

BAB 1V

UPAYA PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA DALAM MENANGGULANGI PEMANASAN GLOBAL DI INDONESIA

Pemanasan global telah dipandang sebagai suatu permasalahan serius oleh PT. CCAI, sehingga membutuhkan usaha yang serius pula untuk menanggulangnya. Untuk itu PT. CCAI menyatakan komitmen mereka untuk menanggulangi pemanasan global. Komitmen tersebut kemudian diwujudkan ke dalam berbagai kebijakan perusahaan dan program-program yang dirancang PT. CCAI. Kebijakan dan program-program tersebut dilaksanakan baik secara mandiri maupun dengan melibatkan pihak di luar perusahaan sebagai upaya nyata menanggulangi pemanasan global di Indonesia.

A. Komitmen Perusahaan

Dalam upaya menghadapi perubahan iklim yang terjadi, PT. Coca-Cola Indonesia telah merumuskan suatu pernyataan sikap perusahaan. Isi dari pernyataan tersebut diadopsi kemudian oleh perusahaan dalam setiap pengambilan kebijakan

yang berkaitan dengan lingkungan. Secara garis besar, pernyataan tersebut memuat 4 poin sebagai berikut :⁵⁸

1. Mematuhi undang-undang yang berlaku terkait lingkungan.

Sebagai sebuah perusahaan yang berbadan hukum, PT. CCAI tak akan luput dari kewajiban mematuhi peraturan yang berlaku di Indonesia. Begitu pula dalam hal lingkungan, setiap kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan hidup haruslah dibuat sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

2. Memasukkan pertimbangan kualitas lingkungan dalam perencanaan bisnis.

PT. CCAI berupaya menyelaraskan kemajuan bisnis dan perbaikan lingkungan dalam setiap perencanaan bisnis yang diambil. PT. CCAI sadar bahwa kualitas lingkungan hidup tak kalah pentingnya dengan target bisnis yang harus mereka raih. Kualitas lingkungan yang buruk pada akhirnya akan turut menghambat perkembangan bisnis yang mereka jalankan.

3. Perbaikan terus menerus.

Dalam upaya mewujudkan lingkungan hidup yang lebih berkualitas, PT. CCAI akan berusaha melakukan perbaikan lingkungan secara

berkelanjutan. Selain melakukan perbaikan di lingkup perusahaan, mereka

juga melakukan perbaikan lingkungan di luar perusahaan dengan menjalankan program-program yang akan berdampak positif bagi kelangsungan alam dan masyarakat sekitar.

4. Efisiensi pemakaian Sumber Daya Alam.

Sebagai sebuah perusahaan minuman besar, PT. CCAI amat tergantung pada sumberdaya alam pada proses produksinya. Air merupakan bahan baku utama pembuatan produk mereka. PT. CCAI berupaya untuk meningkatkan efisiensi penggunaan air dalam proses produksi minuman mereka.

5. Mencegah, mengurangi, menggunakan kembali, dan mengolah limbah.

Baik proses produksi maupun produk yang dihasilkan PT. CCAI selalu menyisakan limbah yang akan berdampak pada lingkungan. Maka dari itu mereka berupaya untuk mengurangi limbah yang mereka hasilkan dari proses produksi dan mencoba untuk memanfaatkan kembali limbah yang ditinggalkan dari produk yang mereka hasilkan.

B. Upaya PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Menaggulangi Pemanasan Global

Dalam upayanya menaggulangi perubahan iklim dan pemansan global, PT. CCAI mengelompokkannya kedalam dua bidang besar. Yang pertama yaitu melalui pengelolaan perusahaan yang lebih ramah lingkungan. Hal ini mencakup perbaikan di area produksi dan kantor. Yang kedua adalah melalui program-program lingkungan di

luar area produksi dan kantor dan melibatkan para stakeholder di luar perusahaan seperti masyarakat, lembaga pemerintahan dan non-pemerintah.⁵⁹

B.1 Melalui Pengelolaan Perusahaan

Upaya perbaikan lingkungan guna menghadapi isu perubahan iklim harus dimulai PT. CCAI dari dalam diri mereka sendiri. Mereka menjadikan aspek lingkungan sebagai suatu hal yang harus diperhatikan dalam pengoperasian perusahaan. Mereka berupaya semaksimal mungkin untuk meminimalisir kerusakan lingkungan yang dihasilkan oleh proses produksi dan mewujudkan upaya perbaikan lingkungan di area produksi perusahaan.

