Britania Raya (Duff 2012). Berdasarkan uji yang dilakukan oleh Greenpeace terhadap gelas, kardus, bungkus kentang goreng, tisu dan wadah ayam goreng (bucket) yang

digunakan dalam dua tahun terakhir terbukti memiliki kandungan serat pohon tropis dari Indonesia (Saptohutomo 2012).

Pada tahun 2011 salah satu perusahaan mainan terbesar di dunia Mattel menjadi sasaran aksi protes Greenpeace di Amerika Serikat, berdasarkan hasil uji yang dilakukan Greenpeace terhadap packaging Mattel pada produknya Barbie, ditemukan bahwa terdapat unsur kayu dari hutan tropis Indonesia. 26 Mattel merupakan konsumen dari APP Sinar Mas dimana perusahaan yang terlibat dalam deforestasi di Indonesia. Mengetahui hal ini aksi protes terhadap Mattel tidak terhindarkan, Greenpeace melaksanakan aksinya di kantor pusat Mattel di California, Amerika Serikat juga dengan membentangkan spanduk raksasa yang bertuliskan “Barbie, It's Over. I don't Date Girls That Are into Deforestation”.

Aksi yang secara tidak langsung juga menargetkan Sinar Mas Group ternyata tidak hanya dialami oleh dua perusahaan diatas. Terdapat dua perusahaan lain yang menjadi sasaran aksi protes Greenpeace yaitu Nestle dan Bank HSBC. Nestle merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan minyak kelapa sawit dari Sinar Mas Group dalam proses produksinya. Pada tahun 2010 aksi demo dilakukan di kantor dan pabrik Nestle di beberapa negara seperti Jerman, China, Swiss, dan Inggris (Greenpeace 2013). Jika Nestle di protes oleh karena mereka menggunakan minyak kelapa sawit Sinar Mas Group maka HSBC tak luput dari aksi Greenpeace oleh karena bank ini terbukti telah menyuntikkan dana dengan berinvestasi ke anak perusahaan Sinar Mas Group yaitu Golden Agri-Resources Ltd (Maung 2010). Aksi terhadap HSBC dilakukan di London, Inggris, di tahun 2010.

Aksi protes Greenpeace terhadap perusahaan nasional dan multinasional di atas bukannya tanpa tuntutan. Greenpeace menuntut perusahaan itu untuk mengkaji ulang atau melakukan

internal audit terhadap semua proses aktivitas perdagangan mereka, Greenpeace menuntut kedua perusahaan tersebut agar menghentikan semua aktivitas perdagangan dengan perusahaan yang terbukti dalam aktivitas deforestasi Indonesia. Langkah ini dipilih oleh kedua perusahaan yang akan berdampak positif cukup signifikan bagi hutan Indonesia dan berbagai kelangsungan hidup yang berada di dalamnya.

Strategi moderate sendiri dibagi menjadi dua yaitu scientific report dan lobbying. Scientific report adalah strategi Greenpeace dengan menerbitkan laporan-laporan penelitian tentang pengerusakan hutan yang sedang terjadi dilengkapi dengan data-data dan disebarluaskan kepada publik baik dalam bentuk fisik maupun data digital yang dapat diunduh. Pada tahun 2007 Greenpeace menerbitkan laporan hasil investigasi fenomena deforestasi Indonesia khususnya di wilayah Riau, Sumatra, yang berjudul "How the Palm Oil Industry is Cooking the Climate Change" dan menekankan pentingnya melindungi hutan Indonesia. Dalam laporan tersebut Greenpeace menjabarkan perkembangan perkebunan kelapa sawit yang semakin meningkat dan membahayakan hutan serta keanekaragaman hayati di Riau. Fenomena ini karena dibarengi dengan tingginya permintaan minyak kelapa sawit yang harganya murah Greenpeace kemudian memprediksi permintaan tersebut akan meningkat dua kali lipat pada tahun 2030 dan tiga kali lipat di tahun 2050 jika dibandingkan dengan tahun 2000 (Greenpeace 2007). Greenpeace kemudian juga menjelaskan dampak buruk jika pengalihan fungsi hutan menjadi perkebunan kelapa sawit makin marak terjadi maka salah satunya perubahan iklim yang berasal dari meningkatnya gas rumah kaca yang dilepaskan ke atmosfer bumi. Melalui laporan itu Greenpeace juga berhasil menginvestigasi mata rantai perusahaan-perusahaan dari lokal hingga multinasional yang terlibat dalam pengalihan fungsi hutan dan

mayoritas adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan, kosmetik dan biofuel.

