

# MEMPERTAHANKAN TEGAKAN HUTAN

# 2023

## Kartu Skor

Evaluasi Merek-merek Pemicu Deforestasi dan Pelanggaran Hak Asasi Manusia



# DAFTAR ISI

3	<b>Pengantar</b>
5	<b>Tren dan Perkembangan</b>
5	Munculnya Regulasi seperti EUDR – Apakah Signifikan untuk Hutan?
6	Merek-Merek Terkemuka Mulai Mengklaim bahwa Mereka 100% Bebas Deforestasi - namun Benarkah?
6	Melindungi Pembela Hak Asasi Manusia (HAM) dan Menghormati Hak atas Tanah
7	Investasi dalam Lanskap – Pembangunan di Kawasan Ekosistem Leuser sebagai Model yang Dapat Diterapkan secara Luas
9	<b>Elemen Dasar dari Kebijakan yang Kuat mengenai Komoditas yang Berisiko terhadap Hutan</b>
9	Menetapkan Kebijakan NDPE yang Kredibel
10	Semua Unsur NDPE
10	Pentingnya Kebijakan Lintas Komoditas
12	Pentingnya Pendekatan Grup Perusahaan
13	Menetapkan Target yang Ambisius dan Terikat Waktu
14	Mengidentifikasi Greenwash dan Membongkar Solusi Palsu
15	<b>Evaluasi Merek</b>
15	Penilaian
18	Ringkasan Progres yang Dicapai Merek selama Beberapa Tahun Terakhir
19	<b>Rekomendasi</b>
21	Catatan Akhir

## MEMPERTAHANKAN TEGAKAN HUTAN 2023 Kartu Skor



PHOTO: Paul Hilton / Global Conservation  
COVER: Khairul Abdi / RAN



# PENGANTAR

PHOTO: Nanang Sujana / RAN

Evaluasi ini memberikan gambaran singkat hasil pencapaian merek-merek besar dunia atas usahanya dalam menghentikan perusakan hutan dan pelanggaran hak asasi manusia (HAM) dalam menjalankan operasi bisnisnya. Meskipun merek besar internasional telah bersusah payah untuk berkomitmen membersihkan rantai pasoknya, namun pada kenyataannya deforestasi dan kekerasan terhadap pembela HAM di barisan terdepan terus meningkat di seluruh dunia, dan merek-merek ini masih terus mendapatkan keuntungan dari perusakan hutan dan pelanggaran hak yang terjadi<sup>1</sup>. Tren negatif ini menunjukkan bahwa merek-merek ini selalu gagal menutup celah antara retorika publik dengan dampak merusak dan bertindak setengah-setengah sehingga pemasok mereka menjalankan bisnis seperti biasa (business as usual) tanpa perbaikan. Praktik bisnis seperti biasa ini mengakibatkan ekspansi perusahaan ke lanskap-lanskap hutan utuh yang tersisa di seluruh dunia dan wilayah Masyarakat Adat yang telah mengelola hutan dan keragaman hayatinya selama ribuan tahun.

Tidaklah berlebihan untuk mengatakan bahwa kesehatan sosial dan ekonomi manusia tidak bisa dipisahkan dari kesehatan hutan dunia. Kami sangat yakin bahwa krisis deforestasi dan iklim saling berkaitan erat, karena 20% dari total emisi karbon dunia (lebih besar dari total sektor transportasi di seluruh dunia) berasal dari deforestasi<sup>2</sup>. Mengingat 90% deforestasi berasal dari ekspansi pertanian industri<sup>3</sup> untuk 'komoditas yang berisiko terhadap hutan'. Tidak ada solusi layak terhadap ancaman nyata kekacauan iklim, tanpa menghentikan hilangnya dan terdegradasinya hutan dunia yang kian mengkhawatirkan saat ini.

Kampanye Mempertahankan Tegakan Hutan dari Rainforest Action Network (RAN) mendesak sejumlah merek paling berpengaruh pemicu perusakan hutan hujan dan pelanggaran HAM untuk bertindak nyata bagi hutan dan masyarakat. Perusahaan-perusahaan ini memberikan pengaruh ekonomi yang luar biasa dalam suatu sektor besar yang bergantung pada komoditas yang berisiko terhadap hutan, yakni bahan baku yang mendorong perusakan hutan di seluruh dunia. Dengan mengambil contoh satu-satunya komoditas seperti sawit yang dilaporkan secara lengkap oleh merek-merek tersebut, diketahui ada sekitar 2,3 juta ton minyak sawit dan 1,4 juta ton minyak inti sawit beserta turunannya yang dibeli oleh merek-merek tersebut secara keseluruhan pada tahun 2022.<sup>4</sup> Jumlah ini mewakili pasar minyak sawit dan minyak inti sawit masing-masing sebesar 3% dan 17%.

**Merek multinasional yang mendorong deforestasi dan pelanggaran HAM melalui rantai pasoknya adalah Colgate-Palmolive, Ferrero, Kao, Mars, Mondelēz, Nestlé, Nissin Foods, PepsiCo, Procter & Gamble, dan Unilever.**

Sejak tahun 2021, RAN melakukan evaluasi dan penilaian peringkat berdasarkan upaya yang telah dilakukan, atau belum dilakukan perusahaan tersebut untuk mempertahankan tegakan hutan dan menghormati HAM di rantai pasoknya. Pada tahun 2023, RAN menambahkan kriteria utama dan meninjau setiap progres yang dicapai untuk memperbarui peringkat ini guna mengetahui merek apa saja yang terdepan dan tertinggal di sektor ini.

Kampanye terus dilakukan selama bertahun-tahun oleh masyarakat, NGO lokal, dan NGO internasional yang beraliansi dengan memanfaatkan kekuatan akar rumput dan konsumen untuk menekan merek besar dan sebagian besar pelaku utama industri minyak sawit agar mengadopsi standar tolok ukur baru dalam produksi komoditas yang bertanggung jawab, yakni kebijakan Nol Deforestasi, Nol Pembangunan di Lahan Gambut, dan Nol Eksploitasi (NDPE). Beberapa kemajuan telah dicapai dalam memutuskan kaitan antara ekspansi kelapa sawit dan deforestasi, namun kebijakan NDPE belum diterapkan sepenuhnya di wilayah hutan tropis dimana sebagian besar kelapa sawit ditanam, seperti Indonesia dan Malaysia. Sawit bukanlah satu-satunya pendorong deforestasi, pada kenyataannya hutan masih mengalami gempuran ekspansi yang dilakukan korporasi untuk berbagai komoditas lain yang berisiko terhadap hutan guna memenuhi kebutuhan merek-merek tersebut, seperti pulp dan kertas, kedelai, daging sapi, kakao, kopi, dan produk kayu. Hanya ada sedikit progres yang dicapai dalam mengatasi dampak HAM dari produksi dan ekspansi dari komoditas-komoditas tersebut.<sup>5</sup>

Meski banyak kebijakan NDPE yang telah diadopsi, tidak semua komoditas yang berisiko terhadap hutan yang dimanfaatkan merek untuk membuat produk barang konsumen tunduk pada kebijakan tersebut. Tidak sejalannya janji tertulis dan kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa masih ada celah besar dalam penerapan kebijakan yang telah diadopsi oleh merek dan cara penerapan komitmen kebijakan ini dilaksanakan oleh merek serta perusahaan dan petani dalam rantai pasoknya.

Evaluasi Menjaga Tegakan Hutan ini menggunakan metodologi komprehensif dan rangkaian kriteria detail untuk menilai kesesuaian kebijakan yang telah diadopsi oleh merek besar dunia secara objektif. Evaluasi ini juga menilai metode yang digunakan untuk melaksanakan kebijakan dan tingkat transparansi dalam pelaporan progres. Evaluasi ini akan memberikan nilai kepada setiap merek sehingga konsumen, penyandang dana, dan investor dapat mengetahui dan membandingkan sejauh mana masing-masing merek ini berupaya menghentikan perannya dalam mendorong deforestasi dan pelanggaran HAM.

Merek-merek yang disebutkan dalam laporan ini merupakan pelaku ekonomi yang sangat berpengaruh dan memiliki rantai pasok rumit dan kompleks secara logistik. Secara keseluruhan, merek ini juga menetapkan sinyal pasar tentang cara produksi komoditas yang berisiko terhadap hutan di seluruh dunia. Keuntungan yang didapatkan merek-merek ini berasal dari penggunaan bahan baku yang murah sehingga mereka sedapat mungkin berusaha menghindar dari tanggung jawab atas tindakan para pemasoknya dan membuat penyangkalan agar terlihat masuk akal, terkait konsekuensi keputusan pembeliannya. Sebagai bagian dari masyarakat sipil dan gerakan yang didorong oleh kekuatan masyarakat, kami berusaha menghubungkan fakta-fakta yang kami kumpulkan dari masyarakat terdampak yang berada di garda terdepan perlindungan hutan dan bagaimana mereka terhubung dengan berbagai produk yang terpajang di rak toko barang konsumen. Kami melakukannya dengan menginvestigasi aliran pendanaan dan meminta pertanggung jawaban para pembuat keputusan yang mendapatkan keuntungan dari perusahaan ini.

Dampak nyata krisis iklim yang kian meningkat pesat di seluruh dunia, maka akan banyak hal yang dipertaruhkan jika tindakan yang diambil hanya setengah-setengah, berupa solusi palsu, dan pembohongan oleh korporasi terus berlanjut. Langkah pasti harus dilakukan untuk menutup celah ini dan menghentikan perusahaan mulai dari sumbernya, saat ini tinggal kemauan para pembuat keputusan untuk berinvestasi dalam menjalankan solusi ini secara serius. Peraturan baru pemerintah yang mulai dibentuk di Uni Eropa, Amerika Serikat, dan wilayah lainnya setidaknya berpotensi menjadi terobosan yang diperlukan untuk mempercepat proses ini hingga bisa mendapatkan hasil, meskipun hal tersebut akan sangat bergantung kepada seberapa kuat penegakan peraturan tersebut bisa diterapkan secara menyeluruh. **Janji palsu yang dilontarkan merek-merek serta mitra bisnisnya tidak bisa diterima begitu saja. Mereka harus membuktikan berhenti menjalankan perannya dalam**



## How they measured up

	C
	D
	D
	D
	D-
	D-
	F
	F
	F
	F

Dalam evaluasi tahun ini, kami menemukan bahwa tidak ada satupun merek yang sedikit saja mendekati nilai 'A' atas upayanya dalam menangani persoalan yang sangat penting ini. Procter & Gamble, Mondelez, Ferrero, dan Nissin Foods menjadi perusahaan dengan kinerja terburuk di antara 10 merek yang dievaluasi.