B.1.1 Green Office:

B.1.1.1 Sosialisasi di internal perusahaan.

Perbaikan terhadap lingkungan pada PT. CCAI dimulai dari dalam perusahaan terlebih dahulu. Pengetahuan tentang isu pemanasan global dan sikap yang harus diambil untuk menghadapinya harus dipahami betul oleh seluruh pegawai perusahaan untuk kemudian dapat ditularkan ke pihak lain di luar perusahaan. Sosialisasi kebijakan mengenai lingkungan di PT. CCAI dilakukan melalui dua cara yaitu cara formal dan informal.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Bambang Budji Sasoneko, *EMS Officer (Environmental Management*

Secara formal, para pegawai diberikan pendidikan lingkungan melalui semacam seminar internal perusahaan. Dalam forum ini seluruh pegawai dibekali pengetahuan lingkungan dan kebijakan yang diambil perusahaan untuk dijalankan oleh seluruh pegawai di PT. CCAI.

Sedangkan secara informal, pengetahuan lingkungan dikampanyekan melalui poster-poster, spanduk, brosur dan majalah. Melalui media-media tersebut, PT. CCAI mengajak seluruh elemen perusahaan untuk lebih memperhatikan aspek lingkungan terutama di area mereka bekerja.

B.1.1.2 Beralih dari bahan bakar fosil ke pemanfaatan energi gas alam

Sebagai salah satu upaya nyata PT. CCAI dalam mengurangi pemanasan global, sejak awal tahun 2012 dalam pengoperasian mesin produksi mulai beralih dari bahan bakar fosil seperti solar ke bahan bakar natural gas. PT. CCAI sadar bahwa ketersediaan bahan bakar fosil di bumi saat ini semakin menipis. Selain itu limbah yang dihasilkan dari bahan bakar fosil yang digunakan selama ini dinilai kurang ramah lingkungan. Untuk itu PT. CCAI mulai mengurangi pemakaian bahan bakar fosil dan beralih ke pemanfaatan natural gas yang dinilai masih amat berlimpah dan masih jarang digunakan. Selain itu kebijakan penggunaan natural gas ini dinilai lebih menguntungkan secara finansial dan yang terpenting adalah lebih ramah lingkungan dibanding penggunaan bahan bakar fosil.

Sejauh ini mereka telah berhasil mengurangi 10% penggunaan bahan bakar fosil dalam proses produksinya. Dengan kata lain mereka telah mengurangi 4900 ton

CO² yang dibuang ke udara. Dan ini diupayakan akan terus meningkat dari waktu ke waktu.

B.1.1.3 Audit energi

Secara rutin, PT. CCAI melakukan audit penggunaan energi dalam dua minggu sekali. Dari audit ini didapatkan data yang akurat untuk memastikan bahwa mereka tidak telah melakukan pemborosan energi. Selain itu data yang didapat juga digunakan sebagai referensi untuk pembuatan kebijakan energi perusahaan. Energi yang diaudit bukan hanya energi yang digunakan di area produksi, melainkan juga energi yang mereka gunakan untuk area kantor. Contohnya, ketika pencahayaan dalam suatu ruangan kantor dinilai terlalu terang, maka untuk selanjutnya akan langsung diganti dengan lampu yang lebih redup agar sesuai kebutuhan di ruangan tersebut.

