DUKUNGAN *THE BODY SHOP* DALAM PENGHAPUSAN KEKERASAN SEKSUAL DI INDONESIA

Nur Divayanti Ananta Saharda, Yayuk Anggraini

Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Abstrak

Penelitian ini mengkaji bentuk-bentuk dukungan yang diberikan oleh The Body Shop dalam upaya menghapus kekerasan seksual di Indonesia melalui perspektif ethics of care dari Carol Gilligan. The Body Shop dianalisis sebagai perusahaan multinasional (MNC) yang terlibat dalam advokasi sosial, khususnya dalam menanggapi keterbatasan lembaga negara seperti Komnas Perempuan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya angka kekerasan seksual di Indonesia dan belum memadainya regulasi yang ada untuk menjamin keadilan bagi para korban. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif-analitis, data diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai sumber yang relevan. Berlandaskan feminisme etis dari Carol Gilligan, studi ini menyoroti tiga indikator utama: (1) ethics of care, (2) respons kontekstual, dan (3) tanggung jawab relasional. Temuan penelitian menunjukkan bahwa The Body Shop menunjukkan ethics of care melalui kampanye edukatif, webinar, sesi pelatihan, dan penerbitan buku anak yang bersifat edukatif. Tanggung jawab relasional tercermin dalam inisiatif seperti program "Stop Kekerasan Seksual", aksi "Demo dalam Diam", dan penandatanganan petisi untuk mendukung pengesahan Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU PKS). Respons kontekstual ditunjukkan melalui edukasi di media sosial, program kampus, instalasi seni sepatu, serta partisipasi dalam rapat dengar pendapat umum di DPR RI. Studi ini menyimpulkan bahwa dukungan The Body Shop bersifat konsisten dan sejalan dengan nilai-nilai inti feminisme etis, yang menekankan empati, hubungan sosial, serta kepekaan terhadap pengalaman hidup perempuan.

Kata Kunci: The Body Shop, Kekerasan Seksual, Feminisme Etis, Etika Kepedulian, RUU PKS

Abstract

This study examines the forms of support provided by The Body Shop in the effort to eliminate sexual violence in Indonesia through the lens of Carol Gilligan's ethics of care. The Body Shop is analyzed as a multinational corporation (MNC) engaged in social advocacy, particularly in addressing the limitations of state institutions such as Komnas Perempuan. The research is grounded in the context of the high incidence of sexual violence in Indonesia and the inadequacy of existing regulations to ensure justice for victims. Using a descriptive-analytical approach, data were obtained through a literature review of various relevant sources. Guided by Carol Gilligan's ethical feminism, the study highlights three key indicators: (1) ethics of care, (2) contextual responsiveness, and (3) relational responsibility. The findings indicate that The Body Shop demonstrates ethics of care through educational campaigns, webinars, training

sessions, and the publication of an educational children's book. Relational responsibility is reflected in initiatives such as the "Stop Sexual Violence" program, the "Demo in Silence" action, and the signing of a petition supporting the enactment of the Sexual Violence Bill (RUU PKS). Contextual responsiveness is shown through social media education, campus programs, shoes art installations, and participation in public hearings at the Indonesian House of Representatives (DPR RI). This study concludes that The Body Shop's support is consistent and aligned with the core values of ethical feminism, emphasizing empathy, social relations, and sensitivity to women's lived experiences.

Keywords: *The Body Shop, Sexual Violence, Ethical Feminism, Ethics of Care, RUU PKS*

1. PENDAHULUAN

Kekerasan seksual merupakan salah satu tindak kriminal yang menjadi salah satu permasalahan sosial baik secara global maupun di Indonesia. *UN Women* mendefinisikan kekerasan seksual sebagai bentuk tindak diskriminasi yang dapat mengakibatkan kerusakan fisik, kerugian seksual, kerugian psikologis, kerugian ekonomi, hingga penderitaan bagi korbannya (Comission, 2020). Definisi lain datang dari Komnas Perempuan yang menjelaskan bahwa kekerasan seksual adalah setiap perbuatan merendahkan, menghina, menyerang, atau perbuatan lain yang berhubungan dengan tubuh, hasrat seksual, dan fungsi reproduksi seseorang secara paksa yang bertentangan dengan kehendak seseorang yang berakibat pada penderitaan, kesengsaraan psikis, fisik, seksual, ekonomi, hingga sosial budayanya. Lembaga lain seperti *Sexual Assult Centre of Edmonton (SACE)*, *United Nation Childern's Fund (UNICEF)* juga menegaskan bahwa kekerasan seksual tidak hanya berdampak fisik, tapi juga dapat menimbulkan trauma psikologis dan sosial bagi korbannya.