New canal development in carbon-rich peatlands  
in Indonesia's Leuser Ecosystem. October 2023.  
PHOTO: Paul Hilton / Global Conservation

Pada tahun 2022, Bumi ini telah kehilangan kawasan hutan seluas negara Swiss, 10% lebih besar dari kehilangan yang terjadi pada tahun 2021.<sup>6</sup> Tahun 2023 juga tercatat sebagai tahun terpanas yang pernah terjadi. Para ilmuwan memperkirakan bahwa krisis keanekaragaman hayati telah mendorong jutaan spesies di ambang kepunahan,<sup>8</sup> sementara lebih dari 1.700 aktivis lingkungan diketahui telah dibunuh dalam satu dekade terakhir.<sup>9</sup> Di tengah semua krisis ini, muncul sejumlah perkembangan baru yang menawarkan secercah harapan untuk arah yang lebih baik.

### **Munculnya Regulasi seperti EUDR – Apakah Signifikan untuk Hutan?**

Pengesahan dan penegakan Undang-Undang Uni Eropa tentang Deforestasi (EUDR) merupakan suatu perkembangan besar dalam dunia komoditas yang berisiko terhadap hutan, yang apabila diterapkan akan berdampak besar terhadap semua merek-merek yang dinilai dalam evaluasi ini. Singkatnya, EUDR mewajibkan semua perusahaan pengimpor ternak, kakao, kedelai, minyak sawit, kopi, karet, atau produk kayu yang masuk ke Uni Eropa untuk menelusuri kembali komoditas yang mereka gunakan ke lokasi asal sumber produksi komoditas tersebut.<sup>10</sup> Perusahaan merek --dan pemasoknya-- harus memberikan letak geolokasi yang tepat dalam pernyataan uji tuntasnya. Pernyataan ini harus mengonfirmasi bahwa produknya bukan berasal dari lahan yang mengalami deforestasi terhitung setelah tanggal 31 Desember 2020. Selain itu, perusahaan juga harus bisa mengungkapkan sistem uji tuntas deforestasinya setiap tahun. Perusahaan yang diketahui memperoleh produk dari lahan terdeforestasi wajib membayar denda hingga 4% dari pendapatan tahunannya.

Meskipun peraturan tersebut dirancang agar perusahaan mencapai kepatuhan penuh sekitar tahun 2025, data yang dimuat dalam laporan ini menunjukkan bahwa merek-merek besar dunia tidak konsisten dalam memenuhi persyaratan baru ini sehingga menyebabkan investor dan penyandang dananya terpapar risiko material yang nyata.

Meskipun peraturan tersebut dirancang agar perusahaan mencapai kepatuhan penuh sekitar tahun 2025, data yang dimuat dalam laporan ini menunjukkan bahwa merek-merek besar dunia tidak konsisten dalam memenuhi persyaratan baru ini sehingga menyebabkan investor dan penyandang dananya terpapar risiko material yang nyata. Evaluasi ini menggunakan dua indikator baru untuk menilai suatu merek terhadap merek lainnya sesuai persyaratan EUDR baru. Pertama, merek dinilai berdasarkan ada tidaknya dukungan publik terhadap EUDR dan upaya regulasi lainnya. Kriteria baru yang kedua mengkaji tingkat ketertelusuran dan transparansi dalam rantai pasokan suatu merek, hingga mereka mampu mengungkap data pemasok mereka ke tingkat yang diperlukan untuk memenuhi kriteria EUDR. Singkatnya, meskipun sudah ada peningkatan dalam pengungkapan data pemasok oleh sejumlah merek, masih ada banyak hal yang harus dilakukan.<sup>11</sup>

Rancangan undang-undang (RUU) yang serupa dengan EUDR juga tengah dikembangkan di berbagai belahan dunia lainnya, salah satunya yang terbesar sudah disahkan oleh Majelis Negara Bagian New York<sup>12</sup> dan tengah menunggu ditandatangani oleh gubernur, serta RUU lainnya di California.<sup>13</sup>

## **Merek-Merek Terkemuka Mulai Mengklaim bahwa Mereka 100% Bebas Deforestasi - namun benarkah?**

Merek-merek besar seperti Mars<sup>14</sup>, Nestlé<sup>15</sup>, dan Ferrero<sup>16</sup> mengklaim bahwa pihaknya telah, atau hampir, mengakhiri deforestasi dalam rantai pasoknya, tetapi tidak ada publikasi yang membuktikan hal ini dan klaim tersebut dibuat berdasarkan cakupan yang kecil, misalnya mengakhiri deforestasi di rantai pasok fisiknya. Mengingat riwayat panjang klaim palsu dan janji-janji yang tidak dipenuhi, bagaimana kita tahu bahwa klaim ini kredibel? Mereka mungkin memilih jalan pintas dengan tidak lagi memasok dari wilayah berisiko tinggi dan menyederhanakan rantai pasoknya, namun tidak melakukan intervensi untuk mengubah kebijakan dan praktik pemasoknya di seluruh operasi dan rantai pasok pihak ketiganya yang justru diperlukan untuk benar-benar menghentikan deforestasi. Lebih parahnya, klaim tersebut diverifikasi oleh konsultan yang sama yang dibayar untuk memantau rantai pasok merek terkait, ini artinya metode verifikasi yang digunakan tidak independen dan bebas dari konflik kepentingan. Tidak diragukan lagi, ada celah besar antara sifat klaim yang ada saat ini dengan klaim yang diperlukan untuk memenuhi persyaratan kebijakannya sendiri, ekspektasi konsumen, dan peraturan baru seperti EUDR.

Unilever merupakan salah satu merek yang mewajibkan pemasoknya menjalankan verifikasi independen terhadap klaim bebas deforestasi dan konversinya. Pada tahun 2022, Unilever mengklaim bahwa 74% pemasok minyak sawit, 95% pemasok kertas dan karton, dan 92% pemasok kacang kedelainya telah dinyatakan bebas deforestasi.<sup>17</sup> Namun, Unilever belum memublikasikan protokol verifikasi independen atau metode yang digunakannya untuk menjalankan verifikasi independen terhadap klaim bebas deforestasi atau ketertelusurannya. Merek lain melaporkan progres perusahaannya berdasarkan kerangka pelaporan berbasis data yang dilaporkan sendiri oleh pemasoknya atau sistem sertifikasi dan rencana aksi yang tidak memadai.<sup>18</sup>

Di tengah nihilnya verifikasi pihak ketiga yang kredibel, munculnya klaim palsu yang menyatakan bahwa rantai pasok mencapai 100% Bebas Deforestasi memungkinkan merek menghindari kontroversi tanpa bertanggung jawab penuh atas solusi nyata dan sistemis yang sudah jelas dianggap penting untuk mengatasi krisis yang kompleks ini. Merek-merek ini harus didesak untuk memperluas pelaporannya dengan menyertakan dokumen yang diverifikasi pihak ketiga secara independen terutama mengenai pemenuhan persyaratan HAM.

## **Melindungi Pembela Hak Asasi Manusia (HAM) dan Menghormati Hak atas Tanah**

Terjadi perubahan besar dalam jumlah merek-merek yang memublikasikan kebijakan, komitmen, atau rencana aksi terkait penghormatan HAM dalam rantai pasok mereka meningkat dari tahun sebelumnya. Terobosan paling signifikan dilakukan Unilever melalui publikasi kebijakan dan rencana implementasi yang terperinci dan berdedikasi tentang perlindungan terhadap Pembela HAM.<sup>19</sup> Terobosan ini menjadi preseden global yang signifikan terkait peran yang harus diambil perusahaan untuk menyatakan dan menerapkan pendekatan nol toleransi atas kekerasan, intimidasi, dan kriminalisasi terhadap pembela HAM yang menentang ekspansi agribisnis di garis depan. Kebijakan ini berlaku di seluruh komoditas dan saat ini harus diterapkan di seluruh operasi Unilever, mitra bisnis, dan pemasoknya. Gerakan untuk mengambil sikap Nol Toleransi terhadap kekerasan yang dialami oleh para pembela HAM kian meningkat di kalangan pembeli komoditas yang berisiko terhadap hutan. Saat ini, enam dari 10 merek telah memublikasikan kebijakan atau komitmen Nol Toleransi terhadap pembela HAM. Jumlah ini meningkat dibandingkan lima merek pada tahun sebelumnya.<sup>20</sup> Nissin Foods, Colgate Palmolive, Procter & Gamble, dan Mondelēz saat ini disorot di antara perusahaan lainnya karena tidak memiliki komitmen yang jelas terhadap perlindungan pembela HAM di rantai pasoknya.

Dalam setahun terakhir, muncul serangkaian kebijakan, rencana aksi, dan pengungkapan baru dan diperbarui mengenai isu-isu penting terkait HAM, termasuk Kebijakan HAM dan Rencana Aksi Terkait Hak atas Tanah dari Nestlé<sup>21</sup>, Panduan untuk Pemasok terkait Hak atas Tanah dari Mars,<sup>21</sup> dan Kebijakan Mitra Bertanggung Jawab dari Unilever<sup>23</sup> yang menetapkan persyaratan untuk menghormati hak

Di tengah nihilnya verifikasi pihak ketiga yang kredibel, munculnya klaim palsu yang menyatakan bahwa rantai pasok mencapai 100% Bebas Deforestasi memungkinkan merek menghindari kontroversi tanpa bertanggung jawab penuh atas solusi nyata dan sistemis yang sudah jelas dianggap penting untuk mengatasi krisis yang kompleks ini.

Nissin Foods, Colgate Palmolive, Procter & Gamble, dan Mondelēz saat ini disorot di antara perusahaan lainnya karena tidak memiliki komitmen yang jelas terhadap perlindungan pembela HAM di rantai pasoknya.



The Community of Long Isun's forests and rights are under threat in Mahakam Ulu, Indonesia. PHOTO: Khairul Abdi / RAN

atas tanah. Selain itu juga terdapat peningkatan dalam pelaporan mengenai persoalan HAM yang penting dalam rantai pasok merek-merek ini, termasuk dari Unilever,<sup>24</sup> PepsiCo<sup>25</sup>, dan Nestlé<sup>26</sup> yang telah menerbitkan pembaruan kebijakannya. Ferrero<sup>27</sup> dan Mondelez<sup>28</sup> telah menerbitkan laporan pertamanya meski masih banyak mengandung kelalaian karena pelanggaran terhadap hak atas tanah tidak diakui sebagai persoalan HAM yang penting. Pembaruan dari Mars<sup>29</sup> hanya mengakui hak atas lahan sebagai persoalan yang baru-baru ini muncul, bukan sebagai persoalan yang berlarut-larut hingga kini.