B.1.1.4 Minimalisasi Penggunaan Air

Sebagai salah satu bentuk peng-efisiensi-an sumberdaya alam dan bentuk nyata dari slogan "*reduce*". PT. CCAI telah mengurangi penggunaan air tanah dalam produksi minumannya. Selama ini mereka menggunakan air tanah yang didapatkan dari sumur yang dibuat di setiap pabrik Coca-Cola. Saat ini, PT. CCAI berupaya mengurangi penggunaan air tanah dan menggantinya dengan air hujan. Pemanfaatan air hujan ini melalui serangkaian percobaan dan penelitian untuk memastikan kelengkapan penggunaannya. Air hujan yang ditampung harus melalui proses pendinginan

filterisasi agar dapat digunakan dalam proses produksi mereka. Sehingga saat ini air yang digunakan untuk proses produksi merupakan campuran dari air tanah yang didapat dari sumur pabrik sebesar 30%, air dangka dari PDAM sebesar 50 % dan air hujan 20%.

Di samping itu, PT. CCAI juga terus mengembngkan teknologi produksi mereka untuk meminimalisir penggunaan air dalam pembuatan produk minuman mereka. Sampai saat ini *water ratio* produksi mereka baru mencapai angka 3,1%. Angka ini berarti bahwa untuk menghasilkan 1 liter produk Coca-Cola, mereka membutuhkan 3,1 liter air dalam proses produksinya. Namun begitu, angka ini merupakan peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya dan akan terus meningkat efisiensinya.

B.1.2 Pengelolaan Limbah

B.1.2.1 Limbah Cair

Dalam mengelola limbah cair hasil dari proses produksi, PT. CCAI berupaya semaksimal mungkin untuk tidak membuang limbah yang berbahaya bagi kelestarian alam. Air yang telah digunakan dalam proses produksi tidak langsung dibuang ke alam melainkan diolah lagi agar dapat dimanfaatkan kembali. Setelah seluruh air sisa produksi diolah kembali, 40%-nya atau yang mereka sebut dengan *soft water* digunakan untuk mencuci botol kemasan produk mereka. Dan setelah selesai digunakan untuk mencuci botol, 60% dari air tersebut digunakan kembali untuk proses pencucian botol. Setelah itu, air tersebut masuk ke bagian Instalasi Pengolahan

Air Limbah (IPAL) untuk diolah kembali. Air olahan IPAL tersebut sebagian digunakan kembali untuk keperluan *cleaning* atau pembersihan area kantor dan produksi dan untuk keperluan *gardening*. Sisanya kemudian dibuang ke sungai di dekat pabrik namun air tersebut telah merupakan air limbah yang ramah lingkungan.

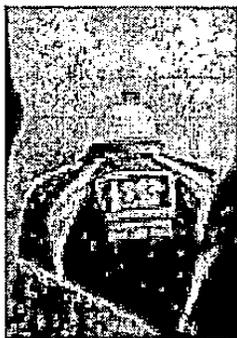
B.1.2.2 Limbah padat

Selain menghasilkan limbah cair dari proses produksi, Coca-Cola juga menghasilkan limbah padat dari produk yang mereka hasilkan. Limbah padat tersebut dapat berupa botol kaca, plastik, kaleng dan kardus. Untuk mengelola limbah padat ini agar tidak mencemari lingkungan, PT. CCAI bekerjasama dengan para pengumpul sampah dan pihak luar yang memiliki kompetensi dalam pemanfaatan limbah padat. Sebagai contoh, sampah produk yang telah dikumpulkan oleh para pengumpul sampah kemudian disortir dan diserahkan kepada Quiksilver Indonesia yang merupakan eco-friendly supplier yang bersertifikat guna memproduksi seragam ramah lingkungan (Eco Uniform). Contoh lain yaitu penggunaan botol plastik bekas produk Coca-Cola yang digunakan kembali sebagai wadah menanam bibit pohon atau berbagai kerajinan tangan yang memiliki nilai ekonomis bagi masyarakat.

