



DOI: <https://doi.org/10.38035/jimt.v5i3>

Received: 12 Januari 2024, Revised: 31 Januari 2024, Publish: 15 Februari 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Analisis Strategi Keberlanjutan pada Perusahaan Unilever

**Ariq Naufal Baginda<sup>1</sup>, Achmad Fauzi<sup>2</sup>, Leo Andri Yulius Caesar<sup>3</sup>, Anthony Widjaja Iswanto Putra<sup>4</sup>, Rafi Aadilah Atriliano<sup>5</sup>, Saskia Larasati<sup>6</sup>, Salma Nur Utami<sup>7</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Bina Nusantara, Bekasi, Indonesia, email : [ariq.baginda@binus.ac.id](mailto:ariq.baginda@binus.ac.id)

<sup>2</sup> Universitas Bina Nusantara, Bekasi, Indonesia, email : [achmad.fauzi003@binus.ac.id](mailto:achmad.fauzi003@binus.ac.id)

<sup>3</sup> Universitas Bina Nusantara, Bekasi, Indonesia, email : [leo.caesar@binus.ac.id](mailto:leo.caesar@binus.ac.id)

<sup>4</sup> Universitas Bina Nusantara, Bekasi, Indonesia, email : [anthony.putra001@binus.ac.id](mailto:anthony.putra001@binus.ac.id)

<sup>5</sup> Universitas Bina Nusantara, Bekasi, Indonesia, email : [rafi.atriliano@binus.ac.id](mailto:rafi.atriliano@binus.ac.id)

<sup>6</sup> Universitas Bina Nusantara, Bekasi, Indonesia, email : [saskia.larasati@binus.ac.id](mailto:saskia.larasati@binus.ac.id)

<sup>7</sup> Universitas Bina Nusantara, Bekasi, Indonesia, email : [salma.utami@binus.ac.id](mailto:salma.utami@binus.ac.id)

Corresponding Author: [ariq.baginda@binus.ac.id](mailto:ariq.baginda@binus.ac.id)<sup>1</sup>

**Abstract:** *In this research, we will discuss a case study analysis of the implementation of sustainability strategies in Unilever. As a "Fast Moving Consumer Goods" company, Unilever has a social and environmental responsibility and has adopted innovation and sustainable services in its business strategy. Researchers will discuss the concept of sustainability and its implementation strategies at PT. Unilever, as well as how the impact of sustainability itself is related to the industrial sector. This analysis will cover the development of products, processes and services offered by the company, as well as how international factors influence sustainable business policies and practices.*

**Keyword:** *Sustainability, Strategy and Innovation, Responsibility, PT. Unilever.*

**Abstrak:** Dalam penelitian ini, akan diteliti mengenai analisis implementasi strategi keberlanjutan pada studi kasus Unilever. Sebagai perusahaan "Fast Moving Consumer Goods", Unilever memiliki tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan masyarakat dan telah mengadopsi inovasi dan layanan keberlanjutan dalam strategi bisnisnya. Peneliti akan membahas konsep keberlanjutan dan strategi implementasinya di PT. Unilever, serta bagaimana dampak dari keberlanjutan itu sendiri terkait dengan sektor perindustrian. Analisis ini akan mencakup pengembangan produk, proses, dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, serta bagaimana faktor-faktor internasional mempengaruhi kebijakan dan praktik bisnis berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Keberlanjutan ,Strategi dan Inovasi , Tanggung jawab, PT. Unilever