Meskipun menggembirakan untuk akhirnya mulai melihat beberapa model awal diadopsi, namun masih jarang dijumpai atau bahkan tidak ada bukti akan dihormatinya hak atas tanah dan diterapkannya hak Masyarakat Adat dan tradisional untuk memberikan atau tidak memberikan Persetujuan atas Dasar Informasi di Awal Tanpa Paksaan (PADIATAPA) terhadap pembangunan baru dan pembangunan yang sudah ada. Di Indonesia, laporan dan kasus mengenai pelanggaran hak atas tanah terus menunjukkan hal sebaliknya, hak Masyarakat Adat seperti masyarakat Pargaman-Bintang Maria dan Long Isun untuk menolak pembangunan di atas lahan mereka tidak dihormati oleh grup perusahaan terbesar di sektor kehutanan di Indonesia, yaitu Royal Golden Eagle Group dan Harita Group.<sup>30</sup> Terlepas dari pelanggaran yang dilakukan, berbagai merek tersebut tidak menghentikan bisnisnya dengan grup perusahaan ini. Dua kasus tersebut hanyalah secuil persoalan yang terlihat dan merupakan konsekuensi atas tindakan merek yang menutup mata terhadap perampasan tanah dan pelanggaran hak atas tanah yang dilakukan para pemasoknya selama puluhan tahun.

## Investasi dalam Lanskap – Pembangunan di Kawasan Ekosistem Leuser sebagai Model yang Dapat Diterapkan secara Luas

Tren lain yang memberikan secercah harapan adalah banyak perusahaan yang meningkatkan investasinya dalam inisiatif lanskap, bahkan beberapa di antaranya melibatkan ribuan petani serta perlindungan dan restorasi hutan. Laporan yang baru saja dirilis oleh Tropical Forest Alliance (TFA), CDP, dan Proforest mengidentifikasi 37 pendekatan lanskap dan yurisdiksi yang didukung oleh perusahaan dan berfokus pada produksi minyak sawit, mengalahkan sektor komoditas lainnya.<sup>31</sup> Namun, kurang dari sepertiga program tersebut yang bertujuan untuk menjamin hak penguasaan tanah untuk Masyarakat Adat dan masyarakat setempat.

Unilever dan PepsiCo merupakan pelopor pengembangan pendekatan yurisdiksi bersama pemerintah Provinsi Aceh dan Sumatera Utara yang merupakan rumah bagi Kawasan Ekosistem Leuser milik Indonesia yang sangat penting di dunia. Di Aceh Tamiang, lokasi hutan hujan dataran rendah bagian timur laut Kawasan Ekosistem Leuser, deforestasi telah menurun ke tingkat yang sangat rendah sejak sistem pemantauan hutan kolaboratif dan tanggap lapangan dikembangkan di daerah tersebut dengan dukungan Unilever dan PepsiCo.<sup>32</sup>

Keberhasilan koalisi lanskap di Aceh Tamiang telah menginspirasi kemitraan baru di kabupaten lain yang hutannya juga berisiko dan kini menjadi garis depan melawan deforestasi untuk perkebunan sawit di Kawasan Ekosistem Leuser.<sup>33</sup> Program ini dirasa menjanjikan karena memungkinkan penerapan praktik NDPE di seluruh yurisdiksi, tidak hanya oleh produsen individual yang menjual komoditas ke rantai pasok global. Mengingat peran sentralnya dalam pendekatan ini, Pemerintah juga memainkan peran penting dalam meningkatkan sistem tata kelola hutan dan menjamin pengakuan hukum atas hak Masyarakat Adat untuk melindungi dan mengelola hutan adatnya.

Meskipun menjanjikan, skala perubahan yang dihasilkan program ini tidak berjalan cukup cepat. Kami menemukan buktinya di bagian barat daya Aceh, tepatnya di suaka margasatwa Rawa Singkil dimana deforestasi dan perusakan lahan gambut mencapai puncaknya pada tahun 2023, berlawanan dengan tren yang terlihat di seluruh Indonesia. Hal ini menjadi peringatan bahwa pendekatan yurisdiksi bukanlah solusi jitu. Merek perlu menegakkan kebijakan NDPE di seluruh rantai pasok dan wilayah operasional pemasok atau mitra bisnisnya selain meningkatkan investasi dalam program lanskap berbasis hak.

Dengan adanya persyaratan baru dari EUDR untuk bisnis impor, ada peningkatan minat dari merek besar untuk melihat dapat tidaknya inisiatif lanskap dan yurisdiksi mendukung transformasi sistem ketertelusuran dan mengatasi persoalan HAM serta kontroversi yang timbul dari konflik antara perusahaan dan masyarakat.

bahwa pendekatan yurisdiksi bukanlah solusi jitu. Merek perlu menegakkan kebijakan NDPE di seluruh rantai pasok dan wilayah operasional pemasok atau mitra bisnisnya selain meningkatkan investasi dalam program lanskap berbasis hak.



PHOTOS: Nanang Sujana / RAN; Paul Hilton / RAN





# UNSUR PENTING KEBIJAKAN TERKAIT KOMODITAS YANG BERISIKO TERHADAP HUTAN

Dalam satu dekade terakhir, meningkatnya perjuangan masyarakat untuk mempertahankan tanahnya, diikuti tekanan konsumen, dengan didorong kampanye oleh NGO internasional yang terkoordinasi, telah mencapai progres yang luar biasa dalam mengungkap kesalahan merek besar dunia dalam memicu deforestasi dan pelanggaran HAM, serta menekan merek-merek tersebut agar mulai bertanggung jawab dan berkomitmen kepada publik untuk segera membersihkan operasinya. Ratusan perusahaan besar menerapkan standar kebijakan praktik terbaik baru dengan menetapkan persyaratan praktik NDPE.<sup>35</sup> Terdapat klaim yang menyatakan bahwa laju deforestasi di beberapa wilayah penting seperti Indonesia mulai menurun, sebagian karena penerapan kebijakan sukarela ini.<sup>36</sup> Namun kenyataannya klaim ini masih dipertanyakan dan tidak semua perusahaan di sektor yang operasinya berisiko terhadap hutan memiliki kebijakan NDPE.<sup>37</sup> Kondisi hutan terus berkurang pada tingkat yang mengkhawatirkan dan tidak berkelanjutan, konflik lahan serta pelanggaran hak masyarakat masih sering terjadi, terutama di garis depan hutan di mana ekspansi operasi penebangan dan agribisnis berjalan.

## Menetapkan Kebijakan NDPE yang Kredibel

Untuk menjembatani kesenjangan antara janji tertulis dan transformasi nyata dalam rantai pasok komoditas yang berisiko terhadap hutan, kita perlu mengatasi celah kritis dalam kebijakan sukarela yang diterapkan oleh perusahaan di seluruh rantai pasok ini. Beberapa hal berikut ini bisa diutamakan untuk dipenuhi dalam penetapan kebijakan NDPE yang kredibel.

- » **Semua unsur kebijakan NDPE** harus ditetapkan sebagai persyaratan wajib oleh semua pemasok sebagai syarat untuk melakukan pembelian, memasok dan/ atau kegiatan bisnis lainnya.
- » **Menerapkan kebijakan NDPE lintas komoditas** misalnya persyaratan NDPE harus dipatuhi di seluruh rantai pasok komoditas yang berisiko terhadap hutan, tidak hanya minyak sawit.

- » **Mewajibkan kepatuhan terhadap kebijakan di tingkat grup perusahaan** sehingga persyaratan NDPE tidak terbatas hanya pada lokasi fisik wilayah pemasok merek.
- » **Menetapkan target terikat waktu yang ambisius** untuk mencapai penerapan penuh kebijakan dan kepatuhan dalam menjalani verifikasi independen.

## Semua Unsur NDPE

Penerapan komitmen atau kebijakan 'No Deforestasi' tidaklah cukup. Kebijakan tersebut harus meliputi semua unsur standar praktik 'No Deforestasi, No Pembangunan di Lahan Gambut, dan No Eksploitasi' (NDPE). Metodologi RAN menetapkan unsur terperinci untuk kebijakan NDPE, dan NDPE sebenarnya mencakup larangan terhadap deforestasi, degradasi hutan, konversi ekosistem alami termasuk lahan gambut, dan pelanggaran HAM sebagaimana dijabarkan dalam norma dan perjanjian HAM internasional.<sup>38</sup> Kebijakan tersebut harus menetapkan tanggal batas akhir yang kredibel di mana deforestasi, degradasi hutan, dan konversi ekosistem alami tidak akan ditoleransi.<sup>39</sup>

## Pentingnya Kebijakan Lintas Komoditas



































Ancaman terhadap hutan dan masyarakat penjaga hutan kian meningkat dan datang dari berbagai pemain komoditas yang memasok perusahaan-perusahaan merek dunia untuk menghasilkan produknya, inilah yang menjadi alasan mengapa merek membutuhkan kebijakan NDPE lintas komoditas. Kebijakan yang efektif harus melarang deforestasi, degradasi hutan, dan konversi ekosistem alami, serta pelanggaran HAM di seluruh rantai pasok yang berkaitan dengan kerusakan tersebut.

Sebagai contoh, cokelat batangan sederhana dibuat dengan menggunakan sejumlah komoditas seperti minyak sawit, kakao, gula, lesitin kedelai, dan susu/produk susu. Produk susu dibuat dari susu yang berasal dari sapi yang diberi pakan ternak yang seringkali mengandung bahan dari kedelai dan minyak sawit. Mie instan dibuat dari minyak sawit, dan banyak mengandung daging sapi. Makanan hewan peliharaan dibuat dari produk hewani, termasuk daging sapi dan ayam yang telah diberi pakan dari kedelai dan minyak sawit. Sabun, sampo, dan kondisioner dibuat menggunakan produk turunan minyak sawit. Tisu toilet, popok, dan semua produk dengan kemasan berbahan dasar kertas bergantung pada pulp kayu, yang sebagian besar berasal dari hutan alami.

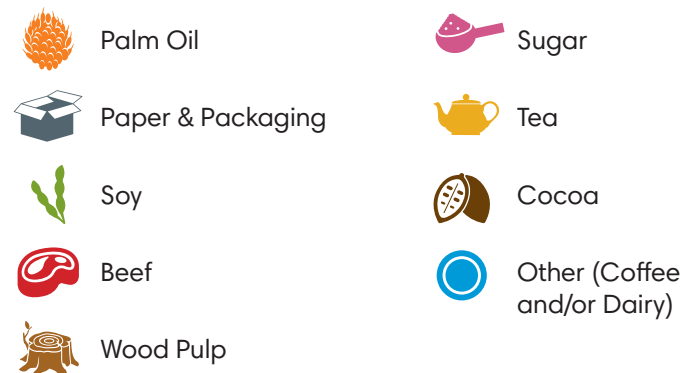
Sejumlah merek memberlakukan kebijakan yang mencakup beberapa (tapi tidak semua) komoditas yang berisiko terhadap hutan yang terkandung dalam produknya. Komoditas ini umumnya meliputi komoditas pemicu utama deforestasi, yakni minyak sawit (minyak sawit mentah, minyak inti sawit, dan produk turunannya yang terkandung dalam pakan ternak), pulp kayu yang digunakan dalam tisu toilet, popok, dan kertas dan kemasan barang konsumen), kedelai (termasuk yang terkandung dalam pakan ternak), dan daging sapi (termasuk lemak dan gelatin sapi). Komoditas tersebut juga mencakup komoditas dengan tingkat kontribusi yang lebih rendah, misalnya kakao, kopi, teh, tebu, dan produk kehutanan dan pertanian lainnya yang berkaitan dengan deforestasi dan degradasi hutan dan ekosistem alami. Tabel 1 menunjukkan celah dalam kebijakan masing-masing merek. Celah tersebut berkaitan dengan kebijakan yang tidak menyertakan semua unsur kebijakan NDPE maupun tidak diterapkannya kebijakan NDPE lintas komoditas atau kebijakan NDPE tersendiri untuk masing-masing komoditas yang berisiko terhadap hutan.