Setelah berhasil melakukan investigasi rantai perusahaan selanjutnya pada April 2008 Greenpeace menerbitkan laporan lebih lanjut mengenai bukti-bukti perusahaan terkait dalam deforestasi Indonesia yang berjudul "How Unilever Palm Oil Suppliers Are Burning Up Borneo." Greenpeace memfokuskan kepada perusahaan multinasional ternama Unilever mengenai bukti-bukti bagaimana penyedia (supplier) minyak kelapa sawit untuk Unilever terlibat dalam maraknya deforestasi Indonesia di hutan Kalimantan. pemasok tersebut antara lain: Sinar Mas, IOI, ADM-Kuok-Wilmar, Sime Darby, Musim Mas, Astra Argo, dan Asian Agri. Greenpeace memetakan distribusi lahan dari pemasok tersebut di Kalimantan dan menjelaskan satu per satu relasinya dengan Unilever dan juga profil singkat mengenai rata-rata produksi minyak kelapa sawit. Unilever terbukti menggunakan minyak kelapa sawit di proses produksinya, dan ini ditemukan di beberapa produknya seperti Dove, Dirt is Good (Persil, Omo, Surf Excel), Knorr, Walls, dan HealthHeart (Flora/Becel). Greenpeace juga bekerjasama dengan World Wildlife Fund (WWF) kemudian juga memberikan prediksi perkembangan hutan dan perkebunan kelapa sawit di Kalimantan hingga beberapa puluh tahun ke depan. Begitu pula dengan gambaran habitat Orangutan yang semakin terancam, untuk itu dalam laporannya Greenpeace turut mendesak Unilever untuk mendukung dan menginisiasi program moratorium serta menghentikan aktivitas perdagangan dengan perusahaan yang terlibat deforestasi (*clean up the trade*).

Pada Mei 2008 terbit laporan selanjutnya dari Greenpeace berjudul "The Hidden Carbon Liability of Indonesian Palm Oil", yang berisikan tentang Unilever yang bergabung menjadi salah satu anggota Carbon

Disclosure Project (CDP) untuk mendukung moratorium hutan Indonesia sebagai salah satu upaya kontributif dalam menghadapi perubahan iklim, reduksi gas rumah kaca, dan dekarbonisasi. Hal ini sendiri akan mengorbankan 80% produk-produk unggulan Unilever yang mayoritas menggunakan bahan baku minyak kelapa sawit (Greenpeace 2008). Laporan tersebut juga menunjukkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingginya konsumsi minyak kelapa sawit oleh Unilever yang disebabkan oleh tingginya penjualan produk Unilever di India dan China sehingga berbanding lurus dengan tingginya permintaan. Sedikit juga dijelaskan mengenai kegagalan RSPO dalam pengawasan ekspansi minyak kelapa sawit dan *poor governance* dari pemerintah Indonesia dalam tingginya deforestasi.

Pembuatan dan publikasi laporan Greenpeace ini tetap berlanjut di rentang tahun 2010 hingga 2013. Pada Desember 2009, Juli 2010 dan April 2013 setelah menjelaskan Unilever dalam deforestasi Indonesia berikutnya Greenpeace kemudian menginvestigasi keterlibatan Sinar Mas Group di laporan yang berjudul "How Sinar Mas is Pulping the Planet", "Illegal Forest Clearance and RSPO Greenwash: Case Studies of Sinar Mas", dan Darmex Agro Group atau yang dikenal dengan Duta Palma dalam "A Dirty Business". Laporan ini menjelaskan tentang ekspansi bisnis Sinar Mas dan Duta Palma juga berkontribusi besar terhadap kerusakan hutan Indonesia. Perusahaan-perusahaan besar juga menggunakan produk dari Sinar Mas Group dan Duta Palma.

Pada Mei 2008 terbit laporan selanjutnya dari Greenpeace berjudul "The Hidden Carbon Liability of Indonesian Palm Oil", yang berisikan tentang Unilever yang bergabung menjadi salah satu anggota Carbon Disclosure Project (CDP) untuk mendukung moratorium hutan Indonesia sebagai salah satu upaya

kontributif dalam menghadapi perubahan iklim, reduksi gas rumah kaca, dan dekarbonisasi. Hal ini sendiri akan mengorbankan 80% produk-produk unggulan Unilever yang mayoritas menggunakan bahan baku minyak kelapa sawit (Greenpeace 2008). Laporan tersebut juga menunjukkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingginya konsumsi minyak kelapa sawit oleh Unilever yang disebabkan oleh tingginya penjualan produk Unilever di India dan China sehingga berbanding lurus dengan tingginya permintaan. Sedikit juga dijelaskan mengenai kegagalan RSPO dalam pengawasan ekspansi minyak kelapa sawit dan *poor governance* dari pemerintah Indonesia dalam tingginya deforestasi.

