



Studi Kasus *Greenwashing* Perfetti Van Melle dari Sudut Pandang Etika Bisnis

Belia Putri Prameswari, Jordy Lunardy, Sherly Ayli Lias

Universitas Indonesia

Abstract

Received: 07 Juli 2024

Revised: 28 Juli 2024

Accepted: 28 Juli 2024

Artikel ini membahas kasus *greenwashing* oleh Perfetti Van Melle dengan sudut pandang etika bisnis dalam mewujudkan *corporate social responsibility* (CSR). Studi kasus menunjukkan bahwa Perfetti Van Melle melakukan praktik *greenwashing* dalam menerapkan etika bisnis dengan *corporate social responsibility* (CSR). Praktik *greenwashing* dalam bisnis menunjukkan kegagalan suatu perusahaan dalam mewujudkan etika bisnis dengan *corporate social responsibility* (CSR).

Keywords: *Greenwashing*, etika bisnis, *Corporate social responsibility* (CSR).

(*) Corresponding Author: beliapupra@gmail.com, jordy.lunardy2004@gmail.com, sherlyayliiii@gmail.com

How to Cite: Prameswari, B., Lunardy, J., & Lias, S. (2024). Studi Kasus *Greenwashing* Perfetti Van Melle dari Sudut Pandang Etika Bisnis. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 334-337. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13453558>

PENDAHULUAN

Perfetti Van Melle dituduh melakukan sebuah tindakan *greenwashing* dengan mengklaim bahwa kemasan baru permen Mentos bernama Boardio™ dibuat dengan bahan-bahan ramah lingkungan, tetapi dalam kenyataannya kemasan tersebut sulit didaur ulang karena mengandung polietilen yang merupakan sebuah jenis plastik. Karena kesadaran akan isu-isu lingkungan sangat tinggi di masa sekarang, tindakan Perfetti Van Melle ini dikecam banyak orang. *Greenwashing* yang mereka lakukan merugikan lingkungan hidup dengan menyumbang limbah mengandung plastik dan juga masyarakat dengan menipu mereka dengan mengatasnamakan keramahan lingkungan dan keberlanjutan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada studi kasus untuk menganalisis praktik *greenwashing* oleh Perfetti Van Melle dari sudut pandang etika bisnis dan implementasi *corporate social responsibility* (CSR).

PEMBAHASAN

Landasan Teori

Etika bisnis adalah serangkaian penilaian perilaku para aktor bisnis yang dianggap baik dan tidak baik menurut mereka yang menciptakan standar-standar perilaku tersebut, yang mana kestabilan dalam organisasi tersebut diharapkan bisa terjaga (Dutelle & Taylor, 2018). Menurut prinsip tingkatan tanggung jawab sosial menurut Ferrell et al (2015), Perfetti Van Melle melakukan pelanggaran etika bisnis di tahap Ethical, di mana perusahaan telah menyimpang dari permintaan para

stakeholder-nya, khususnya pihak masyarakat dan lingkungan hidup. Standar keramahan lingkungan (*eco-friendliness*) dan keberlanjutan (*sustainability*) telah dilanggar oleh perusahaan dengan melakukan *greenwashing* tersebut.

Saat ini belum ada definisi CSR yang diterima secara universal. Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, definisi CSR adalah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, juga meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya (Badjuri, 2011).

Greenwashing adalah tindakan perusahaan yang membuat klaim tanpa bukti bahwa mereka telah membuat produk yang ramah lingkungan yang sebenarnya masih mengandung bahan-bahan yang tidak ramah lingkungan (Hayes, 2023). Tujuan dari tindakan ini adalah untuk mendapatkan keuntungan lebih karena ada klaim “ramah lingkungan” dalam *product value*-nya, yang mana banyak orang yang peduli dengan kesehatan lingkungan hidup yang disebut *green customers*. Parguel (2015 dalam Netto et al, 2020) mengklasifikasikan *greenwashing* ke dalam *Executional* dan *Claim Greenwashing*, di mana tipe pertama memiliki ciri utama unsur-unsur visual yang berkaitan dengan alam, seperti warna biru dan hijau, serta suara air mengalir. Hal ini dilakukan untuk menanamkan alur pikir pelanggan bahwa mereka mengkonsumsi produk yang ramah lingkungan. Tipe kedua memiliki ciri utama adanya pernyataan berupa klaim bahwa perusahaan telah memproduksi produk yang ramah lingkungan atau semacamnya.