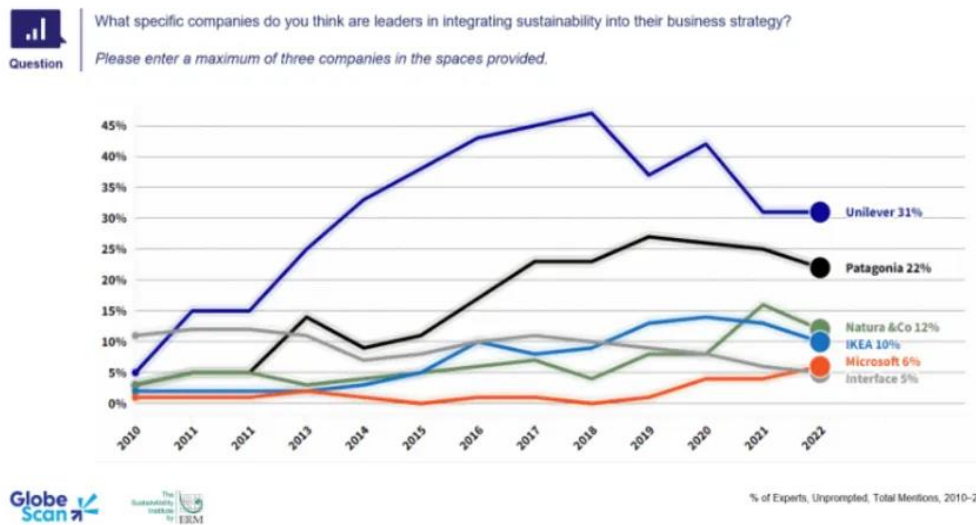
### PENDAHULUAN

Perusahaan Unilever, sebagai salah satu pemimpin global dalam industri barang konsumen, telah lama dikenal karena komitmennya terhadap keberlanjutan. Dalam konteks

ini, analisis terhadap strategi keberlanjutan yang diterapkan oleh Unilever menjadi sangat penting. Salah satu aspek kunci yang perlu dipahami adalah strategi inovasi dan layanan yang diterapkan perusahaan ini terkait dengan keberlanjutan. Hal ini mencakup upaya Unilever dalam mengembangkan produk-produk ramah lingkungan, serta memperluas jangkauan layanan yang mendukung gaya hidup berkelanjutan. Tentunya, hal keberlanjutan ini penting bagi unilever sebagai salah satu bentuk pertanggungjawabannya terhadap lingkungan sosial di masyarakat. Dengan pemanfaatan strategi keberlanjutan yang baik, Unilever terbukti mampu menguasai pasar Fast Moving Consumer Goods (FMCG) di dunia (Chladek, 2019).

Grafik diatas menunjukkan peringkat Unilever dalam bisnis keberlanjutan dengan para kompetitornya (Globescan and Sustainability Leaders Survey Unilver, 2022). Dampak yang diberikan oleh Unilever terhadap aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan juga merupakan fokus utama dalam analisis ini. Perusahaan ini telah berupaya untuk memberikan dampak positif melalui berbagai inisiatif, mulai dari mendukung petani lokal hingga mengurangi jejak lingkungan dari rantai pasokannya. Dengan memahami dampak-dampak ini, kita dapat menilai sejauh mana Unilever telah berhasil dalam memenuhi komitmennya terhadap keberlanjutan di berbagai bidang dan bagaimana bentuk strategi dan inovasi keberlanjutan yang mereka gunakan. Sehingga, di dalam penelitian ini dilakukan analisis terkait inovasi dan implementasi layanan keberlanjutan yang dilakukan Unilever, termasuk pemahaman

### Recognized Sustainability Leaders Cohort Remains Similar to Previous Years



mengenai bagaimana faktor-faktor internasional mempengaruhi kebijakan dan praktik bisnis berkelanjutan (Boons, 2021).

Selain itu, implementasi strategi keberlanjutan yang diterapkan oleh Unilever juga menjadi perhatian utama. Dengan memahami bagaimana perusahaan ini menerapkan strategi-strategi keberlanjutan dalam berbagai aspek operasionalnya, kita dapat mengidentifikasi tantangan dan peluang yang muncul, serta mengevaluasi efektivitas dari pendekatan yang diterapkan.

Terakhir, dalam konteks tanggung jawab sosial dan lingkungan, penting untuk memahami bagaimana Unilever memenuhi komitmennya terhadap aspek-aspek ini. Melalui kebijakan-kebijakan dan praktik-praktiknya, perusahaan ini telah berupaya untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dengan menganalisis tanggung jawab sosial dan lingkungan Unilever,

kita dapat mengevaluasi sejauh mana perusahaan ini telah berhasil dalam memenuhi standar-standar keberlanjutan yang relevan (A.F. Pereira, 2020).

Dengan demikian, analisis mendalam terhadap berbagai aspek ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang kontribusi Unilever terhadap keberlanjutan, serta tantangan dan peluang yang dihadapinya dalam perjalanan keberlanjutannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di sebelumnya, dapat dipahami beberapa masalah yang terdapat didalam penelitian ini yang diantaranya:

1. Bagaimana Unilever mengaplikasikan strategi keberlanjutan ke dalam strategi bisnis?
2. Bagaimana cara Unilever menanggapi tantangan Global dalam penerapan strategi keberlanjutan?
3. Bisakah Unilever menerapkan strategi keberlanjutan secara jangka panjang?
4. Strategi inovasi dan layanan apa yang diterapkan Unilever terkait keberlanjutan?