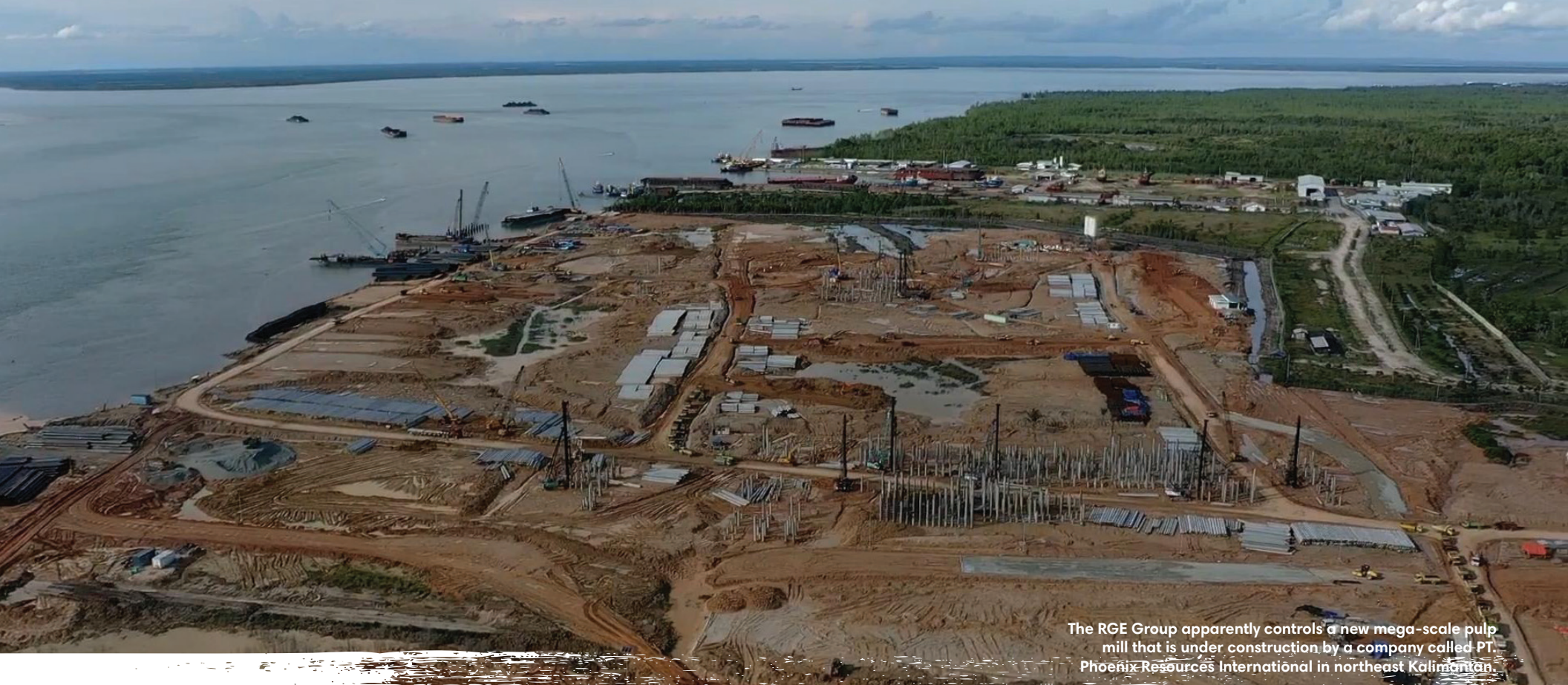


**Tabel 1: Penilaian kekuatan ruang lingkup kebijakan NDPE dari masing-masing merek untuk semua komoditas yang berisiko terhadap hutan di dalam rantai pasoknya.**

PERUSAHAAN	Keterpaparan komoditas berisiko terhadap hutan	Komoditas berisiko terhadap hutan yang dicakup dalam kebijakan NDPE lintas komoditas	Komoditas berisiko terhadap hutan yang tercakup dalam kebijakan NDPE tersendiri	Komoditas berisiko terhadap hutan yang tidak, atau kurang, tercakup dalam kebijakan NDPE apa pun
			Ada kebijakan NDPE lintas komoditas	-
<b>FERRERO</b>		Tidak ada kebijakan NDPE lintas komoditas		
<b>kaO</b>			Ada kebijakan NDPE lintas komoditas	-
<b>MARS</b>	 *	Tidak ada kebijakan NDPE lintas komoditas		 *
		Tidak ada kebijakan NDPE lintas komoditas		
		Tidak ada kebijakan NDPE lintas komoditas		
		Tidak ada kebijakan NDPE lintas komoditas		
		Tidak ada kebijakan NDPE lintas komoditas		
<b>P&amp;G</b>		Ada kebijakan NDPE lintas komoditas yang tidak sepenuhnya sesuai dengan NDPE		
			Ada kebijakan NDPE lintas komoditas	

\*Produk daging sapi mungkin dipasok melalui merek Royal di Argentina<sup>40</sup>





The RGE Group apparently controls a new mega-scale pulp mill that is under construction by a company called PT Phoenix Resources International in northeast Kalimantan.

## Pentingnya Pendekatan Grup Perusahaan

RAN melakukan pendekatan dengan mengikuti aliran uang dari titik perusakan dan eksploitasi, lalu menghubungkannya dengan kepemilikan perusahaan yang memicu perusakan. Merek besar selalu mencoba bersembunyi di balik anonimitas jaringan kompleks produsen dan penjual di dalam rantai pasok mereka. Konglomerat perusahaan dan para pengambil keputusan yang berkuasa akan dengan semena-mena mencoba mengklaim bahwa salah satu unit bisnisnya tidak bertanggung jawab dan tidak dapat dimintai pertanggungjawaban atas praktik perusakan yang dilakukan unit bisnis lainnya. Kita bertugas membongkar taktik akal-akalan ini dan mendapatkan pertanggungjawaban nyata dari pihak-pihak berkuasa tersebut untuk menghentikan perusakan.

Taipan perusahaan sangat ahli dalam melindungi dirinya sendiri di balik perusakan dan penjarahan hutan tropis dalam jaringan perusahaan cangkang melalui struktur kepemilikan dan pengambilan keputusan yang rumit dan sering kali ambigu. Tetapi jika memperhatikan siapa konglomerat penguasa entitas tersebut dalam struktur perusahaan, kita dapat mengidentifikasi siapa yang seharusnya bertanggung jawab, pihak penerima manfaat, dan pihak berkuasa yang harus ditekan untuk menghentikan perusakan

Ratusan perusahaan paling berpengaruh di dunia yang berkaitan dengan komoditas yang berisiko terhadap hutan kini secara terbuka berkomitmen untuk menerapkan kebijakan utama NDPE. Namun, dampak dari komitmen tersebut masih belum sepenuhnya terwujud di lapangan di mana komitmen tersebut sangatlah penting. **Kesenjangan ini sebagian besar diakibatkan oleh fakta bahwa konglomerat perusahaan yang memasok bahan baku ke merek-merek besar untuk membuat produk, terlalu sering menggunakan teknik terselubung atau operasi yang tidak tercatat, sehingga terlihat seolah-olah mereka telah melakukan reformasi namun tetap melakukan praktik bisnis seperti biasa dan terus mangkir dari tanggung jawab. Alasan lainnya karena kebijakan NDPE tidak ditegakkan di seluruh grup perusahaan tempat bisnis mereka beroperasi.**

Tantangan ini harus diatasi. Untungnya, Inisiatif Kerangka Akuntabilitas (AFi) telah menerbitkan definisi utama untuk menentukan definisi ruang lingkup 'grup perusahaan' dan faktor kendali, khususnya untuk perusahaan kehutanan dan agribisnis terbesar.<sup>41</sup> Hingga saat ini, hanya Unilever, Kao, dan Colgate-Palmolive yang mengacu pada definisi ini dalam kebijakan NDPE yang mereka buat.<sup>42</sup> Merek-merek lain harus mengikuti langkah ketiga merek tersebut. Mengabaikan langkah tersebut akan menyebabkan reputasi perusahaan terus berada dalam risiko karena terus berhubungan bisnis dengan konglomerat perusahaan yang paling kontroversial pemicu deforestasi dan pelanggaran HAM.

Celah masalah lainnya muncul akibat nihilnya pendekatan grup perusahaan, karena banyak pemasok untuk merek besar memproduksi komoditas di lahan yang dibuka sebelum waktu batas akhir yang tercantum dalam kebijakan perusahaan mereka. Sementara pada saat yang sama, pemasok tersebut atau unit bisnis lain dalam grup perusahaannya menguasai cadangan lahan (**landbank**) yang sangat luas dalam kawasan dengan tegakan hutan yang sedang dibuka tetapi

belum produktif. Dalam hal ini, suatu perusahaan atau pemasok dapat dianggap 'nol deforestasi' di beberapa cadangan lahan tetapi tidak demikian di area lainnya. Jika kebijakan atau prosedur pengaduan suatu merek hanya berlaku untuk rantai pasok fisiknya, maka merek tersebut masih dapat terus berbisnis dengan perusahaan yang ternyata secara aktif membuka hutan di area lain.

Perhatian konsumen dan para pembela hutan dan HAM tidak boleh teralihkan oleh tipu muslihat perusahaan untuk menghindari pertanggungjawabannya. Pendekatan yang menuntut pertanggungjawaban di tingkat grup perusahaan sangat penting untuk menghindari pengalihan, yang hanya menggeser dampak perusahaan hutan dan pelanggaran HAM dari tempat yang lebih terlihat ke tempat yang lebih tidak terlihat, atau dalam situasi di mana grup perusahaan beralih untuk menjual produk yang dianggap bebas deforestasi ke pasar-pasar seperti Amerika Serikat dan Uni Eropa, sementara grup perusahaan masih terus menjual komoditas yang diproduksi dari lahan yang baru saja ditebang atau dibuka ke pasar-pasar seperti Tiongkok dan India yang tidak terlalu memperhatikan isu lingkungan dan sosial.