Isu Utama

Perfetti Van Melle adalah salah satu perusahaan asal Italia yang bergerak di industri makanan manis terbesar di dunia. Perfetti Van Melle adalah perusahaan terbesar dalam pasar permen, dengan merek-merek terkenal seperti Alpenliebe, Big Babol, Chupa-chups, Fruitella, Marbel, Mentos, Happydent, dan sebagainya. Saat ini, Perfetti Van Melle telah memiliki lebih dari 30 anak perusahaan dan telah mendistribusikan produknya kepada lebih dari 150 negara.

Perfetti Van Melle menjadi salah satu perusahaan yang mengumumkan telah bergabung dengan UK Plastics Pact. Hal tersebut adalah inisiatif Perfetti Van Melle yang berani dan unik dengan tujuan mengubah sistem plastik di Inggris. Bersama dengan perusahaan FMCG lainnya, seperti General Mills dan Unilever, Perfetti Van Melle menyatakan bahwa mereka akan bersatu dalam tujuan yang sama, yaitu mentransformasikan ekonomi plastik dan mengatasi polusi plastik di Inggris.

Menurut audit Break Free From Plastic tahun 2022, Perfetti Van Melle menjadi salah satu pencemar plastik terbesar. Hayley Osborne, Manajer Komunikasi dan Keberlanjutan di Perfetti Van Melle mengatakan bahwa Perfetti Van Melle telah mengambil langkah penting untuk mengurangi penggunaan plastik pada kemasannya dan menghilangkan seluruh kemasan plastik jika memungkinkan. Oleh karena itu, Perfetti Van Melle meluncurkan kemasan baru sebagai bagian dari inisiatif keberlanjutan mereka. Kemasan baru Perfetti Van Melle adalah sebuah “botol daur ulang bersertifikat” yang 90% kemasannya terbuat dari kertas karton untuk mentos. Menurut perusahaan Perfetti Van Melle, kemasan tabung kertas baru tersebut terbuat dari “bahan berbasis serat Boardio, yang menjalin lapisan kecil aluminium dan polietilen menjadi bahan serat murni”. Deskripsi pada situs web

produk Perfetti Van Melle menyatakan bahwa kemasan ini dapat didaur ulang, namun faktanya campuran bahan-bahan tersebut, dalam praktiknya, tidak mungkin untuk didaur ulang.

Klaim bahwa kemasan plastik ramah lingkungan yang dibuat oleh merek-merek besar adalah tindakan umum *greenwashing* yang menyesatkan. The Changing Markets Foundation mengatakan bahwa klaim perusahaan-perusahaan menggunakan plastik yang “terikat di laut” atau “dapat didaur ulang” untuk mengatasi krisis polusi plastik adalah beberapa contoh paling umum dari *greenwashing*. Klaim tersebut dibuat dengan sedikit bukti tentang bagaimana produk tersebut mengatasi krisis polusi plastik. Hal ini dilakukan beberapa perusahaan, seperti Perfetti Van Melle untuk mengaburkan dampak nyata plastik terhadap konsumen. Perfetti Van Melle membuat klaim ramah lingkungan dengan kemasan kotak kardus baru. Namun mereka tidak menyebutkan bahwa kemasannya merupakan bahan komposit yang tidak dapat didaur ulang, terbuat dari kartu, aluminium, dan plastik. Juru bicara Perfetti Van Melle tidak bersedia memberikan komentar untuk kasus dugaan *greenwashing* ini.

Kaitan Kasus dan Teori

Dalam kasus Perfetti Van Melle, perusahaan besar di industri makanan manis menghadapi konflik antara tindakan dan keyakinan etika bisnis. Dalam konteks ini, teori etika bisnis memberikan landasan untuk menilai perilaku bisnis yang dianggap baik atau tidak baik.