Banyaknya limbah padat yang dihasilkan dari produk Coca-Cola memang belum semuanya dapat dimanfaatkan dengan cara tersebut, namun yang terpenting adalah bagaimana tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan upaya

B.1.3 Eco Uniform

Sejak tahun 2001 , CCAI menjalankan *Eco Uniform* yang ditujukan kepada mayoritas staffnya. Bekerja sama dengan Quiksilver Indonesia yang merupakan *eco-friendly supplier* yang bersertifikat guna memproduksi seragam ramah lingkungan . Quiksilver Inc adalah “*outdoor sports lifestyle company*” yang mendesain, memproduksi dan mendistribusikan beragam jenis pakaian, sepatu dan asesorisnya. CCAI bekerja sama dengan Quiksilver guna menghasilkan dan memproduksi *Eco Uniform* yang terbuat dari 50% *PET Recycle Waste* dan 50% *Organic Cotton*.



Gambar-3. Eco Uniform

B.2 Melalui Aktivitas di luar Perusahaan

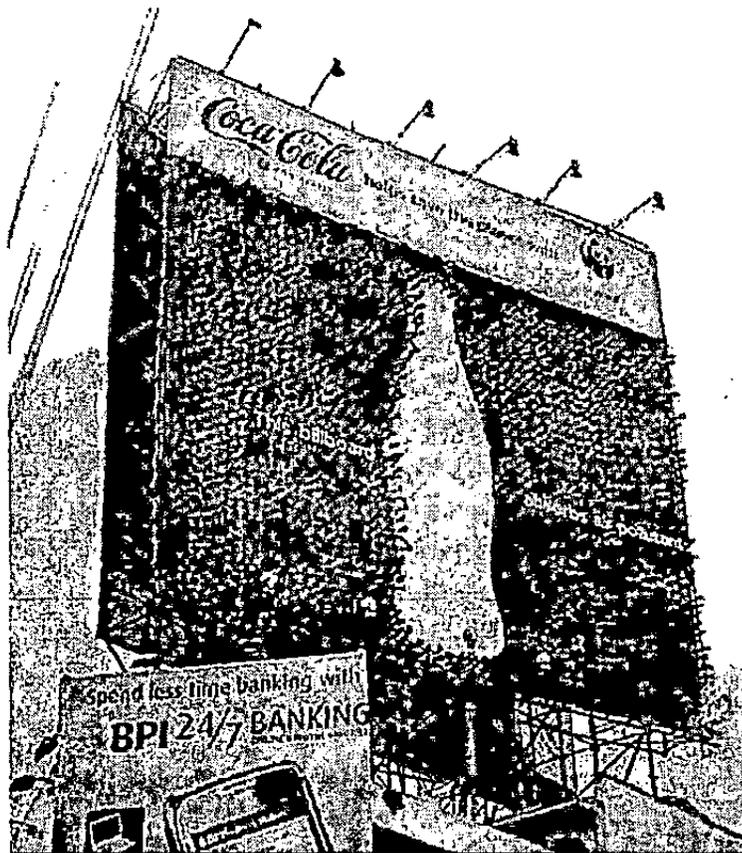
Guna memperbesar upaya perbaikan lingkungan dalam menghadapi perubahan iklim, PT. CCAI melaksanakan berbagai aktifitas di luar perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan. Aktifitas-aktifitas ini berupaya mengaiak pihak lain

diluar perusahaan untuk terlibat aktif dalam upaya bersama menanggulangi pemanasan global. Mereka yakin bahwa makin besar jumlah orang yang terlibat dalam memperbaiki lingkungan maka akan makin besar pula hasil yang didapat. Maka dari itu dalam melaksanakan aktifitas-aktifitas ini PT. CCAI bekerjasama dengan institusi-institusi pemerintah, lembaga pendidikan, dan juga lembaga-lembaga swadaya yang berkecimpung di bidang lingkungan.