Nyatanya, kita sering kali menemukan segelintir keluarga miliarder berkuasa yang selama beberapa dekade menghindari pajak dan tidak memedulikan peraturan lingkungan. Di Indonesia, segelintir keluarga miliarder menjadi penerima manfaat utama untuk menguasai wilayah hutan hujan yang luas dan terus dihancurkan untuk ekspansi perusahaan menjadi perkebunan sawit, kayu, serta pulp dan kertas.<sup>43</sup> Keluarga Tanoto merupakan salah satu yang mengendalikan grup perusahaan Royal Golden Eagle (RGE).

Sebuah laporan berjudul 'Pulping Borneo'<sup>44</sup> mengungkap investigasi yang menyatakan bahwa "pabrik pulp RGE di Tiongkok menggunakan kayu dari perusahaan yang menebangi hutan hujan tropis di Kalimantan baru-baru ini. Banyak wilayah hutan hujan tersebut merupakan habitat orangutan borneo yang terancam punah yang dihancurkan begitu saja, menurut data yang dipublikasikan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan". Laporan ini juga mengungkap kendali RGE Group atas pabrik pulp berskala besar yang tengah dibangun oleh perusahaan PT. Phoenix Resources Internasional di timur laut Kalimantan. Setelah beroperasi, pabrik pulp ini diperkirakan akan mendorong peningkatan permintaan pulp dan mengancam lanskap hutan utuh terakhir yang tersisa di Kalimantan dan Papua, meskipun perwakilan RGE Group menyebutkan bahwa mereka "dengan tegas menyangkal keseluruhan premis laporan tersebut".<sup>45</sup>

Sementara itu, merek besar seperti Procter & Gamble terus membeli minyak sawit dari salah satu unit bisnis RGE, dengan alasan bahwa apa yang dilakukan satu unit bisnis grup perusahaan tidak berkaitan dengan unit bisnis lainnya, meskipun pemilik yang sama mendapat keuntungan dari kedua unit bisnis tersebut.<sup>46</sup>

Mondelēz merupakan satu-satunya merek yang telah menerbitkan pernyataan bahwa perusahaan ini tidak mendapatkan pasokan dari RGE Group, akan tetapi daftar terbaru Pabrik Kelapa Sawit (PKS) yang diterbitkan oleh perusahaan ini mencatat perusahaan minyak sawit RGE sebagai salah satu pemasoknya.<sup>47</sup> Perusahaan merek lain mengklaim bahwa mereka akan menyanggah pasokan minyak sawit dari RGE Group namun tidak mengungkapkannya kepada publik.

## Menetapkan Target yang Ambisius dan Terikat Waktu.

Pernyataan jaminan kepada publik untuk menghentikan deforestasi, konversi ekosistem alami, dan pelanggaran HAM tidak berarti apa-apa jika tidak mencantumkan target yang kuat dan terikat waktu guna mengukur progres dalam pelaksanaannya. Agar kredibel, kebijakan NDPE harus menetapkan target ambisius dan terikat waktu untuk mencapai penerapan penuh kebijakan tersebut di seluruh rantai pasok tiap komoditas yang berisiko terhadap hutan. Target ini juga harus mencakup tanggal target untuk melakukan proses verifikasi kepatuhan secara independen dalam rantai pasok fisik dan seluruh operasi pemasoknya di tingkat grup perusahaan. Sementara itu target jangka pendek juga penting untuk mencapai ketertelusuran penuh hingga ke perkebunan, pertanian, atau hutan di mana komoditas yang berisiko terhadap hutan diperoleh. Nestlé telah memberikan contoh baru-baru ini dengan menetapkan tanggal target pengungkapan jejak hutan globalnya.<sup>48</sup> Tenggat waktu ini kian menipis mendekati akhir tahun 2023.

Sebagian besar merek tidak memiliki tenggat waktu untuk mengakhiri deforestasi, konversi ekosistem alami, dan pelanggaran HAM di semua rantai pasok komoditas yang berisiko terhadap hutan. Beberapa merek menetapkan tanggal target yang tidak wajar, misalnya tahun 2030, satu dekade lebih lambat dari tenggat waktu komitmen yang belum terpenuhi yang ditetapkan dalam Consumer Goods Forum untuk menghentikan deforestasi pada tahun 2020, dan persyaratan EUDR untuk membuktikan komoditas yang diperoleh harus berasal dari tempat yang bebas deforestasi pada tahun 2025 berdasarkan tanggal batas akhir tahun 2020.<sup>49</sup> Merek-merek lainnya mengandalkan rencana aksi atau sistem sertifikasi untuk membuktikan pemenuhan kebijakannya.<sup>50</sup> Semua merek tidak memiliki tanggal target untuk komoditas kedelai dan daging sapi, sehingga mereka (secara kolektif) tidak dapat memaksa pemasoknya untuk menetapkan tenggat ambisius di seluruh sektor, termasuk di Amazon wilayah Brasil dan Cerrado di Amerika Latin.

Corporate conglomerates supplying big global brands with the ingredients to make their products are too often using shadow, or off the books, operations to look like they have reformed while still doing business as usual and successfully evading responsibility.



## Mengidentifikasi Greenwash dan Membongkar Solusi Palsu

Terdapat peningkatan jumlah Target Emisi Nol Bersih yang ditetapkan merek-merek seperti Colgate-Palmolive, Kao, Mars, Mondelēz, Nestlé, Nissin Foods, PepsiCo, Procter & Gamble, dan Unilever.<sup>51</sup> Pendekatan 'Emisi Nol Bersih' bisa menjadi pengalihan berbahaya yang menghambat progres riil dan hanya menjadi pencitraan ramah lingkungan (greenwash) besar-besaran perusahaan.<sup>52</sup> Terdapat risiko bahwa klaim Emisi Nol Bersih ini terlalu sering didasarkan pada solusi palsu dan pelaporan yang menipu mengenai emisi pemanfaatan lahan dari rantai pasoknya, dikhawatirkan ini akan lebih diprioritaskan oleh merek dibandingkan usaha untuk mencapai target terikat waktu dan usaha untuk benar-benar menghentikan deforestasi dan degradasi hutan dan ekosistem alami dalam rantai pasoknya.

Terdapat perbedaan besar antara pendekatan yang dirancang untuk benar-benar mengakhiri deforestasi kotor dan Emisi Nol Bersih, yang terus membiarkan deforestasi dan degradasi hutan terjadi karena sering 'diimbangi' dengan restorasi atau penanaman pohon dengan menggunakan sistem penghitungan berbasis Emisi Bersih.<sup>53</sup> Sama halnya dengan perbedaan besar antara pencapaian emisi karbon Nol Sebenarnya (Real Zero) dan emisi karbon Nol Bersih pada tahun 2030 atau 2050.

Seperti yang diutarakan Antonio Guterres, Sekjen PBB, pada awal tahun ini: "Kenyataannya makin banyak perusahaan yang membuat komitmen Emisi Nol Bersih, tetapi tolok ukur dan kriterianya sering kali meragukan dan tidak jelas, tentunya hal ini dapat menyesatkan konsumen, investor, dan regulator dengan narasi yang salah. Hal ini mendorong budaya informasi iklim yang salah dan membingungkan, serta membuka peluang untuk dilakukannya greenwash."<sup>54</sup>

Pendekatan 'Emisi Nol Bersih' bisa menjadi pengalihan berbahaya yang menghambat progres riil dan hanya menjadi pencitraan ramah lingkungan (greenwash) besar-besaran perusahaan.



# EVALUASI MEREK

PHOTO: Paul Hilton / RAN

Evaluasi Mempertahankan Tegakan Hutan tahun 2023 menilai kebijakan dan tindakan yang diambil sepuluh perusahaan merek paling berpengaruh di dunia untuk membahas peran mereka dalam memicu deforestasi dan pelanggaran HAM dalam rantai pasok komoditas yang berisiko terhadap hutan. Metodologi ini telah direvisi sejak evaluasi RAN dirilis pada tahun 2022 sebagai respons terhadap tren yang muncul dan berdampak pada hutan di seluruh dunia, progres dalam peraturan pemerintah di pasar global, dan pendekatan yang berkembang dalam penerapan komitmen sukarela dalam rantai pasok komoditas yang berisiko terhadap hutan. Kartu skor tahun ini menambahkan dua penilaian baru. Pertama, menilai adanya transparansi rantai pasok, yakni evaluasi tingkat pengungkapan pemasok di tiap rantai pasok komoditas yang berisiko terhadap hutan. Kedua, menilai adanya upaya advokasi yang secara jelas menunjukkan dukungan terhadap peraturan baru yang telah ditetapkan untuk mengakhiri komoditas yang terkait dengan deforestasi di negara dengan konsumen kunci, misalnya Eropa dan AS.

Selain itu, rincian substansi juga telah ditambahkan ke dalam penilaian dengan menerapkan sistem plus dan minus pada sistem huruf. Nilai tertinggi A+ diberikan untuk pencapaian 24 poin karena evaluasi kami saat ini memiliki total 12 unsur yang menjadi tolok ukur kinerja setiap merek. Evaluasi terperinci kebijakan bank dan investor terkemuka juga tersedia di situs [forestsandfinance.org](https://forestsandfinance.org).

## Nilai

Dengan dampak drastis dari kekacauan iklim yang terjadi di sekitar kita, meluasnya penderitaan umat manusia dan jumlah kematian yang meningkat dengan cepat, ditambah kerusakan ekologis mengerikan dan tingkat kepunahan yang bertambah tiap tahunnya, pertaruhannya akan semakin tinggi dan kian mendesak bagi merek global yang berkuasa yang diungkap dalam laporan ini, apabila sangat lambat dalam mengambil langkah untuk memenuhi komitmennya dalam menghentikan deforestasi dan pelanggaran HAM yang masih terjadi sebagai konsekuensi dari operasi perusahaannya. **Tidak ada satupun merek yang sedikit saja mendekati nilai 'A' untuk upayanya menangani persoalan yang sangat penting ini. Beberapa perusahaan ini bahkan mendapatkan nilai 'F', ini artinya mereka menjadi perusahaan dengan kinerja terburuk di antara 10 perusahaan yang dievaluasi. Perusahaan tersebut adalah Procter & Gamble, Mondelēz, Ferrero, dan Nissin Foods.**

Sayangnya, pengelompokan kesepuluh merek tersebut relatif masih tidak berubah sejak tahun lalu, dengan Unilever yang tetap berada di posisi terdepan, serta Colgate-Palmolive, Kao, Nestlé, dan PepsiCo yang berada di urutan tengah tetapi menunjukkan tanda-tanda menyusul ke depan, dan Mars yang juga berada di tengah tetapi memiliki progres yang sangat stagnan. Dengan demikian, Ferrero, Mondelēz, dan Nissin Foods menjadi kelompok yang tertinggal, dengan Procter & Gamble terpuruk di bagian paling bawah sebagai perusahaan terburuk yang kian tertinggal dari perusahaan lainnya. Faktanya, Procter & Gamble menjadi satu-satunya perusahaan yang menerbitkan kebijakan lintas komoditas yang justru melemahkan persyaratan bagi pemasoknya. Kebijakan barunya tidak lagi memberikan perlindungan yang jelas untuk Lanskap Hutan Utuh (Intact Forest Landscape/IFL) atau larangan terhadap degradasi hutan untuk kayu pulp yang digunakan untuk membuat produk kertasnya. <sup>56</sup>

RAN menilai beberapa merek paling berpengaruh yang memicu perusakan hutan hujan dan pelanggaran HAM. Hasil penilaian tahun ini adalah sebagai berikut.