Menjaga stabilitas organisasi dan memenuhi tanggung jawab sosial sangat penting, menurut teori etika bisnis. Namun, karena Perfetti Van Melle terlibat dalam *greenwashing* dalam hal ini, terjadi pelanggaran etika bisnis. Mereka mengklaim bahwa kemasan baru mereka, yang sebagian besar terbuat dari kertas karton, ramah lingkungan, tetapi karena campuran bahan yang kompleks, kemasan tersebut sulit didaur ulang.

Greenwashing adalah upaya untuk meningkatkan reputasi perusahaan dengan membuat klaim tentang keberlanjutan yang tidak jujur dan tidak transparan. Ini bertentangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang menekankan kejujuran dan tanggung jawab terhadap stakeholder, termasuk lingkungan hidup dan masyarakat.

Oleh karena itu, hubungan antara kasus Perfetti Van Melle dan teori etika bisnis menunjukkan bagaimana *greenwashing*, atau pelanggaran etika, dapat merusak reputasi perusahaan dan mengecewakan *stakeholder* yang menginginkan perilaku bisnis yang sesuai dengan standar keberlanjutan dan etika. Dalam hal ini, Perfetti Van Melle dapat dikatakan gagal dalam menerapkan *corporate social responsibility* dalam etika bisnis.

PENUTUP

Solusi

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kegiatan dalam bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat diartikan sebagai tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan *stakeholder* sehubungan dengan isu-isu etika, sosial, dan lingkungan. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya berfokus untuk mencari *profit* (keuntungan) saja, namun perusahaan juga harus peduli akan kelestarian lingkungan hidup dan juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat. CSR dapat membantu perusahaan dalam membangun citra baik perusahaan dan membedakannya dengan pesaing lainnya.

Saat ini, banyak perusahaan yang sadar akan pentingnya keberlanjutan sumber daya sehingga melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam berbagai bentuk. Contohnya perusahaan Perfetti Van Melle yang melakukan produksi dengan kemasan yang ramah lingkungan. Namun, beberapa perusahaan termasuk Perfetti Van Melle terbukti melakukan *greenwashing* dalam praktiknya. *Greenwashing* adalah penyampaian informasi palsu dan menyesatkan terkait label ramah lingkungan yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Perusahaan yang melakukan *greenwashing* akan membuat klaim yang tidak berdasar untuk menipu konsumen atau pihak lain agar percaya bahwa produk suatu perusahaan adalah produk yang ramah lingkungan. Dalam hal ini, Perfetti Van Melle membuat klaim bahwa perusahaan membuat kemasan baru yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang, namun faktanya pernyataan tersebut tidak berdasar karena kemasannya terbuat dari karton, aluminium, dan plastik campuran yang tidak mungkin untuk didaur ulang.

Dalam kasus ini, solusi yang mungkin untuk dilakukan perusahaan yang melakukan *greenwashing*, khususnya Perfetti Van Melle, adalah membuat kemasan baru yang benar-benar bersifat ramah lingkungan beserta dengan buktinya. Hal tersebut perlu dilakukan perusahaan Perfetti Van Melle dalam mendukung keberlanjutan lingkungan dan sosial serta mengembalikan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap Perfetti Van Melle sebagai produk dengan kemasan yang ramah lingkungan.

KESIMPULAN

Perusahaan besar Perfetti Van Melle melanggar etika bisnis dengan melakukan *greenwashing* terhadap kemasan yang dipakai. Di mana kemasan dimaksudkan dikatakan dapat didaur ulang, namun faktanya bahan yang dipakai untuk kemasan tersebut tidak dapat didaur ulang.

Kasus *greenwashing* yang dilakukan oleh Perfetti Van Melle merupakan sebuah kasus pelanggaran etika bisnis yang sudah umum dilakukan. Kami menganalisis kasus ini melalui perspektif etika bisnis karena perusahaan tersebut membohongi masyarakat dan mencemari lingkungan demi mendapatkan profit dari penjualan produknya.