B.2.1 Kampanye Lingkungan

Dengan memanfaatkan berbagai media baik cetak dan elektronik, PT. CCAI berupaya mengkampanyekan perbaikan lingkungan kepada masyarakat. Hal ini bermaksud untuk memberikan kesadaran pada masyarakat akan pentingnya kepedulian lingkungan serta langkah-langkah yang harus diambil untuk melestarikannya. Sebagai contoh, PT. CCAI membuat papan reklame pertama di Indonesia yang terbuat dari tanaman hidup atau "Plant Billboard". Papan reklame dari tanaman hidup ini dikembangkan oleh PT. CCAI bersama tim ahli dari Institut Pertanian Bogor, dan memperoleh dukungan penuh dari WWF Indonesia. Saat ini *plant billboard* Coca-Cola dipasang di Jalan H.R. Rasuna Said, Kuningan, Jakarta. Kedua sisi papan reklame yang berukuran 12x6 meter ini terbuat dari tanaman Sirih Belanda yang merupakan tanaman penyerap CO₂. Dengan kondisi lalu lintas

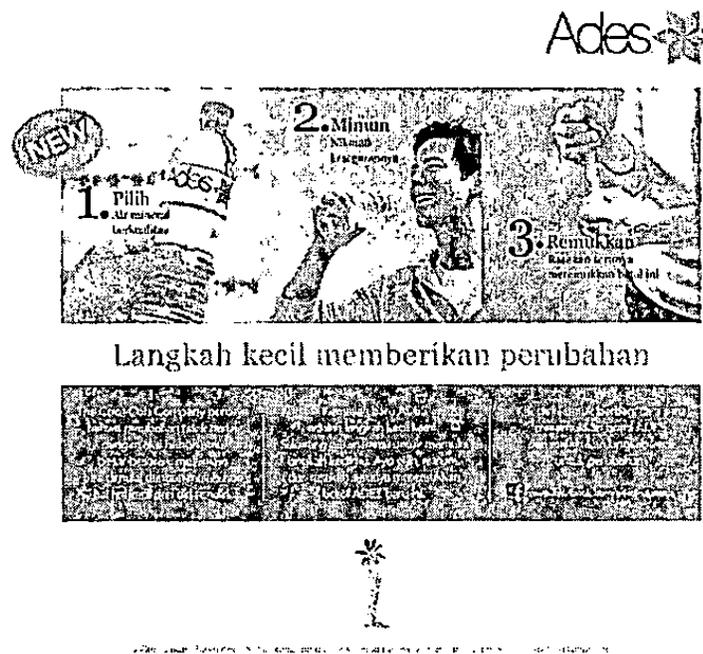
kendaraan 350.000/hari, *plant billboard* ini akan menyerap partikel polusi hingga 16,28 persen dari total emisi kendaraan.⁶⁰



Gambar-4. Plant Billboard Coca-Cola

Contoh lain, kampanye perbaikan lingkungan juga disampaikan melalui iklan produk-produk mereka di televisi. Mereka mengajarkan hal yang harus dilakukan konsumen mereka terhadap limbah dari produk Coca-Cola.