Kriteria	Kebijakan					Transparansi	
	Kebijakan NDPE	Cakupan Kebijakan NDPE	Mandat untuk Penerapan Kebijakan NDPE	Rencana Pelaksanaan NDPE	Tidak ada toleransi bagi kekerasan dan intimidasi	Supply Chain Transparency	Foret Footprint Disclosure
	Y	Y	Y	p***	Y	N	P
	Y	p**	N	p***	P	N	P
	Y	p**	P	p***	P	N	N
	Y	Y	P	N	P	N	P
	Y	Y	P	N	N	N	P
	Y	p**	N	p***	P	N	N
	Y	N	N	N	P	N	N
	Y*	N	N	N	N	N	P
	Y	N	P	N	N	N	N
	N	p**	N	N	N	N	N

\*

Nissin Foods mengonfirmasi komitmen 'NDPE' dalam kebijakan grupnya, tetapi komitmennya perlu diperkuat untuk secara tegas mewajibkan pemasok mematuhi unsur-unsur inti dalam komitmen NDPE.<sup>57</sup>

\*\*

Mars,<sup>58</sup> Nestle,<sup>59</sup> PepsiCo,<sup>60</sup> dan Procter & Gamble<sup>61</sup> diberi skor parsial karena mereka telah memublikasikan komitmen lintas komoditas untuk beberapa (bukan semua) unsur dalam kebijakan NDPE.

\*\*\*

Mars,<sup>62</sup> Nestle,<sup>63</sup> PepsiCo,<sup>64</sup> dan Unilever<sup>65</sup> diberi skor parsial karena telah memublikasikan tanggal target untuk mencapai pelaksanaan komitmen 'Tanpa Deforestasi' di berbagai rantai pasok komoditas. Mereka belum menerbitkan tanggal target untuk mencapai pelaksanaan yang telah diverifikasi secara independen untuk semua unsur kebijakan NDPE.



Sistem Pemantauan, Verifikasi, dan Keluhan

Advokasi

 Criteria	Robust monitoring and due diligence systems	Holding Bad actors to Account	Proof of Free, Prior and Informed Consent	Independent verification of NDPE compliance	Advocate for enabling laws	SCORE	GRADE
	P	P	P	P	P	15	C
	P	P	N	N	N	8	D
	N	N	P	P	N	8	D
	P	N	N	N	N	8	D
	P	N	N	N	N	7	D-
	P	N	N	N	N	6	D-
	P	N	N	N	P	5	F
	P	P	N	N	N	5	F
	P	N	N	N	N	4	F
	P	P	N	N	N	3	F

Y YES

N NO

P PARTIAL

GRADE RANGE:

Y = 2	A+ = 24	B+ = 20	C+ = 16	D+ = 10,11	F = 0-5
P = 1	A = 22,23	B = 18,19	C = 13-15	D = 8,9	
N = 0	A- = 21	B- = 17	C- = 12	D- = 6,7	

Sepuluh merek yang dinilai dalam Evaluasi Mempertahankan Tegakan Hutan terbagi menjadi tiga kelompok, dengan catatan penting bahwa istilah 'terdepan' sangat bersifat relatif karena merek dengan skor tertinggi hanya mendapat nilai 'C'. Tiga pengelompokan relatif tersebut adalah sebagai berikut.

**Terdepan** - memiliki skor tertinggi dibanding perusahaan lainnya: Unilever

**Tengah** - kira-kira berada di antara skor terbaik dan terburuk: PepsiCo, Kao, Nestlé, Colgate-Palmolive, dan Mars

**Tertinggal** - memiliki kinerja terburuk di antara perusahaan-perusahaan yang buruk: Procter & Gamble, Ferrero, Mondelēz, dan Nissin Foods

## Ringkasan Progres Merek Selama Setahun Terakhir

- » **Unilever** terus memimpin memberikan contoh yang baik. Progres pencapaian Unilever atas upayanya yang dimulai sejak tahun 2020 mulai terlihat pada tahun lalu saat mereka mengeluarkan kebijakan NDPE lintas komoditas terkuat dibandingkan merek lainnya, kebijakannya mencakup rencana aksi mengenai Pembela HAM yang menjadi preseden.<sup>66</sup> Dalam setahun terakhir ini, Unilever terus mengumumkan investasi dalam berbagai program lanskap dan secara publik mengumumkan informasi rantai pasok, keluhan utama, dan pemasok yang ditanggihkan.<sup>67</sup> Unilever dengan cepat mencapai target agar minyak sawit, kertas dan karton, kedelai, teh, dan kopinya berasal dari wilayah yang telah diverifikasi secara independen sebagai tempat nol deforestasi dan konversi pada akhir tahun 2023.
- » **Nestlé** membuat beberapa kemajuan dengan menyatakan komitmen barunya mengenai Pembela HAM dan rencana aksi mengenai hak atas tanah.<sup>68</sup> Nestlé mengklaim bahwa 99,1% rantai pasok daging, minyak sawit, pulp dan kertas, kedelai, dan gulanya bebas deforestasi pada tahun 2022, tetapi belum meminta verifikasi pihak ketiga terhadap klaimnya agar mereka dapat dipercaya oleh konsumen.<sup>69</sup>
- » **PepsiCo** menyatakan komitmen barunya terkait Pembela HAM, dan untuk pertama kalinya mengungkapkan fasilitas pemurnian minyak sawit yang memasok kebutuhannya. Selain itu, PepsiCo juga mengumumkan adanya investasi baru dalam berbagai program lanskap di Aceh dan Kawasan Ekosistem Leuser.<sup>70</sup>
- » **Colgate-Palmolive** meningkatkan kebijakan NDPE lintas komoditas dan persyaratan yang lebih tegas untuk pemasoknya agar mematuhi kebijakan ini dalam semua operasinya dengan menggunakan definisi praktik terbaik untuk grup perusahaan.<sup>71</sup>
- » **Kao** merevisi kebijakan NDPE lintas komoditasnya lebih lanjut guna mengklarifikasi bahwa kebijakan tersebut berlaku untuk semua komoditas yang berisiko terhadap hutan di tingkat grup perusahaan yang ditetapkan oleh AFI.<sup>72</sup> Kao juga mengungkapkan detail sistem pemantauan yang digunakannya untuk mengidentifikasi area yang hutannya berisiko dan deforestasi dalam operasi pemasoknya.<sup>73</sup>
- » **Mars** masih belum membaik nilainya, namun masih mengklaim bahwa 100% rantai pasoknya bebas deforestasi meskipun tidak memperoleh verifikasi pihak ketiga terhadap klaimnya agar dapat dipercaya oleh konsumen.<sup>74</sup> Mars memberikan kontribusi berharga pada tahun lalu melalui peluncuran panduan untuk pemasoknya dalam rangka menghormati hak atas tanah.<sup>75</sup>
- » **Ferrero** masih tertinggal dan mendapat nilai yang lebih buruk dibanding 2022 akibat tutupnya Palm Oil Innovation Group (inisiatif yang digunakannya untuk verifikasi independen terhadap pemasok minyak sawit dengan memenuhi persyaratan NDPE). Hingga saat ini Ferrero masih belum memiliki kebijakan NDPE lintas komoditas atau bahkan kebijakan NDPE khusus untuk komoditas berisiko tinggi, termasuk rantai pasok kertas dan kemasan, kedelai, dan tebu.
- » **Nissin Foods** masih tertinggal, tetapi telah merevisi kebijakan pengadaan dalam grup usahanya guna menyatakan bahwa mereka mendukung segala praktik NDPE, termasuk penghormatan terhadap hak PADIATAPA.<sup>76</sup> Revisi kebijakan ini merupakan peluang yang terlewatkan karena perusahaan tidak mampu mewajibkan segala praktik NDPE sebagai persyaratan untuk semua pemasok. Nissin Foods meningkatkan usaha pengungkapan daftar pemasok minyak sawit untuk operasinya di Jepang dengan mengungkap daftar keluhannya.<sup>77</sup>
- » **Mondelēz** masih tertinggal dan tidak melakukan perbaikan sama sekali. Perusahaan ini bahkan tidak memiliki kebijakan NDPE khusus yang memadai untuk rantai pasok komoditas kertas dan kemasan, tebu, dan daging sapi.
- » **Procter & Gamble** menjadi perusahaan paling buruk secara keseluruhan dan kian mengalami kemunduran karena tahun lalu menerbitkan kebijakan lintas komoditas dengan perlindungan yang lebih lemah terhadap hutan dalam rantai pasok pulp kayunya (yang berdampak besar terhadap hutan boreal mengingat dominansinya dalam bisnis tisu toilet).<sup>78</sup>

Beberapa perusahaan ini bahkan mendapatkan nilai 'F', ini artinya mereka menjadi perusahaan dengan kinerja terburuk di antara 10 perusahaan yang dievaluasi.



# REKOMENDASI

PHOTO: Nanang Sujana / RAN

Saatnya untuk mengakhiri janji kosong dan bertindak setengah-setengah. Kita masih perlu menyadarkan merek-merek tersebut untuk memiliki dasar yang kuat dalam bentuk kebijakan yang benar-benar memadai dan rencana aksi terperinci yang mencakup bagaimana dan kapan kebijakan dan rencana tersebut dapat sepenuhnya dilaksanakan dan diverifikasi secara kredibel di semua rantai pasok komoditas yang berisiko terhadap hutan. Kebijakan yang diterapkan harus mewajibkan pemasok dan mitra bisnisnya mematuhi praktik NDPE di seluruh operasinya, tidak hanya di sektor minyak sawit. Jika sepuluh merek paling berpengaruh ini berhasil memimpin dengan melaksanakan kebijakan NDPE lintas komoditas di tingkat grup perusahaan, kita harus bisa menggerakkan 400 perusahaan Consumer Goods Forum dan sektor agribisnis lainnya untuk mengikuti langkah mereka.