Pembuatan dan publikasi laporan Greenpeace ini tetap berlanjut di rentang tahun 2010 hingga 2013. Pada Desember 2009, Juli 2010 dan April 2013 setelah menjelaskan Unilever dalam deforestasi Indonesia berikutnya Greenpeace kemudian menginvestigasi keterlibatan Sinar Mas Group di laporan yang berjudul "How Sinar Mas is Pulping the Planet", "Illegal Forest Clearance and RSPO Greenwash: Case Studies of Sinar Mas", dan Darmex Agro Group atau yang dikenal dengan Duta Palma dalam "A Dirty Business". Laporan ini menjelaskan tentang ekspansi bisnis Sinar Mas dan Duta Palma juga berkontribusi besar terhadap kerusakan hutan Indonesia. Perusahaan-perusahaan besar juga menggunakan produk dari Sinar Mas Group dan Duta Palma.

Greenpeace juga membuat laporan yang berjudul "Caught Red Handed: How Nestle Use of Palm Oil is Having a Devastating Impact on Rainforests, the Climate and Orangutans", "Sinar Mas Under Investigation: How APP Is Toying with Extinction", dan "How KFC is Junking the Jungle by Driving Rainforest Destruction in Indonesia" yang masing-masing diterbitkan pada November 2009, Juni 2011, dan Mei 2012. Dalam laporan ini Greenpeace

menjelaskan hubungan antara APP Sinar Mas dan perusahaan mainan, seperti Mattel, Disney, Hasbro, dan Lego serta perusahaan makanan cepat saji, KFC, berdasarkan pada uji forensik terhadap packaging perusahaan-perusahaan tersebut. Dan juga menjelaskan supply chain antara perusahaan Sinar Mas Group yang bergerak di bidang minyak kelapa sawit dengan Nestle.

Pada November 2010 Greenpeace membuat laporan tentang ketidakseriusan pemerintah Indonesia dalam pengalihan fungsi hutan. Padahal sebelumnya, pemerintah Indonesia yang pada saat itu dipimpin oleh Susilo Bambang Yudhoyono yang berkomitmen untuk mengurangi gas rumah kaca sebesar 41% seperti yang dikemukakan dalam pertemuan G20. Dalam laporan yang berjudul "Protection Money", Greenpeace mengindikasikan bahwa pemerintah Indonesia justru akan terus mendukung ekspansi bisnis kelapa sawit dan kertas. Upaya pemerintah Indonesia ini menggunakan international climate funding dari beberapa organisasi internasional dan negara, salah satunya Norwegia yang mencapai 1 miliar US\$. Tindakan pemerintah Indonesia ini tentu membawa angin segar bagi perusahaan pelaku deforestasi dalam meningkatkan produksi minyak kelapa sawit dan kertas Indonesia beberapa tahun ke depan. Ini mengindikasikan bahwa pemerintah Indonesia tidak memfokuskan pada fenomena deforestasi dalam pengurangan karbon dari emisi gas rumah kaca yang mana justru deforestasi adalah salah satu yang menyebabkan tingginya emisi gas rumah kaca di Indonesia.

Lobbying adalah cara Greenpeace untuk bernegosiasi dengan pihak-pihak terkait seperti Pemerintah ataupun kepada perusahaan pemproduksi hasil hutan ataupun perusahaan yang membeli hasil produksi hasil hutan itu, dalam langkah ini Greenpeace melakukan upaya untuk merumuskan solusi-solusi untuk melindungi hutan.

Di tahun 2008 Greenpeace melakukan lobbying dengan perwakilan Unilever di pabrik Unilever Port Sunlight Wirral, Inggris. Para aktivis ini bertemu langsung dengan perwakilan Unilever Setelah pertemuan perwakilancampaign manager Greenpeace yaitu Andy Talt menyatakan bahwa Unilever berjanji akan mengkaji ulang semua kebijakan terkait dengan minyak kelapa sawit dan Greenpeace akan tetap menekan dan mengawal Unilever (BBC, 2008). Proses lobbying juga dilakukan dengan perusahaan-perusahaan besar lain, yakni Kraft, Nestle, Cadbury, Cargill, dan Procter & Gambler (Greenpeace, 2008). Pada tahun 2011 Greenpeace juga melakukan lobbying dengan jajaran pimpinan KFC Indonesia untuk membicarakan terlibatnya APP Sinar Mas perusahaan produsen packaging KFC dan mengambil solusi ke depannya (Mongabay, 2012).