⁶⁰Dari

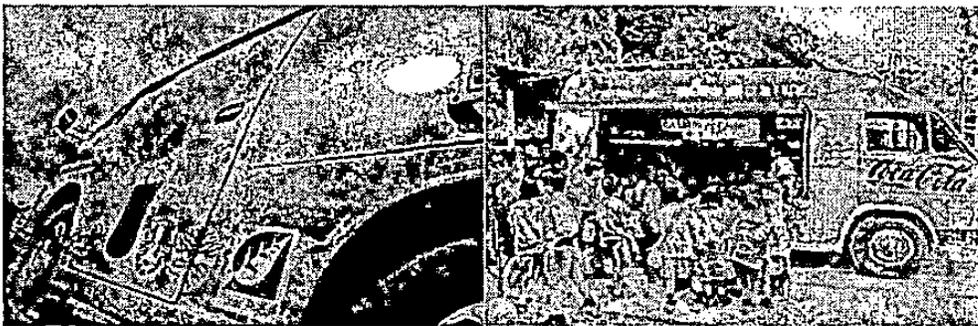


Gambar-5. Iklan Produk Coca-cola

Selain melalui penggunaan media cetak dan elektronik, PT. CCAI juga memberikan pengetahuan lingkungan kepada masyarakat luar dengan program Coca-Cola Plant Tour. Program ini diadakan dua kali sehari dengan kapasitas hingga 200 orang per kunjungan. Selama tur, pengunjung akan dikenalkan dengan Coca-Cola System, proses produksi, program-program CSR, dan saluran pengolahan limbah untuk menunjukkan bahwa CCAI peduli dengan kelangsungan lingkungan di mana bisnis mereka beroperasi.⁶¹

B.2.2 *Eco Mobile*

Masih untuk menyebarkan pesan tentang masalah lingkungan, serta untuk menjunjung komitmen perusahaan dalam membuat program perbaikan berkelanjutan, PT. CCAI meluncurkan *Eco Mobile* di tahun 2009 sebagai alat komunikasi yang bisa mencapai komunitas lokal di area-area terpencil. CCAI bekerja sama dengan organisasi lokal untuk melakukan kunjungan harian, dan memberikan pengetahuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan lingkungan hidup. Kunjungan *Eco Mobile* ditujukan untuk menyediakan metode pembelajaran lingkungan yang interaktif dan menyenangkan. Aktivitas *Eco Mobile* termasuk menonton video dokumenter, *storytelling*, demonstrasi pengelolaan limbah, dan permainan seru.



Gambar-6. Eco Mobile

Sasaran utama program *Eco Mobile* ini adalah anak-anak sekolah yang harus diberikan pendidikan lingkungan mulai sejak dini. PT. CCAI menganggap bahwa

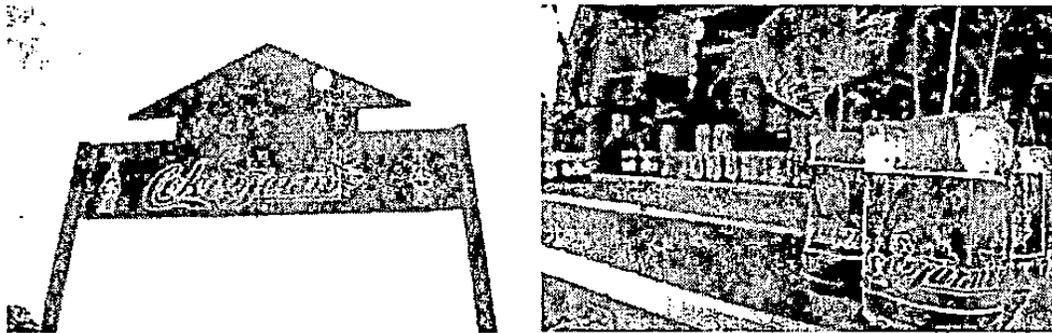
anak-anak lebih mudah diajari dan akan tertanam pada diri mereka kelak untuk melakukan perbaikan lingkungan secara berkelanjutan.

Banyak media yang akan digunakan untuk pelaksanaan pendidikan lingkungan hidup melalui *Eco Mobile* ini. Ada buku-buku ensiklopedi untuk anak-anak, buku-buku bacaan dan komik lingkungan hidup. Ada juga komputer dan televisi yang energinya bersumber dari panel surya yang sengaja dioperasikan di *Eco Mobile* itu. Siswa juga diajak mengikuti mini workshop atau pelatihan lingkungan hidup yang berpusat di *Eco Mobile* ini. *Workshop* yang digelar diarahkan pada program yang harus ditindaklanjuti sesudahnya hingga terwujud suatu perubahan sikap siswa dan peningkatan kualitas lingkungan hidup di sekolah.