Dengan melihat rumusan masalah diatas, maka peneliti memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara menghadapi tantangan global pada industri manufaktur saat berencana untuk menerapkan strategi keberlanjutan.
2. Untuk mengetahui bahwa strategi keberlanjutan memiliki keuntungan bagi perusahaan.
3. Untuk mengetahui kemampuan Unilever dalam menerapkan strategi keberlanjutan jangka panjang.
4. Untuk mengetahui apa saja strategi inovasi dan layanan yang diterapkan Unilever dalam hal keberlanjutan.

## METODE

Penelitian ini dibuat dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan literature review jurnal. Penulis menggunakan referensi yang berasal dari jurnal dan sumber media online. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, maka penelitian ini akan bersifat eksploratif. Penelitian ini didukung dengan informasi berdasarkan jurnal dan penelitian terdahulu, guna menyajikan informasi yang lebih relevan.

**Tabel 1: Penelitian Terdahulu**

NO	Penulis, Tahun	Penelitian Terdahulu	Kesamaan Artikel	Perbedaan Artikel
1	Febrian, 2018	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dan peluang bisnis berkelanjutan di Indonesia. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat beberapa tantangan dalam penerapan bisnis berkelanjutan di Indonesia, antara lain, kurang kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap bisnis berkelanjutan, kurang dukungan dari pemerintah dan lembaga-lembaga terkait, kurang tersedianya sumber daya yang memadai untuk mendukung penerapan bisnis berkelanjutan.	Kedua artikel sama-sama membahas tentang bisnis berkelanjutan.	Perbedaan terletak dimana di dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa fokus dari penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dan peluang bisnis berkelanjutan di Indonesia.

---

2	Rahmawati, 2021	Perusahaan multinasional yang menerapkan strategi bisnis keberlanjutan cenderung mengalami peningkatan kinerja uang untuk jangka panjang. Tidak hanya itu, mereka juga menyebutkan bahwa perusahaan akan memiliki citra dan reputasi yang baik di mata para pemangku kepentingan seperti konsumen, investor dan masyarakat. Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor seperti adopsi teknologi hijau, pengelolaan rantai pasok yang berkelanjutan, dan inovasi produk berkelanjutan, memiliki dampak positif terhadap implementasi bisnis berkelanjutan pada perusahaan multinasional.	Kedua artikel sama-sama mengkaji tentang bagaimana strategi bisnis keberlanjutan	Penelitian tersebut mengarah kepada manfaat dari bisnis keberlanjutan bagi perusahaan multinasional secara umum.
3	Hidayati, 2016	Penelitian ini menemukan bahwa perusahaan manufaktur di Indonesia masih perlu meningkatkan implementasi bisnis berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi bisnis berkelanjutan pada perusahaan manufaktur di Indonesia.	Menganalisa implementasi bisnis berkelanjutan perusahaan.	Di dalam penelitian tersebut berfokus kepada menganalisis implementasi bisnis berkelanjutan pada perusahaan manufaktur di Indonesia secara luas.
4	Nugroho, 2022	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep bisnis berkelanjutan dan menerapkan strategi bisnis yang ramah lingkungan dan sosial. Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi bisnis berkelanjutan, seperti dukungan pemerintah, partisipasi karyawan, dan keterlibatan pemangku kepentingan.	Kedua artikel membahas konsep bisnis berkelanjutan beserta strategi yang digunakannya.	Di dalam penelitian tersebut dijelaskan dengan detil tentang teori serta implementasi dari bisnis keberlanjutan, namun perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah peneliti menggunakan Unilever sebagai objek studi kasus, sehingga mengarah kepada implementasi keberlanjutan secara khusus yang dilakukan oleh Unilever.
5	Wijaya, 2020	Penelitian ini menemukan bahwa UMKM di Kota Malang menerapkan berbagai strategi dalam mengimplementasikan bisnis berkelanjutan	Membahas penerapan strategi bisnis berkelanjutan	Dalam penelitian tersebut ruang lingkup dari penelitiannya yaitu sektor UMKM di Kota Malang
6	Wong, 2020	Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan multinasional perlu mengatasi berbagai tantangan dalam menerapkan praktik bisnis berkelanjutan.	Membahas cara mengatasi tantangan yang dihadapi didalam bisnis terkait keberlanjutan.	Penelitian ini berfokus kepada tantangan yang dihadapi dalam konteks implementasi bisnis keberlanjutan beserta cara