Di tahun 2008 Greenpeace melakukan lobbying dengan perwakilan Unilever di pabrik Unilever Port Sunlight Wirral, Inggris. Para aktivis ini bertemu langsung dengan perwakilan Unilever Setelah pertemuan perwakilancampaign manager Greenpeace yaitu Andy Talt menyatakan bahwa Unilever berjanji akan mengkaji ulang semua kebijakan terkait dengan minyak kelapa sawit dan Greenpeace akan tetap menekan dan mengawal Unilever. Proses lobbying juga dilakukan dengan perusahaan-perusahaan besar lain, yakni Kraft, Nestle, Cadbury, Cargill, dan Procter & Gambler Pada tahun 2011 Greenpeace juga melakukan lobbying dengan jajaran pimpinan KFC Indonesia untuk membicarakan terlibatnya APP Sinar Mas perusahaan produsen packaging KFC dan mengambil solusi ke depannya (Mongabay, 2008).

Pertemuan dan lobbying yang sangat penting bagi Greenpeace adalah ketika Kumi Naidoo seorang Direktur Eksekutif Greenpeace International yang bertemu dan melobi presiden Indonesia ke-6 Susilo Bambang Yudhoyono pada Juni 2012 di Jakarta, Indonesia. Dalam pertemuan ini Kumi Naidoo

menyatakan bahwa Greenpeace mendukung upaya pemerintah Indonesia untuk mengurangi emisi gas rumah kaca sebesar 26% dengan pertumbuhan ekonomi 7% setiap tahunnya. Untuk mengurangi emisi gas rumah kaca ini Greenpeace berharap agar pemerintah Indonesia menekankan pada kebijakan moratorium. Setelah pertemuan ini Kumi Naidoo menyatakan bahwa Indonesia berjanji untuk berkomitmen dalam pertumbuhan ekonomi berbasis lingkungan. Pada saat yang sama presiden Susilo Bambang Yudhoyono dengan tangan terbuka akan menerima kedatangan kapal Greenpeace Rainbow Warrior yang akan berkunjung ke Indonesia di tahun 2013.

Ketika Rainbow Warrior berlabuh di pelabuhan Tanjung Priok, Jakarta. Di tahun 2013 presiden Susilo Bambang Yudhoyono menyempatkan diri untuk berkunjung ke kapal tersebut ditemani dengan Kumi Naidoo.

“[Please do] criticize Indonesia over the things the country has to improve, and advise us how to maintain the environment. If Indonesia does good things, do not forget to tell the world that Indonesia has a strong commitment to protecting the environment.” (Parlina 2013)

Kutipan di atas adalah statement yang diucapkan oleh presiden Susilo Bambang Yudhoyono di tengah-tengah kunjungannya di Rainbow Warrior. Pernyataan presiden Susilo Bambang Yudhoyono, dari pernyataan ini Greenpeace memberi masukan kepada pemerintah Indonesia dalam bidang perlindungan lingkungan dan juga menegaskan posisi Indonesia yang akan berkomitmen untuk melindungi lingkungannya. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono juga menganggap Greenpeace sebagai ‘partner’ (Parlina,

2013). Pernyataan dan anggapan presiden tersebut secara tidak langsung Greenpeace mendapatkan privilege, kesempatan, dan ‘kemudahan’ untuk melancarkan segala aksi dan kampanye dalam perlindungan lingkungan di Indonesia (Parlina 2013).

Upaya Greenpeace dalam perlindungan hutan Indonesia yang dilakukan dengan strategi direct action dan moderate mulai membuahkan hasil. Indikator ini dapat dilihat pada bagaimana perusahaan dan pemerintah Indonesia yang mulai mempertimbangkan untuk melakukan upaya nyata untuk melindungi hutan Indonesia. Seperti Unilever melalui Chief Executive-nya, Patrick Cescau, kemudian juga berkomitmen hanya akan membeli minyak kelapa sawit sustainable dan bersertifikasi pada tahun 2015 (Unilever t.t). Komitmen Unilever ini teraplikasikan dengan baik, sehingga menjadikan Unilever sebagai perusahaan yang menggunakan minyak kelapa sawit bersertifikat terbesar di tahun 2015 dengan jumlah kurang lebih 300 ribu ton atau sekitar 19%. Komitmen Unilever dalam menggunakan minyak kelapa sawit yang sustainable dan certified diatas tidak bisa dilepaskan dengan lima prinsip dasar dari RSPO, antara lain 1) no deforestation; 2) no development on peat; 3) no exploitation of people or communities; 4) driving positive social and economic impact for smallholders and women while protecting forests; dan 5) transparency (Unilever t.t). Melalui lima prinsip dasar ini Unilever kemudian mendorong para pihak pemasokminyak kelapa sawit untuk hanya menyediakan minyak kelapa sawit yang benar-benar sustain dan certified kepada Unilever. Atau dengan kata lain Unilever menekan pemasokmereka untuk menghentikan segala kegiatan produksi yang merusak