B.2.3 Coke Farm

Coke Farm dilaksanakan pertama kali oleh CCAI pada tahun 2009 di Pabrik Rancaekek Bandung, Jawa Barat. *Coke Farm* bertujuan untuk memberikan kehidupan yang lebih baik kepada masyarakat sekitar untuk menjadi petani dengan memanfaatkan lahan yang kurang produktif di sekitar tempat tinggalnya. *Coke Farm* bertujuan untuk memberdayakan komunitas lokal di sekitar pabrik CCAI melalui pelatihan pertanian, sekaligus turut melestarikan lingkungan dengan menanam berbagai macam pohon untuk penghijauan. CCAI mengubah lahan kosong menjadi

lahan produktif disekitar pabrik dengan ditanami oleh beraneka macam tumbuhan, mulai dari sayuran organik dan hidroponik, tanaman buah, hingga tanaman pepohonan yang semuanya bernilai ekonomis bagi masyarakat sekaligus dapat melestarikan lingkungan.



Gambar-7. Coke Farm

Melalui *Coke Farm* ini dengan bertanam sayuran dan juga bibit pohon yang nantinya akan dikontribusikan pada program nasional pemerintah *One Billion Trees* (OBIT)- Penanaman 1 Miliar Pohon. Para petani juga mendapatkan keuntungan dari pembuatan pupuk kompos dari limbah..

B.2.4 Penanaman pohon

Peran pohon dalam mengurangi akibat dan dampak dari pemanasan global sangat besar dan tidak bisa diabaikan. Pohon berfungsi luar biasa untuk menyerap gas CO² yang dihasilkan oleh aktifitas manusia sehingga dapat memperlambat penimbunan gas gas rumah kaca. Maka dari itu PT. CGAL juga aktif melakukan

penanaman pohon di berbagai wilayah strategis di Indonesia. PT. CCAI Jawa Barat menanam pohon di area seluas 5 ha di Kawasan Hulu Sungai Ciliwung, Puncak, Jawa Barat. Mereka mendonasikan 2000 pohon yang akan ditanam di Daerah Aliran Sungai Ciliwung (DAS Ciliwung), Jawa Barat. Kawasan ini dipilih karena area tersebut masuk dalam zona prioritas Departemen Kehutanan dan memiliki peran vital bagi hajat hidup masyarakat Jabodetabek. Dengan fasilitas internet yang terintegrasi GPS/ Camera/3.5G HSDPA, pohon yang telah ditanam dapat dipantau pertumbuhannya melalui Sistem *Geotags* (koordinat yang akurat).⁶²

PT. CCAI Southern Sumatra menggelar penanaman pohon jabon dan medang sebanyak 250 batang di sekitar area danau di kampus Unila. Kedua jenis pohon tersebut dipilih karena dianggap memiliki daya serap baik.⁶³

Di Bali, PT. CCAI menanam 3.000 bibit pohon kajimas di Desa Antapan, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan. CCAI melibatkan pejabat Dinas Kehutanan Kabupaten Tabanan, kepala desa adat, dan masyarakat setempat. Hampir setiap tahun, mereka menanam 3.000 bibit pohon sejak 2010. Pada tahun 2011, kami

⁶²Dari http://www.wwf.or.id/cara_anda_membantu/corporate_partnership/corporate_supporter2/program_partnership/?24401/Coca-Cola-tanam-2000-pohon-di-DAS-Ciliwung diakses pada 23 Mei 2012

⁶³Dari <http://lampung.tribunnews.com/2012/04/01/coca-cola-edukasi-siswa-sd-hemat-air> diakses pada

menanam pohon di lahan kering Desa Seraya Timur, Kecamatan Tianyar, Kabupaten Karangasem.⁶⁴