---

---

		Perusahaan multinasional perlu mengembangkan strategi yang efektif untuk mengatasi tantangan tersebut agar dapat mencapai tujuan keberlanjutannya.		menghadapinya.
7	May, 2023	Tinjauan literatur ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang konsep <i>sustainability</i> business, teori-teori yang mendasarinya, dan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Jurnal ini menemukan bahwa <i>sustainability</i> business adalah konsep yang kompleks dan terus berkembang.	Informasi didasari oleh teori dan penelitian keberlanjutan bisnis yang relevan.	Di dalam jurnal ini menjelaskan tinjauan literatur tentang pemahaman yang lebih komprehensif tentang konsep <i>sustainability</i> business, teori-teori yang mendasarinya secara detil.
8	Grayson, 2020	Jurnal ini membahas berbagai aspek terkait tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).	Kedua artikel membahas pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkup sosial.	Di dalam penelitian tersebut dibahas secara lengkap mengenai permasalahan CSR, praktik CSR, hingga dampak yang diberikan dari praktik CSR bagi perusahaan, sedangkan di dalam penelitian yang peneliti lakukan membahas konteks yang lebih luas yakni keberlanjutan yang dimana dilakukan oleh Unilever.
9	Khan, 2019	Penelitian ini menemukan bahwa praktik bisnis berkelanjutan telah menjadi semakin penting bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan global, seperti perubahan iklim, keberlanjutan sumber daya, dan ketidaksetaraan sosial.	Kedua artikel membahas tentang dampak dari perusahaan dalam menghadapi tantangan global.	Kajian literatur tersebut berfokus kepada pentingnya praktik bisnis berkelanjutan bagi perusahaan karena dinilai memiliki dampak positif terhadap perusahaan dengan menggunakan metode studi literatur.
10	Hoffman, 2018	Jurnal tersebut membahas fase keberlanjutan bisnis, yang difokuskan pada transformasi pasar.	Kedua artikel sama-sama membahas keberlanjutan bisnis.	Penelitian tersebut berfokus kepada fase-fase yang terdapat didalam teori keberlanjutan bisnis.

---

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Upaya Unilever dalam menanggapi tantangan global dalam penerapan strategi keberlanjutan

PT Unilever Indonesia Tbk telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam menanggapi tantangan global dalam penerapan strategi keberlanjutan. Melalui program Sustainable Living Plan, Unilever telah mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam seluruh rantai pasokannya, dengan fokus pada dampak lingkungan dan sosial dari setiap tahap produksi. Hal ini sejalan dengan temuan dari laporan keberlanjutan Unilever Indonesia Tbk tahun 2020, yang

menunjukkan komitmen perusahaan dalam menciptakan bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Gimeno, 2023).

Selain itu, Unilever juga telah menetapkan tujuan keberlanjutan jangka panjang yang ambisius, seperti meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan, mengurangi dampak lingkungan, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Program ini didukung oleh sembilan komitmen dan target yang mencakup kinerja sosial, lingkungan, dan ekonomi Unilever di seluruh cakupan value chain Unilever (Goot v. d., 2023).

Upaya Unilever dalam menanggapi tantangan global juga tercermin dalam segmentasi pasar yang dituju, yaitu konsumen berpenghasilan lebih tinggi, dengan memanfaatkan inovasi untuk mendorong pertumbuhan dan memenangkan persaingan di pasar. Strategi ini sejalan dengan upaya Unilever dalam menciptakan nilai berkelanjutan melalui inovasi, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan (van der Goot v. d., 2022).

Meskipun demikian, Unilever juga dihadapkan pada tantangan dalam menerapkan strategi keberlanjutan, terutama dalam memastikan bahwa seluruh pemasok dan mitra bisnis juga menerapkan praktik keberlanjutan yang sama. Namun, perusahaan telah mengambil langkah-langkah untuk memastikan hal ini terjadi, seperti melakukan audit dan pelatihan untuk pemasok dan mitra bisnis (S.A.S.A. van der Laan, 2022).

Dengan demikian, PT Unilever Indonesia Tbk telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam menanggapi tantangan global dalam penerapan strategi keberlanjutan melalui program Sustainable Living Plan, segmentasi pasar yang berkelanjutan, dan upaya dalam memastikan keberlanjutan nilainya di seluruh rantai pasokan. Hal ini membuktikan Unilever telah bergerak secara progresif dalam menciptakan bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Veen, 2022).