Dalam pertemuan ini Kumi Naidoo menyatakan bahwa Greenpeace mendukung upaya pemerintah Indonesia untuk mengurangi emisi gas rumah kaca sebesar 26% dengan pertumbuhan ekonomi 7% setiap tahunnya.

hutan Indonesia. Komitmen ini secara tidak langsung membuat Unilever juga menetapkan standard yang tinggi terhadap minyak kelapa sawit yang akan mereka gunakan untuk kegiatan produksinya.

Berangkat dari komitmen ini Unilever kemudian menghentikan kerjasama dengan salah satu penyedia minyak kelapa sawit yaitu PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk (atau yang juga dikenal dengan SMART) salah satu perusahaan yang tergabung dalam Sinar Mas Group. Penghentian kerjasama dengan SMART yang nilai kontraknya mencapai 20 juta poundsterling per tahun yang prosesnya dipengaruhi oleh laporan yang dibuat oleh Greenpeace yang menjelaskan dengan rinci bagaimana perusahaan SMART tersebut terlibat dalam deforestasi Indonesia antara lain yang pertama adalah pembukaan lahan tanpa peninjauan dampak lingkungannya, kedua pembukaan lahan tanpa izin; dan yang ketiga pembukaan lahan di hutan gambut. Kegiatan deforestasi tersebut dilakukan dengan mengabaikan prinsip-prinsip dasar dari RSPO. SMART sendiri merupakan salah satu anggota RSPO, untuk membuktikan laporan Greenpeace tersebut Unilever dan SMART menyelenggarakan audit yang dilakukan oleh dua tim audit independen Control Union Certification (CUC) dan British Standard Institute (Reuters, 2010). Kedua tim auditor ini akan menginvestigasi dan membuat laporan apakah SMART terbukti melakukan tindakan deforestasi berdasarkan laporan Greenpeace dan kemudian menentukan dalam kelanjutan kerjasama antara Unilever dengan SMART.

Selain menghentikan kerjasama dengan SMART, Unilever juga diketahui menghentikan kerjasamanya dengan perusahaan lain yakni IOI. Perusahaan ini juga terindikasi terlibat dalam deforestasi hutan Indonesia yang tidak sesuai dengan lima prinsip dasar RSPO khususnya di wilayah Ketabang, Kalimantan. Langkah yang diempuh

Unilever agar mendapatkan minyak kelapa sawit untuk aktivitas produksinya adalah dengan membeli minyak kelapa sawit dari perkebunan yang dikelola oleh kelompok petani kecil di Riau yaitu Asosiasi Petani Swadaya Amanah yang mana asosisasi ini telah berhasil memperoleh sertifikasi RSPO dan menjadi kelompok petani swadaya pertama yang memperoleh sertifikasi RSPO (Wihardandi 2010).

Langkah nyata Unilever yang menghentikan kerjasama dengan SMART dan IOI juga diambil oleh Nestle. Nestle merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan minyak kelapa sawit dalam skala besar untuk kegiatan produksi beberapa produk unggulannya seperti Coffe Matte, Nestle Crunch, Maggi Soup Mixes, dan Kit Kat (Chaudari 2012). Nestle, Unilever dan Kraft menghentikan kerjasamanya dengan Sinar Mas Group dalam pengadaan minyak kelapa sawit pada sekitar tahun 2010.

Latar belakang pengambilan kebijakan yang diambil oleh Nestle tidak bisa dilepaskan dari menurunnya branding Nestle oleh masyarakat internasional pada umumnya melalui media sosial. Aksi Greenpeace terhadap Nestle ini kemudian berperan besar dalam hal tersebut. Nestle mendapatkan sentimen negatif di media sosial seperti Facebook dan Twitter. Di jejaring sosial Facebook sebelum aksi Greenpeace terdapat sekitar 100 ribu penggemar follower Nestle namun follower tersebut mem-follow akun Facebook Nestle hanya untuk menghujat sebagai salah satu pergerakan anti-Nestle (Chaudari 2012). Pergerakan tersebut juga menjadi viral di jejaring sosial Twitter. Menanggapi makin buruknya reputasi dan branding Nestle kemudian mendorong manajemen untuk mendukung wacana moratorium seperti yang dituntut oleh Greenpeace.