Tiga dari sepuluh merek tersebut yaitu Unilever, Colgate-Palmolive, dan Kao baru-baru ini menerbitkan kebijakan NDPE lintas komoditas yang berlaku di tingkat grup perusahaan sebagaimana ditetapkan oleh AFi. Secara keseluruhan, fokus mereka perlu ditingkatkan guna memastikan diberlakukannya kebijakan NDPE di sepanjang rantai pasok komoditas yang berisiko terhadap hutan dan di tingkat grup perusahaan. Kebijakan ini juga harus secara efektif melarang ekspansi Lanskap Hutan Utuh (IFL) dan lahan gambut serta mencegah kerusakan yang dapat diklasifikasikan sebagai 'degradasi hutan' dan tidak hanya disebut sebagai 'deforestasi' dan 'konversi', terutama dalam rantai pasok pulp kayu, kertas dan kemasan, dan kakao.

Beberapa merek mencapai progres yang memadai dalam meningkatkan pengungkapan keluhan. Unilever, Procter & Gamble, dan Nissin Foods saat ini memiliki pelacak keluhan publik, namun Procter & Gamble tidak mengungkapkan nama-nama pemasok dalam sistem pelacak keluhan publik untuk komoditas pulp kayu. Unilever dan Nestlé telah memublikasikan daftar pemasok yang ditangguhkan. Kao memiliki daftar keluhan dari petani produsen, tetapi tidak dari perusahaan, PKS, atau pemasok langsungnya. Meskipun ada progres yang dicapai, secara umum perbaikan sistem pelaporan keluhan masih minim dan tidak ada tindakan yang memadai yang dilakukan untuk mengungkap penanggulangan grup perusahaan bermasalah yang melanggar hak atas tanah di Indonesia, misalnya grup Royal Golden Eagle dan pemasok minyak sawit lainnya yang tetap memiliki keterkaitan dengan deforestasi di Kawasan Ekosistem Leuser. Kondisi ini harus diubah. Kita memerlukan daftar pengaduan yang transparan atas pelacakan penyelesaian konflik dan pemulihan wilayah yang hancur setelah batas waktu tertentu untuk komoditas tertentu. Ketika terjadi masalah, merek perlu melaporkan apa yang mereka lakukan untuk memperbaiki kerugian yang disebabkan oleh pemasok atau mitra bisnis mereka.

Preseden yang mulai dibuat oleh beberapa merek, di beberapa tempat, harus direplikasi dalam skala besar agar dapat ditetapkan sebagai tolok ukur baru dalam industri dan diterima sebagai perilaku perusahaan. Termasuk keharusan bagi semua merek dan para pelaku agribisnis untuk mengikuti kebijakan Pembela HAM yang kekuatannya setara dengan kebijakan dan rencana aksi yang telah ditetapkan dan dipublikasikan oleh Unilever. Merek dan organisasi seperti Forest Positive Coalition juga harus mengungkap Jejak Hutan rantai pasok mereka di seluruh dunia dan meningkatkan investasi dalam program lanskap dan yurisdiksi berbasis hak. Kita perlu menetapkan target yang ambisius guna mencapai ketertelusuran di semua rantai pasok komoditas, transformasi dalam sistem ketertelusuran, dan kepatuhan terhadap peraturan. Transparansi radikal dalam upaya advokasi kebijakan<sup>83</sup> dan pengungkapan rantai pasok tahunan hingga tingkat perkebunan dan kebun harus menjadi praktik bisnis seperti biasa yang baru.

Sistem pemantauan hutan saat ini diterapkan oleh semua merek, tetapi sistem ini harus transparan seperti pelaporan tentang bagaimana peringatan telah direspons secara berkala dan seksama di area terjadinya deforestasi, degradasi hutan, dan pembukaan di lahan gambut.<sup>84</sup> Transparansi juga diperlukan untuk mendukung klaim yang dibuat atas perlindungan dan restorasi hutan sebagai bagian dari pendekatan yurisdiksi atau 'Forest Positive'.<sup>85</sup> Upaya sejalan juga harus difokuskan pada pembentukan sistem pemantauan dan uji tuntas HAM yang kuat dan transparan.

Merek harus menyediakan bukti kredibel klaimnya atas komitmen nol deforestasi sebagai syarat utama untuk memperoleh kepercayaan. Merek tidak cukup hanya mengklaim bahwa mereka telah menyelesaikan masalah deforestasi atau HAM. Merek juga harus meminta dan memverifikasi bukti bahwa mitra bisnisnya ikut menghormati hak atas lahan dalam operasi yang dijalankan maupun operasi baru. Jika masyarakat mengatakan bahwa mereka tidak menyetujui pembangunan, maka merek harus memahaminya dan memastikan agar Masyarakat Adat dan penduduk setempat, melalui posisi/statusnya, dapat menentukan nasib tanah mereka. Sistem verifikasi yang kredibel dan independen diperlukan (sertifikasi saja tidak akan cukup).

Meskipun banyak janji yang telah dibuat dan krisis iklim makin memburuk, evaluasi tahun ini menunjukkan bahwa tidak satupun dari 10 merek besar yang ditinjau telah melakukan tindakan yang memadai untuk mengatasi aktivitas yang memicu deforestasi dan pelanggaran HAM dalam rantai pasok komoditas yang berisiko terhadap hutan. Kerusakan hutan masih terjadi, ratusan masyarakat menderita akibat dirampas dan dibukanya tanah dan hutan adat mereka, dan buruh masih dilanggar haknya. Kampanye Mempertahankan Tegakan Hutan dan para konsumen di seluruh dunia menuntut bukti, bukan sekadar janji tertulis.

Dapatkan informasi terkini di » [RAN.org/kfs-scorecard](https://ran.org/kfs-scorecard)

banyak janji yang telah dibuat dan krisis iklim makin memburuk, evaluasi tahun ini menunjukkan bahwa tidak satupun dari 10 merek besar yang ditinjau telah melakukan tindakan yang memadai untuk mengatasi aktivitas yang memicu deforestasi dan pelanggaran HAM dalam rantai pasok komoditas yang berisiko terhadap hutan.