### **Upaya Unilever dalam menanggapi tantangan global dalam penerapan strategi keberlanjutan**

Unilever telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam menanggapi tantangan global dalam penerapan strategi keberlanjutan. Yaitu melalui program Sustainable Living Plan, yang dimana PT Unilever telah mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam seluruh rantai pasokannya dengan berfokus pada dampak lingkungan dan sosial dari setiap tahap produksi. Hal ini berdampingan dengan temuan dari laporan keberlanjutan Unilever Indonesia Tbk tahun 2020, yang menunjukkan komitmen perusahaan dalam menciptakan bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Valk, 2022).

Selanjutnya Unilever juga telah menetapkan tujuan keberlanjutan jangka panjang seperti meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan, mengurangi dampak lingkungan, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Program ini didukung oleh sembilan komitmen dan target yang mencakup kinerja sosial, lingkungan, dan ekonomi Unilever di seluruh cakupan value chain Unilever (Valk, 2022).

Upaya Unilever dalam menanggapi tantangan global juga tercermin dalam segmentasi pasar yang dituju, yaitu konsumen berpenghasilan lebih tinggi dengan memanfaatkan inovasi untuk mendorong pertumbuhan dan memenangkan persaingan di pasar. Strategi ini sejalan dengan upaya Unilever dalam menciptakan nilai berkelanjutan melalui inovasi, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan (Goot, 2022).

Meskipun demikian, Unilever juga dihadapkan pada tantangan dalam menerapkan strategi keberlanjutan, terutama dalam memastikan bahwa seluruh pemasok dan mitra bisnis juga menerapkan praktik keberlanjutan yang sama. Namun, perusahaan telah mengambil langkah-langkah untuk memastikan hal ini terjadi, seperti melakukan audit dan pelatihan untuk pemasok dan mitra bisnis (Valk, 2022).

Dengan demikian, PT Unilever Indonesia Tbk telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam menanggapi tantangan global dalam penerapan strategi keberlanjutan melalui program

Sustainable Living Plan, segmentasi pasar yang berkelanjutan, dan upaya dalam memastikan keberlanjutan nilainya di seluruh rantai pasokan. Hal ini membuktikan bahwa Unilever Indonesia telah bergerak secara progresif dalam menciptakan bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Goot et al., 2023).

### **Upaya Unilever dalam menerapkan strategi keberlanjutan jangka panjang**

Unilever telah menerapkan berbagai strategi untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang. Seperti Unilever, yang berkomitmen untuk menciptakan nilai bagi perusahaan dalam jangka panjang, mereka membuat Unilever Sustainable Living Plan (USLP) pada tahun 2010. Pengurangan jejak lingkungan, pengelolaan sumber daya manusia, dan penciptaan nilai bagi pemegang saham melalui model bisnis operasional dan karyawan adalah beberapa elemen keberlanjutan yang termasuk dalam perencanaan ini. PT Unilever Indonesia Tbk telah menunjukkan komitmen yang kuat untuk menerapkan strategi keberlanjutan dan menangani tantangan di seluruh dunia. Unilever telah mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam seluruh rantai pasokannya melalui program Sustainable Living Plan (USLP) dan kompas barunya, mengutamakan dampak sosial dan lingkungan selama proses produksi. Hal ini sejalan dengan temuan dari laporan keberlanjutan Unilever Indonesia Tbk tahun 2020, yang menunjukkan komitmen perusahaan dalam menciptakan bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Heuvel, 2022).

Unilever juga telah menetapkan tujuan keberlanjutan jangka panjang, termasuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan, mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Ini didukung oleh sembilan komitmen dan target sosial, lingkungan, dan ekonomi Unilever di seluruh value chain (Heuvel, 2022).

Unilever menggunakan inovasi untuk mendorong pertumbuhan dan memenangkan persaingan di pasar, memanfaatkan segmentasi pasar yang dituju, yang berarti konsumen berpenghasilan lebih tinggi. Strategi ini sejalan dengan upaya Unilever untuk menciptakan nilai berkelanjutan melalui inovasi, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan (Heuvel, 2022).