Pada bulan Oktober 2011 salah satu mitra perusahaan APP Sinar Mas Mattel memutuskan untuk tidak menggunakan lagi produk dari APP Sinar Mas,

perwakilan dari Mattel Lisa Marie Bongiovanni menyatakan bahwa Mattel tidak melanjutkan kerjasama dan menggunakan produk dari perusahaan yang terlibat deforestasi di Indonesia (Hance 2011). Untuk itu Mattel pun berkomitmen untuk menggunakan bahan baku kertas dan serat kayu yang sustain hingga daur ulang (*recycle*) (Wohl 2011). Selain dua standard tersebut Mattel juga akan berkomitmen untuk menggunakan bahan baku yang sudah bersertifikasi dengan menjalin kerjasama dengan pihak ketiga yang kredibel yaitu Forest Stewardship Council. Ke depannya pada akhir tahun 2011 Mattel menargetkan akan menggunakan 70% bahan baku yang sustain, recycled, dan certified untuk packaging-nya. Target ini kemudian meningkat pada akhir tahun 2015 menjadi 85% (Mattel t.t). Agar komitmen ini dapat terwujud Mattel kemudian akan berupaya untuk menjalin komunikasi dan koordinasi dengan beberapa pihak seperti pemasok bahan baku dan juga organisasi lingkungan agar mendapatkan sertifikasi yang sesuai dengan standard yang ditetapkan oleh Mattel, produk tersebut tidak merusak lingkungan.

Pada Juli 2012 KFC menghentikan kerjasama dengan APP Sinar Mas, KFC Indonesia yang pertama melakukan inisiatif. Hal ini berdasarkan pada laporan Greenpeace yang mengindikasikan APP Sinar Mas telah melakukan deforestasi hutan Indonesia. KFC Indonesia memutuskan untuk menghentikan kerjasama dan tidak menggunakan lagi produk dari APP Sinar Mas untuk packaging-nya. Namun tindakan KFC Indonesia ini masih belum mewakili keputusan KFC secara global. Perwakilan Greenpeace Rolf Skar menyambut positif kebijakan yang diambil oleh KFC Indonesia dan berharap KFC global juga akan merumuskan kebijakan yang sama dengan KFC Indonesia. Namun Greenpeace tetap melakukan aksi untuk menekan KFC Global karena gerai KFC sudah tersebar di sekitar 100 negara.

Setelah diserang oleh beberapa aksi yang dilakukan oleh Greenpeace dua perusahaan yang tergabung dalam Sinar Mas Group yaitu SMART Tbk dan APP Sinar Mas pada akhirnya berkomitmen untuk turut melindungi hutan Indonesia dari segala kegiatan produksi yang destruktif. Komitmen tersebut direfleksikan oleh kedua perusahaan tersebut dengan program yang dinamakan Forest Conservation Policy (FCP). SMART Tbk merumuskan program tersebut pada bulan Februari 2011 melalui induk perusahaannya yaitu Golden Agri-Resources (GAR). Dalam program tersebut GAR ingin memastikan segala operasi yang berkaitan dengan minyak kelapa sawit tidak berkaitan dengan kegiatan deforestasi di Indonesia. Untuk menunjang keinginannya tersebut GAR kemudian berfokus pada beberapa prinsip berikut yang pertama memastikan no development di area hutan High Carbon Stock (HCS) yang kedua memastikan no development di area hutan yang memiliki nilai konservasi tinggi ketiga no development di area hutan gambut dan yang keempat meminta dan mengikutsertakan saran dan masukan dari berbagai pemangku kepentingan termasuk masyarakat lokal dalam rangka menghindari dan menyelesaikan konflik sosial di keseluruhan rantai pasokan (*supply chain*); dan yang kelima mematuhi semua undang-undang yang relevan serta mendasarkan diri pada prinsip dan kriteria RSPO (Golden Agri Resources, 2014). Pada tahun 2011 pemerintah Indonesia merumuskan kebijakan moratorium hutan yang diputuskan melalui Instruksi Presiden (Inpres) no. 10 tahun 2011 mengenai penundaan pemberian izin baru dan penyempurnaan tata kelola hutan alam primer dan lahan gambut. Instruksi presiden ini menyangkut beberapa aparatur negara seperti menteri dan gubernur. Melalui instruksi ini presiden Susilo Bambang Yudhoyono berharap agar semua pihak maupun aparatur negara yang terkait secara nyata menjaga lingkungan hidup Indonesia khususnya hutan, sebagai upaya nyata