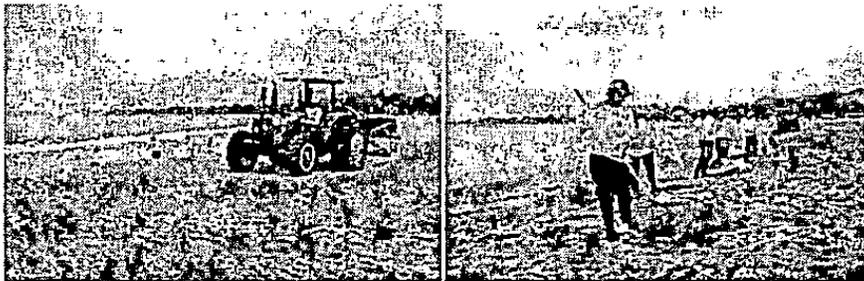
Penanaman pohon juga dilakukan di region-region lain di seluruh Indonesia. Pohon yang ditanam ini juga tidak langsung dibeli dari penjual, melainkan hasil pembibitan dibibit terlebih dahulu secara organik dari Coke Farm.

B.2.5 Beach Clean up

Coca-Cola Amatil Indonesia dan Quicksilver Indonesia mengadakan program CSR '*Bali Beach Clean Up*'. Coca-Cola Amatil Indonesia berkomitmen untuk menjaga pantai-pantai di pulau Bali tetap bersih dan nyaman. Setiap hari, CCAI mengoperasikan traktor pengangkut sampah, 74 tim penyapu pantai yang juga berasal dari desa lokal di sekitar pantai, 300 tempat sampah, dan mengumpulkan hampir 5000 kg sampah setiap tahun dari lima pantai di Bali yaitu Kuta, Legian, Seminyak, Jimbaran, dan Kedonganan. CCAI juga mendirikan *Kuta Beach Sea Turtle Conservation* (KBSTC) yang bertujuan untuk melestarikan populasi penyu yang semakin banyak datang sebagai hasil dari pantai yang lebih bersih. Di tahun 2010, KBSTC mengumpulkan hingga 8000 telur penyu, dan menyelamatkan hingga 7000 bayi penyu setiap tahunnya. Dan sebagai bagian dari atraksi untuk para turis yang

⁶⁴ Dari <http://bali.antaraneews.com/berita/20123/coca-cola-tanam-3000-bibit-kaiimas> diakses pada 23

mengunjungi Bali, bayi-bayi penyu ini akan dilepaskan kembali ke habitat asal mereka.⁶⁵



Gambar-8. Pembersihan Pantai dari Sampah

B.2.6 Sumbangan Tempat Sampah dan *Plastic Crusher*

Permasalahan kebersihan terutama di tempat-tempat umum di Indonesia masih merupakan suatu pekerjaan rumah besar yang harus segera diselesaikan. Berangkat dari keperihatinan tersebut, PT. CCAI berusaha menyediakan sarana kebersihan berupa tempat sampah yang diletakkan ditempat tempat umum seperti sekolah, universitas, serta tempat-tempat wisata yang belum memiliki tempat sampah yang cukup. Dengan begitu diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan dengan membuang sampah pada tempatnya.

⁶⁵ Dari <http://coca-colaamatil.co.id/csr/index/4242107/bali-beach-clean-up-amp-kuta-beach-sea->



Gambar-9. Sumbangan Tempat Sampah

Sedangkan untuk mengolah sampah yang telah terkumpul, terutama sampah plastik, PT. CCAI menyumbangkan alat penghancur plastik atau *plastic crusher* kepada masyarakat. Dengan alat ini masyarakat dapat menghancurkan sendiri sampah plastik yang ada agar tidak mencemari lingkungan.

B.2.7 Insidental Event

Cara lain untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa PT. CCAI merupakan perusahaan multinasional yang peduli terhadap isu lingkungan dan pemanasan global adalah dengan aktif berpartisipasi dalam acara-acara peringatan hari-hari spesial. Contohnya hari bumi, hari air, car free day, dan hari-hari lainnya.