Unilever juga menghadapi masalah dalam menerapkan strategi keberlanjutan, terutama dalam memastikan bahwa semua pemasok dan mitra bisnisnya menerapkan praktik keberlanjutan yang sama. Namun, perusahaan telah melakukan hal-hal seperti audit dan pelatihan untuk memastikan hal ini terjadi (Heuvel, 2022).

Oleh karena itu, PT Unilever Indonesia Tbk telah menunjukkan komitmen yang kuat untuk mengatasi tantangan keberlanjutan di seluruh dunia dengan menerapkan program Sustainable Living Plan, segmentasi pasar yang berkelanjutan, dan menjaga keberlanjutan nilainya di seluruh rantai pasokan. Ini menunjukkan kemajuan Unilever Indonesia dalam membangun perusahaan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Heuvel, 2022).

Dengan mengadopsi nilai-nilai seperti integritas, saling menghormati, bertanggung jawab, dan kepeloporan, Unilever berusaha untuk mewujudkan kehidupan yang berkelanjutan. Unilever berharap melalui program United Nations Global Compact (UNGC) dapat menciptakan budaya organisasi baru yang mendukung program keberlanjutannya dengan menghormati hak asasi manusia, menghapus pekerja paksa, mempromosikan lingkungan kerja yang adil, dan tidak diskriminasi. Unilever biasanya menggunakan plastik daur ulang untuk kemasan produknya. Produk seperti Bango dan Pepsodent dibuat sepenuhnya dari plastik PET daur ulang. Unilever telah mengurangi pemakaian virgin plastic sebanyak lebih dari 500 ton setiap tahunnya di seluruh dunia dengan menerapkan sistem ini. Pepsodent kemudian membuat produk sikat gigi baru yang terbuat dari bambu. Produk sikat gigi yang ada di pasaran biasanya terbuat dari plastik, tetapi Pepsodent menggunakan bahan utama bambu, yang membuatnya lebih ramah lingkungan. Metode Unilever Sustainable Living Plan (USLP) telah menghasilkan banyak manfaat, termasuk peningkatan dan inovasi

merek, pengurangan biaya dan risiko, pengambilan talenta, kolaborasi, dan mendorong perubahan transformasional. Selain itu, Unilever telah berkomitmen untuk berfokus pada empat pilar keberlanjutan: alam, plastik, iklim, dan mata pencaharian. Mereka juga memberi manajer merek dan kepala divisi wewenang untuk membuat metrik untuk melacak kemajuan dalam hal keberlanjutan. Selain itu, Unilever telah menginvestasikan 1 miliar dolar dalam inisiatif lingkungan, pengurangan limbah, dan perubahan iklim sebagai bagian dari kampanyenya untuk keberlanjutan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa PT Unilever telah secara aktif menerapkan strategi keberlanjutan jangka panjang melalui berbagai inisiatif dan komitmen yang konkret (Heuvel, 2022).

### **Strategi inovasi dan layanan keberlanjutan yang diterapkan Unilever**

Unilever menerapkan sejumlah strategi dan inovasi untuk mendorong daya beli masyarakat pada 2022. Selain itu, PT Unilever Indonesia Tbk juga memasyarakatkan gaya hidup yang berkelanjutan, seperti cara hidup bersih dan sehat, serta memberikan donasi untuk membantu penanganan pandemi Covid-19 (Goot, 2022).

Dalam penelitian yang dilakukan, inovasi produk dan Brand Awareness berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Unilever Indonesia Tbk. PT Unilever Indonesia Tbk juga memiliki strategi untuk menjadi pemimpin di pasar global dalam hal menciptakan bisnis yang berkelanjutan; yang berlandaskan tujuan mulia (Purpose-led) dan mampu bersaing di masa depan (Future-fit). Selain itu, PT Unilever Indonesia Tbk juga menerbitkan laporan keberlanjutan yang berisi tentang pengelolaan sistem operasional perusahaan, khususnya dalam bidang design goods and services. Dalam laporan keberlanjutan tersebut, PT Unilever Indonesia Tbk juga menunjukkan berbagai program dan inisiatif yang sejalan dengan tujuan perusahaan untuk mencapai keberlanjutan (Goot, 2022).