Indonesia dalam pengimplementasian komitmen untuk mengurangi emisi gas rumah kaca hingga dua tahun ke depan atau berakhir pada tahun 2013. Moratorium ini merupakan tindak lanjut dari Surat Pernyataan Kehendak (Letter of Intent/LoI) yang ditandatangani pada tahun 2010 antara pemerintah Indonesia dengan Kerajaan Norwegia. Kedua negara ini bersepakat untuk bekerjasama melindungi hutan Indonesia, perjanjian ini mengikat kedua negara dalam kerangka kerjasama yang bertujuan untuk menurunkan emisi gas rumah kaca di Indonesia melalui mekanisme REDD+ (Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation). Dari kerjasama ini pemerintah Indonesia mendapatkan dana bantuan finansial dari Norwegia dengan nilai yang cukup besar yaitu US\$ 1 miliar (Berita Satu, 2012).

Jadi, berdasarkan data, fakta, dan analisis yang diuraikan sebelumnya terkait dengan strategi yang dijalankan oleh Greenpeace dalam upaya perlindungan hutan Indonesia

serta pengaruhnya terhadap perusahaan multinasional seperti Unilever, Mattel, Sinar Mas Group, dan KFC serta juga pemerintah Indonesia, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ditulis pada bab awal penelitian sebelumnya terbukti. Hal ini karena berdasarkan uraian dan temuan yang ada pada saat penelitian, ternyata kedua strategi yang telah dijabarkan sebelumnya (NVDA dan moderate) menentukan pengaruhnya terhadap perusahaan dan pemerintah Indonesia sehingga hal ini yang kemudian membawa pada terwujudnya perlindungan hutan Indonesia pada periode 2008 hingga 2014 melalui beberapa program perlindungan dan konservasi hutan, moratorium, hingga penghentian kerjasama oleh perusahaan satu terhadap perusahaan lain yang terbukti dalam deforestasi

...strategi yang telah dijabarkan sebelumnya (NVDA dan moderate) menentukan pengaruhnya terhadap perusahaan dan pemerintah Indonesia sehingga hal ini yang kemudian membawa pada terwujudnya perlindungan hutan Indonesia pada periode 2008 hingga 2014...

### Daftar Pustaka

- “Down to Zero: How Greenpeace is Ending Deforestation in Indonesia 2003-2013 and Governance Structure”, <http://www.Greenpeace.org/international/en/about/how-is-Greenpeace-structured/governance-structure> (diakses pada 10 Juni 2017)
- “Governance Structure”, <http://www.Greenpeace.org/international/en/about/how-is-Greenpeace-structured/governance-structure> (diakses pada 10 Juni 2017)
- “Greenpeace Structure and Organisation”, Greenpeace, <http://www.Greenpeace.org/international/en/about/how-is-Greenpeace-structured/> (diakses pada 10 Juni 2017)
- “How is Greenpeace Organised? Who Runs Greenpeace”, Greenpeace, <http://www.Greenpeace.org/international/en/about/faq/> (diakses pada 10 Juni 2017)
- “How the Palm Oil Industry is Cooking the Climate Change”, Greenpeace, <http://www.Greenpeace.org/international/global/international/planet-2/report/2007/11/palm-oil-cooking-the-climate.pdf> (diakses pada 26 April 2017)
- “KFC-Indonesia Suspends Purchases From Asia Pulp & Paper Due to Deforestation, Says Greenpeace”, Mongabay, 13 Juli 2012, <https://news.mongabay.com/2012/07/kfc-indonesia-suspends-purchases-from-asia-pulp-paper-due-to-deforestation-says-Greenpeace/> (diakses pada 27 April 2017)
- “MT Westama Lolos dari Hadangan Rainbow Warrior”, Greenpeace, 17 November 2007, <http://www.Greenpeace.org/seasia/id/press/releases/mt-westama-lolos-dari-hadangan/> (diakses pada 27 April 2017)
- “Our Core Values”, Greenpeace, <http://www.Greenpeace.org/international/en/about/our-core-values/> (diakses pada 10 Juni 2017)
- “Pelanggan APP: Mattel”, Greenpeace, “Sustainable Palm Oil: Unilever Takes the Lead”, Unilever,