## CATATAN AKHIR

1. Reuters. [Tropical forest losses rise in 2022 despite pledge to end them](#). 27 Juni 2023.
2. The London School of Economics and Political Science. ["What is the role of deforestation in climate change and how can 'Reducing Emissions from Deforestation and Degradation' \(REDD+\) help?"](#) Februari 2023.
3. Wageningen University and Research. ["Agriculture drives more than 90% of tropical deforestation."](#) September 2022.
4. Roundtable on Sustainable Palm Oil. [Annual Communication of Progress \(ACOP\)](#). Diakses pada 22 September 2023.  
Procter & Gamble. [Responsible Palm Oil Data](#). Diakses pada 22 September 2023.
5. Rainforest Action Network. ["The Need for Free, Prior and Informed Consent."](#) Rainforest Action Network.
6. World Resources Institute. ["How much forest was lost in 2022?"](#) Diakses pada 28 September 2023.
7. Washington Post. ["2023 is on track to be the hottest year on record."](#) 8 Agustus 2023.
8. Reuters. ["Extinction crisis puts 1 million species on the brink."](#) 22 Desember 2022.
9. BBC News. ["Over 1,700 environment activists killed in decade - report."](#) 29 September 2022.
10. European Commission. ["Deforestation-free products."](#) Diakses pada 28 September 2023.
11. Nestlé. [Supply Chain Disclosure](#). Diakses pada 28 September 2023. Unilever. ["Building inclusive, deforestation-free palm oil supply chains."](#) 22 Mei 2023. Procter and Gamble. ["PG Palm Oils Mill List."](#) Juli 2023. Procter and Gamble. ["P&G Tier 1 Palm Oil Supplier List"](#) Juli 2023. Ferrero. ["Cocoa tier-1 suppliers and farmer groups."](#) 31 Agustus 2022. Ferrero. ["Palm Oil Suppliers and Mill Lists."](#) Desember 2022. PepsiCo. ["PepsiCo Refineries List 2022."](#) Diakses pada 28 September 2023. Nissin Foods. ["Palm oil procurement."](#) Diakses pada 28 September 2023. Kao. ["Palm Oil Dashboard."](#) Diakses pada 28 September 2023. Mars. ["2021 Annual Report."](#) Diakses pada 28 September 2023. Colgate-Palmolive. ["No Deforestation Policy."](#) Diakses pada 28 September 2023.
12. New Republic. ["How New York Could Help Save Forests Around the World."](#) 2 Agustus 2023.
13. NWF Blog, ["This Bill Could Breathe New Life Into Our Forests."](#) 25 Februari 2022.
14. Mars. ["Mars Palm Positive Plan Delivers Deforestation-Free Palm Oil Supply Chain."](#) 5 Oktober 2020. Mars. ["Palm Positive Update."](#) Agustus, 2023.
15. Nestlé. ["Deforestation-Free Supply Chains."](#) Diakses pada 29 2023.
16. Ferrero. ["Starling Monitoring 2021."](#) Diakses pada 28 September 2023.
17. Unilever. ["Forest Risk Commodities Reporting 2022."](#) Diakses pada 28 September 2023.
18. PepsiCo. ["2022 PepsiCo Annual Public Reporting."](#) Juli 2023. Colgate-Palmolive. ["Our Policy on Responsible and Sustainable Sourcing of Palm Oil."](#) Diakses pada 28 September 2023. Kao. ["Kao Sustainability Report 2023."](#) Diakses pada 28 September 2023. Mondelēz. ["2022 ESG Report."](#) Diakses pada 28 September 2023. Nissin Foods. ["Sustainable Procurement."](#) Diakses pada 29 September 2023. Procter and Gamble. ["P&G's Forest Commodity Policy."](#) Diakses pada 28 September 2023.
19. Unilever. ["Principles in Support of Human Rights Defenders."](#) September 2023.
20. Unilever. ["Principles in Support of Human Rights Defenders."](#) September 2023. Kao. ["High-Risk Supply Chain Management and Sourcing."](#) Diakses pada 28 September 2023. Mars. ["Mars Statement on Human Rights Defenders."](#) Diakses pada 28 September 2023. Nestlé. ["Indigenous Peoples' and Local Communities' Rights."](#) Diakses pada 28 September 2023. PepsiCo. ["PepsiCo Statement on Human Rights Defenders."](#) Mei 2022. Ferrero. ["Ferrero's Human Rights Statement."](#) Diakses pada 28 September 2023.
21. Nestlé. ["Nestlé Human Rights Policy."](#) Juli 2023.  
Nestlé. ["Indigenous Peoples and Local Communities' Rights."](#) Diakses pada 28 September 2023. Nestlé ["Nestlé's Salient Issue Action Plan."](#) Februari 2023.
22. Mars. ["Guidance for Suppliers on Land Rights. Oktober 2022."](#)
23. Unilever. ["Responsible Partner Policy."](#) Diakses pada 28 September 2023.
24. Unilever. ["Human Rights Report Interim Update 2022."](#) Diakses pada 28 September 2023.
25. PepsiCo. ["Salient Human Rights Issues Update."](#) Desember 2022.
26. Nestlé. ["Nestlé's Human Rights Framework and Roadmap."](#) Desember 2021.
27. Ferrero. ["Respecting and Promoting Human Rights."](#) Diakses pada 28 September 2023.
28. Mondelēz. ["Human Rights Due Diligence and Modern Slavery Report 2022."](#) Diakses pada 28 September 2023.
29. Mars. ["Refreshing Our Saliency and Human Rights Priorities."](#) Diakses pada 28 September 2023.
30. Rainforest Action Network. ["Peretujuan atas Dasar Informasi di Awal Tanpa Paksaan."](#) November 2020. Rainforest Action Network. ["Hutan adalah Diri Kami Sendiri."](#) November 2021. Rainforest Action Network. ["Long Isun Berjuang Mempertahankan Hutan Kalimantan yang Terancam Hilang."](#) Februari 2023.
31. Jurisdictional Action Network. ["Sharing Responsibility and Success."](#) Juli 2023.
32. Unilever. ["Forest Risk Commodities Reporting 2022."](#) Diakses pada 28 September 2023. Tropical Forest Alliance. ["Jurisdictional Approach to Sustainability."](#) Juli 2021.
33. Jakarta Post. ["East Aceh supports 'PPI Compact' as commitment to sustainable development."](#) 1 September 2023.
34. Rainforest Action Network. ["RAN Reveals Fresh Evidence of Illegal Rainforest Destruction for Palm Oil in Leuser Ecosystem."](#) 18 September 2023. Mongabay. ["Deforestation for Palm Oil Continues in Indonesia's Orangutan Capital."](#) September 2023.
35. Chain Reaction Research. ["NDPE Policies Cover 83% of Palm Oil Refineries; Implementation at 78%."](#) 28 April 2020. SPOTT. ["NDPE Policies in the Palm Oil Sector."](#) Maret 2018.
36. Global Forest Watch. ["Tropical Primary Forest Loss Worsened in 2022, Despite International Commitments to End Deforestation."](#) 27 Juli 2023.
37. Mongabay. ["Indonesia claims record-low deforestation, but accounting raises questions."](#) 18 Juli 2023. CDP. ["Companies risk almost \\$80 BN without action to tackle deforestation in their supply chains."](#) Mei 2022. Forest 500. ["2023: A watershed year for action on deforestation."](#) Diakses pada 28 September 2023.
38. Rainforest Action Network. ["Mempertahankan Tegakan Hutan."](#) Rainforest Action Network.
39. Accountability Framework initiative. ["Operational Guidance on Cutoff Dates."](#) Juni 2019.
40. Mondelēz. ["ROYAL."](#) Diakses pada 28 September 2023.
41. Accountability Framework initiative. ["Definisi."](#) Diakses pada 28 September 2023.
42. Unilever. ["People and Nature Policy."](#) Desember 2020. Kao. ["High Risk Supply Chain Management and Sourcing."](#) Diakses pada September 2023. Colgate-Palmolive. ["No Deforestation Policy."](#) Diakses pada 28 September 2023.
43. Tuk Indonesia. ["Tycoon in the Indonesian Palm Oil."](#) Diakses pada 28 September 2023.
44. Greenpeace, Auriga, Woods & Wayside, Environmental Paper Network, dan Rainforest Action Network. ["Pulping Borneo."](#) Mei 2023.
45. Royal Golden Eagle Group. ["RGE Statement on EPN Report 'Pulping Borneo.'"](#) Mei 2023
46. Procter and Gamble. ["Palm Grievance Tracker."](#) Agustus 2023.
47. Mondelēz. ["Statement about supply chain relationship with Royal Golden Eagle."](#) Mei 2023.
48. Nestlé. ["Becoming Forest Positive."](#) Juni 2021.
49. Colgate-Palmolive. ["Sustainable Supply of Palm Oil."](#) Diakses pada 28 September 2023. Nissin Foods. ["Earth Food Challenge."](#) Diakses pada 28 September 2023.
50. PepsiCo. ["2022 PepsiCo Annual Public Reporting on the Roadmap KPIs: Palm oil, Soy, PPP"](#) Juli 2023. Colgate-Palmolive. ["Our Policy on Responsible and Sustainable Sourcing of Palm Oil."](#) Diakses pada 28 September 2023. Kao. ["Kao Sustainability Report."](#) Diakses pada September 2023. Mondelēz. ["ESG Reporting and Disclosure."](#) Diakses pada 28 September 2023. Nissin Foods. ["Sustainable Procurement."](#) Diakses pada 28 September 2023.  
Procter and Gamble. ["P&G's Forest Commodity Policy."](#) Diakses pada September 2023.
51. Nestlé. ["Creating Shared Value."](#) Diakses pada 28 September 2023.  
Unilever. ["Climate Action."](#) Diakses pada 28 September 2023. Procter and Gamble. ["P&G Accelerates Action on Climate Change Toward Net Zero GHG Emissions by 2040."](#) September 2021. Colgate-Palmolive. ["Accelerating Action on Climate Change: How Colgate Is Creating a More Sustainable Future."](#) Juni 2022. Mondelēz. ["ESG Reporting and Disclosure."](#) Diakses pada 28 September 2023. Mars. ["Sustainable in a Generation Plan."](#) dan ["Net Zero Roadmap."](#) Diakses pada September 2023. Kao. ["Kao Is Aiming to Reduce Its CO2 Emissions to Zero by 2040, and to Be Carbon Negative by 2050."](#) Mei 2021. Nissin Foods. ["Reducing CO2 Emissions."](#) Diakses pada 28 September 2023. Nissin Foods. ["News Release."](#) Oktober 2022. PepsiCo. ["2021 ESG Summary Overview."](#) Juni 2022.
52. CLARA. ["Net Zero."](#) Diakses pada 28 September 2023.
53. CLARA. ["Net Zero and Nature."](#) Diakses pada 28 September 2023.  
CLARA. ["Corporate Net Zero: Why it's a problem?"](#) Diakses pada 28 September 2023. CLARA. ["No Space for offsets."](#) Diakses pada 28 September 2023.
54. Reuters. ["Davos Live."](#) Diakses pada 28 September 2023.
55. Rainforest Action Network. ["Mempertahankan Tegakan Hutan."](#) Rainforest Action Network.
56. Rainforest Action Network. ["Global Consumer Goods Giant P&G Quietly Weakens its Forest Degradation Policies Instead of Strengthening Them; Rainforest Action Network Responds."](#) 30 Juni 2023. Siaran Pers NGO Gabungan. ["Procter & Gamble Again Fails Climate, Forests and Human Rights."](#) Agustus 2023.
57. Nissin Foods. ["Guidelines and policies regarding the environmental aspects of products."](#) Diakses pada 28 September 2023.
58. Mars. ["Deforestation and Land Use Change Position."](#) Diakses pada 28 September 2023.
59. Nestlé. ["Deforestation Free Supply Chains."](#) Diakses pada 28 September 2023.

60. PepsiCo. [“PepsiCo Stewardship of Forests and Natural Ecosystems Policy.”](#) Juni 2023.
61. Procter & Gamble. [“P&G’s Forest Commodities Policy.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
62. Mars. [“Our Palm Positive Plan.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
63. Nestlé. [“Deforestation Free Supply Chains.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
64. PepsiCo. [“PepsiCo Stewardship of Forests and Natural Ecosystems Policy.”](#) Juni 2023.
65. Unilever. [“Deforestation-free supply chain.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
66. Unilever. [“Unilever Principles in Support of Human Rights Defenders.”](#) September 2023.
67. Unilever. [“Palm Oil Grievance Tracker.”](#) Agustus 2023. Unilever. [“Unilever’s Suspended or No-Buy List of Palm Oil Companies.”](#) September 2023.
68. Nestlé. [“Nestlé Salient Issue Human Rights Action Plans.”](#) Februari 2023. Nestlé. [“Nestlé Human Rights Policy.”](#) Juli 2023.
69. Nestlé. [“Deforestation-free supply chains.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
70. PepsiCo. [“PepsiCo Statement on Human Rights Defenders.”](#) Mei 2022.  
PepsiCo. [“PepsiCo’s Refineries List 2022.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
71. Colgate-Palmolive. [“No deforestation policy.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
72. Kao. [“Palm Oil Dashboard.”](#) Diakses pada 28 September 2023. Kao. [“2022 Activity Report.”](#) Diakses pada 28 September 2023. Kao. [“High Risk Supply Chain Management and Sourcing.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
73. Kao. [“Palm Oil Dashboard.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
74. Mars. [“Mars Palm Positive Plan Delivers Deforestation-Free Palm Oil Supply Chain.”](#) Oktober 2020.
75. Mars. [“Guidance for Suppliers on Land Rights.”](#) Oktober 2022.
76. Nissin Foods. [“Guidelines and policies regarding the environmental aspects of products.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
77. Nissin Foods. [“Environmental Procurement”](#) Diakses pada 28 September 2023. Nissin Foods. [“Nissin Foods Group Palm Oil Grievance Tracker.”](#) Juni 2023.
78. Siaran Pers NGO Gabungan. [“Procter & Gamble Again Fails Forests, Climate, and Human Rights.”](#) September 2023.
79. Unilever. [“People and Nature Policy.”](#) Desember 2020. Kao. [“High Risk Supply Chain Management and Sourcing.”](#) Diakses pada 28 September 2023. Colgate PalmOlive. [“No Deforestation Policy.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
80. Unilever. [“Palm Oil Grievance Tracker.”](#) Agustus 2023. Procter & Gamble. [“Palm Grievance Tracker.”](#) Agustus 2023. Procter & Gamble. [“Wood Pulp Grievance Tracker.”](#) Maret 2022. Nissin Foods. [“Nissin Foods Group Palm Oil Grievance Tracker.”](#)
81. Unilever. [“Unilever’s Suspended or No-Buy List of Palm Oil Companies.”](#) September 2023. Nestlé. [“Responsibly sourced palm oil.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
82. Kao. [“Kao Grievance List.”](#) Maret 2023.
83. Nestlé. [“Nestlé Climate Advocacy Industry Associations Review 2023.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
84. Nestlé. [“Our palm oil transparency dashboard.”](#) Diakses pada 28 September 2023.
85. Nestlé. [“Nestlé to pilot new cutting-edge satellite technology to drive transparency in its reforestation projects.”](#) April 2023. Unilever. [“Earth - Reimagining Landscapes.”](#) Diakses pada 28 September 2023.



New canal development in carbon-rich peatlands in Indonesia's Leuser Ecosystem. October 2023.  
PHOTOS: Paul Hilton / Global Conservation





# NORTH SUMATERA WOMEN DEFENDING AGAINST DEFORESTATION STATION



**Rainforest Action Network**  
425 Bush Street, Suite 300  
San Francisco, CA 94108 | [RAN.org](http://RAN.org)

**PUBLICATION DATE:** November 2023  
**PHOTO:** Khairul Abdi / RAN; KSPPM