Strategi inovasi dan layanan keberlanjutan yang diterapkan PT Unilever melibatkan beberapa aspek penting, seperti:

1. Inovasi produk dan kemasan: PT Unilever memastikan kualitas produk dan menciptakan inovasi yang menjadi perhatian konsumen.
2. Perlindungan konsumen: Perusahaan ini menjaga kesehatan dan keselamatan konsumen dengan transparansi dan responsibilitas dalam pengembangan produk.
3. Suara konsumen: PT Unilever memperhatikan dan mematuhi kebutuhan dan preferensi konsumen untuk menghasilkan produk dan layanan yang sesuai.
4. Kamera sambil: PT Unilever membangun kamera sambil yang berusaha dengan mengelola sumber daya manusia dan menciptakan lingkungan kerja yang aman dan sehat.
5. Pengembangan mitra: Perusahaan ini menghargai pendapatan dari mitra dan menjaga hubungan yang baik dengan mereka untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.
6. Kelola penduduk: PT Unilever menjaga kesejahteraan masyarakat Indonesia dengan mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan penghidupan mereka.
7. E-commerce: PT Unilever memanfaatkan teknologi cloud-based untuk membantu retail kasar memanfaatkan digital marketing dan meningkatkan kesadaran mereka tentang produk dan layanan yang ditawarkan.
8. Unilever Sustainable Living Plan (USLP): Strategi ini merupakan komitmen Unilever untuk menjadikan keberlanjutan sebagai elemen utama dalam pertumbuhan bisnis mereka. USLP mengevaluasi setiap aspek rantai bisnis dan menentukan tujuan besar yang bersifat lingkungan.

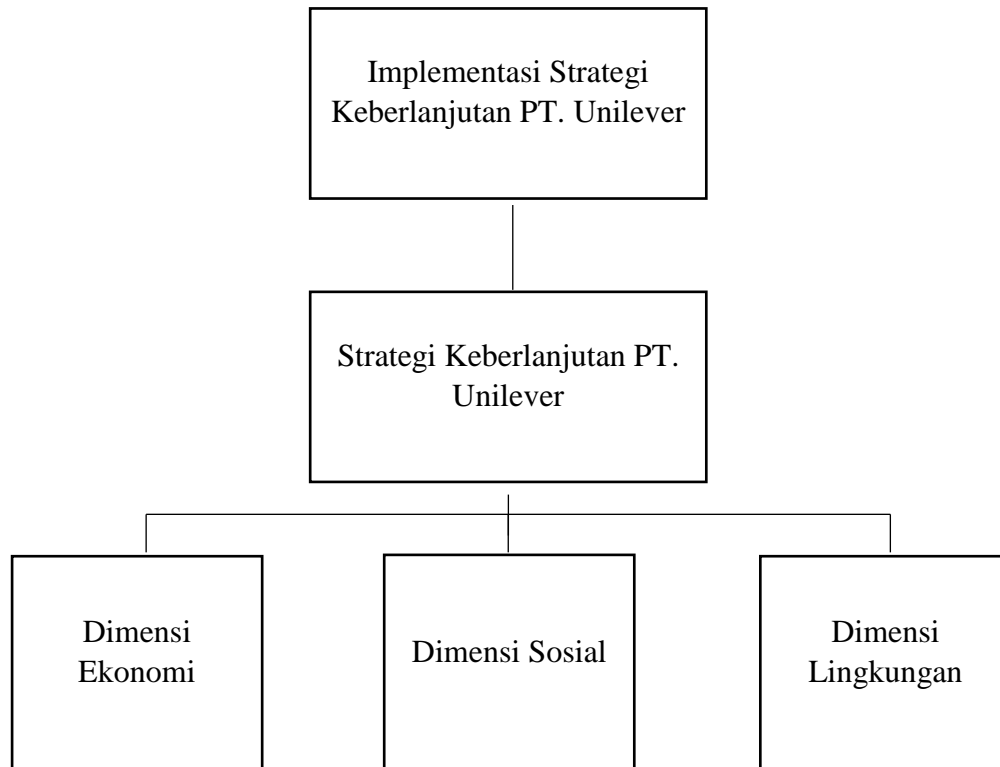
Dalam penerapan strategi inovasi dan layanan keberlanjutan, PT Unilever Indonesia



memastikan bahwa semua kebijakan dan langkah yang diambil mencapai keberhasilan bisnis dan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

### Conceptual Framework

Berdasarkan dari rumusan masalah, tujuan penelitian, serta hasil dan pembahasan, maka diperoleh sebuah bentuk dari kerangka berpikir berikut:



Dalam penelitian ini, fokus peneliti adalah menginvestigasi strategi keberlanjutan yang diterapkan oleh Unilever. Pendekatan ini melibatkan penerapan teori keberlanjutan bisnis, yang mencakup beberapa aspek kunci, seperti keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penelitian akan difokuskan pada analisis mendalam terkait implementasi ketiga aspek keberlanjutan tersebut di lingkungan perusahaan Unilever.

### KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan pembahasan maka dapat ditarik sebuah kesimpulan dari artikel ini adalah PT Unilever Indonesia Tbk merupakan perusahaan yang menerapkan bisnis keberlanjutan dalam kegiatan perekonomiannya. Program Unilever Sustainable Living Plan (USLP) merupakan senjata utama PT Unilever Indonesia Tbk dalam menjalankan bisnis keberlanjutannya, dengan hasil PT Unilever Indonesia Tbk menjadi salah satu perusahaan keberlanjutan terbaik dengan skala global.

PT. Unilever Indonesia Tbk. merupakan salah satu pemimpin global dalam industri barang konsumen. Unilever juga memiliki berbagai macam upaya dalam menanggapi tantangan global dalam penerapan strategi keberlanjutan, selain itu dalam penerapan bisnis keberlanjutan Unilever juga menggunakan strategi keberlanjutan dalam jangka panjang.

### REFERENSI

A.F. Pereira, R. F. (2020). Sustainable Business Services: A Systematic Review of the Literature.

- Boons, M. Q. (2021). Innovation for sustainability: a systemic review of the literature.
- Chladek, N. (2019). Why you need sustainability in your business strategy. Harvard Business School .
- Gimeno, J. (2023). Unilever's Sustainability Journey: Making Sustainable Supply Chains a Reality.
- Globescan and Sustainability Leaders Survey Unilver. (2022). From Globescan and Sustainability Leaders Survey Unilver.
- Goot, M. S. (2022). The Role of Innovation in Sustainable Business Models.
- S.A.S.A. van der Laan, E. v. (2022). The Challenges of Implementing Sustainable Sourcing Practices: A Case Study of Unilever.
- van der Goot, v. d. (2022). Sustainable Product Innovation at Unilever: A Case Study of the Dove Sustainable Beauty and Planet Brand.
- van der Goot, v. d. (2023). Sustainable Business Models: The Case of Unilever.
- van der Laan, E. v. (2022). The Challenges of Implementing Sustainable Sourcing Practices: A Case Study of Unilever.
- van der Laan, E. v. (2022). The Challenges of Implementing Sustainable Sourcing Practices: A Case Study of Unilever.
- van der Laan, E. v. (2022). The Challenges of Implementing Sustainable Sourcing Practices: A Case Study of Unilever.
- Veen, v. d. (2023). Sustainable Business Models: The Case of Unilever.
- A.F. Pereira, R. F. (2020). Sustainable Business Services: A Systematic Review of the Literature.
- A.K. Gupta, D. I. (2014). The Impact of Sustainability Innovation on Business Performance: A Meta-Analysis.
- A.Nugroho, R. (2022). Teori dan implementasi bisnis berkelanjutan.
- Boons, M. Q. (2021). Innovation for sustainability: a systemic review of the literature.
- C.A.M. Mendes, M. L. (2018). Sustainable Business Services: A Literature Review.
- Chladek, N. (2019). Why you need sustainability in your business strategy. Harvard Business School .
- Febrian, R. (2018). Tantangan dan Peluang Bisnis Berkelanjutan di Indonesia.
- Globescan and Sustainability Leaders Survey Unilver. (2022). Retrieved from Globescan and Sustainability Leaders Survey Unilver.
- Grayson, D., & Higgs, O. (2020). Corporate Social Responsibility: Key Issues, Practice and Performance. Routledge.
- Hidayati, N. (2016). Implementasi Bisnis Berkelanjutan di Indonesia: Kajian Empiris pada Perusahaan Manufaktur.
- Hoffman. (2018). The Next Phase of Business Sustainability. 34-39.
- Khan. (2019). The Role of Sustainable Business Practices in Corporate Strategy.
- M.K. Gupta, A. G. (2019). Sustainable Business Services: A New Paradigm for Sustainable Development.
- May, P. H. (2023). Sustainable Business: A Review of the Literature.
- Miles, & Huberman. (1994). An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysis.
- Wijaya. (2020). Strategi Implementasi Bisnis Berkelanjutan pada UMKM: Studi Kasus pada UMKM di Kota Malang.
- Wong. (2020). The Challenges of Implementing Sustainable Business Practices in Multinational Companies.