- [https://www.unilever.com/Images/sustainable-palm-oil-unilever-takes-the-lead-2008\\_tcm244-424242\\_en.pdf](https://www.unilever.com/Images/sustainable-palm-oil-unilever-takes-the-lead-2008_tcm244-424242_en.pdf) (diakses pada 11 Mei 2017)
- “Sustainable Sourcing Principles”, Mattel, <http://investor.shareholder.com/mattel/releasedetail.cfm?ReleaseID=611230> (diakses pada 11 Mei 2017)
- “Tentang Kami”, Greenpeace, <http://www.Greenpeace.org/seasia/id/about/> (diakses pada 13 Mei 2017)
- “The Campaign Against Palm Oil”, *The Economist*, 24 Juni 2010, <http://www.economist.com/node/16423833> (diakses pada 27 April 2017)
- “The Hidden Carbon Liability of Indonesian Palm Oil”, Greenpeace, <http://www.Greenpeace.org.uk/files/pdfs/forests/hidden-carbon-liability-of-palm-oil.pdf> (diakses pada 26 April 2017)
- “Unilever Sustainable Palm Oil Sourcing Policy 2016”, Unilever, [https://www.unilever.com/Images/unilever-palm-oil-policy-2016\\_tcm244-479933\\_en.pdf](https://www.unilever.com/Images/unilever-palm-oil-policy-2016_tcm244-479933_en.pdf) (diakses pada 11 Mei 2017)
- “Unilever to Resume Buying CPO if Sinar Mas Cleared”, Reuters, 7 April 2010, <http://www.reuters.com/article/us-unilever-indonesia-idUSTRE6362VC20100407> (diakses pada 11 Mei 2017)
- Beyond”, Greenpeace, <http://www.Greenpeace.org/international/Global/international/publications/forests/2013/Down-To-Zero.pdf> (diakses pada 27 April 2017)
- Chaudari, Amrit, Greenpeace, Nestle, and the Palm Oil Controversy: Social Media Driving Change?, [http://www.bu.edu/goglobal/a/presentations/Greenpeace\\_nestle\\_socialmedia.pdf](http://www.bu.edu/goglobal/a/presentations/Greenpeace_nestle_socialmedia.pdf) (diakses pada 11 Mei 2017)
- Clover, Charles, “Unilever Accused Over Rainforest Destruction”, 21 April 2008, <http://www.telegraph.co.uk/news/earth/earthnews/3340285/Unilever-accused-over-rainforest-destruction.html> (diakses pada 27 April 2017)
- Duff, Ian, “KFC Campaign Spreads Across the World”, 6 November 2012, <http://www.Greenpeace.org/international/en/news/Blogs/makingwaves/kfc-campaign-spreads-across-the-world/blog/42885/> (diakses pada 27 April 2017)
- Hance, Jeremy, “Toy Giant Mattel Drops Paper from APP and Other ‘Controversial Sources’”, <http://www.Greenpeace.org/seasia/id/campaigns/melindungi-hutan-alam-terakhir/app1/toys/sector/mattel/> (diakses pada 27 April 2017)
- Kessler, Daniel, “Greenpeace Activists Assaulted During Palm Oil Protest in Southeast Asia”, t.t, <http://www.Greenpeace.org/usa/news/Greenpeace-activists-assaulted/> (diakses pada 26 April 2017)
- Maung, Zara, “Greenpeace Links HSBC Climate Change Fund to Deforestation”, *The Guardian*, 21 Mei 2010, <https://www.theguardian.com/sustainable-business/Greenpeace-hsbc-climate-change-fund-deforestation> (diakses pada 27 April 2017)
- Oktober 2011, Mongabay News, <https://news.mongabay.com/2011/10/toy-giant-mattel-drops-paper-from-app-and-other-controversial-sources/> (diakses pada 11 Mei 2017)
- Parlina, Ina, “President Welcomes Greenpeace Activists”, *The Jakarta Post*, 8 Juni 2013, <http://www.thejakartapost.com/news/2013/06/08/president-welcomes-Greenpeace-activists.html> (diakses pada 27 April 2017)
- Saptohutomo, Aryo P., “Greenpeace: Kemasan KFC Hancurkan Hutan Indonesia”, *Merdeka*, 28 Mei 2012, <https://www.merdeka.com/dunia/Greenpeace-kemasan-kfc-hancurkan-hutan-indonesia.html> (diakses pada 27 April 2017)
- Shah, Vaidehi, “On Indonesia’s Paper Trail: There’s Just Too Much Illegal Wood”, 17 Februari 2015, <http://www.eco-business.com/news/indonesias-paper-trail-theres-just-too-much-illegal-wood/> (diakses pada 27 April 2017)
- Wohl, Jessica, “Mattel Raises Its Green Paper Packaging Standards”, Reuters, 5 Oktober 2011, <http://www.reuters.com/article/mattel-idUSN1E7931JH20111005> (diakses pada 11 Mei 2017)