Data dari statistik *National Sexual Violence Resource Center (NSVRC)* memaparkan pemerkosaan dan tindak pelecehan seksual masuk dalam tindak kejahatan yang paling tidak dilaporkan, keterangannya menyebutkan sebanyak 63% kasus pelecehan seksual yang terjadi di seluruh dunia tidak dilaporkan kepada polisi (Smith et al., 2018). Di Indonesia kekerasan seksual menjadi kasus yang setiap tahunnya mengalami peningkatan, sementara penanganan hukum dan perlindungan terhadap korban masih minim.

Pemaparan data catatan tahunan Komnas Perempuan pada tahun 2014 hingga tahun 2016 mencatat adanya peningkatan kasus yang terjadi secara signifikan. Terbukti dari catatan tahunan Komnas

Perempuan pada tahun 2014 yang mencatat sebanyak 2.247 kasus kekerasan seksual terjadi dalam ranah pribadi, kemudian pada tahun 2015 meningkat menjadi 3.325 kasus, hingga tahun 2016 kasus kekerasan seksual Kembali meningkat hingga 3.945 kasus (Perempuan, 2016). Selain penemuan catatan kasus yang meningkat secara signifikan, Komnas Perempuan juga menemukan bahwa banyak korban kekerasan seksual yang sulit mendapatkan akses untuk melapor karena khawatir dengan stigma masyarakat, kekurangan bukti, atau tidak percaya dengan penegak hukum. Bahkan beberapa dari korban kekerasan seksual kesulitan untuk mendapat akses pendampingan psikologis, serta kesulitan untuk mendapatkan pendampingan hukum.

Aturan terkait kekerasan seksual di Indonesia sebenarnya sudah banyak berlaku sejak lama, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perlindungan Anak, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan KDRT, dan KUHP BAB XIV Pasal 285 yang mengatur kejahatan seksual, serta berbagai aturan lainnya. Namun, banyaknya peraturan yang ada ternyata belum efektif untuk menekan angka kekerasan seksual. Hal ini disebabkan karena sebagian besar aturan yang ada lebih berfokus pada penindakan dan hukum bagi pelaku, dan kurang menjelaskan dengan rinci bagaimana penanganan yang sepatutnya untuk korban setelah kejadian kekerasan seksual.

Dengan demikian Komnas Perempuan merasa Indonesia harus memiliki Undang-Undang khusus untuk menangani permasalahan kekerasan seksual, hingga pada tahun 2016 Komnas Perempuan menginisiasikan Rancangan Undang-Undang yang biasa disebut RUU PKS. Melalui RUU PKS Komnas Perempuan menuntut sebuah revisi dan perubahan aturan mengenai tindak pelecehan, penghinaan, hingga kekerasan seksual Penghapusan kekerasan seksual. Namun RUU PKS yang menjadi upaya penting untuk menyatukan berbagai regulasi dan memberikan perlindungan lebih pada korban hingga lima tahun pengajuannya belum juga disahkan. Lemahnya peran negara kemudian memancing banyak pihak termasuk keterlibatan aktor non-negara yang memiliki kepedulian terhadap perlindungan perempuan menjadi tergerak untuk terlibat.

Salah satu aktor yang aktif menunjukkan kepedulian pada isu ini adalah *The Body Shop*. Sebagai perusahaan multinasional yang telah hadir di Indonesia sejak tahun 1992 *The Body Shop* dikenal sebagai perusahaan yang memiliki komitmen untuk berjuang terhadap isu kemanusiaan, kesetaraan gender, terutama perlindungan perempuan.

The Body Shop secara terbuka mendukung pengesahan RUU PKS. Melalui berbagi program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk terlibat dalam isu kekerasan seksual yang ada di Indonesia, *The Body Shop* berupaya meningkatkan kesadaran publik dan mendorong perubahan baik bagi isu kekerasan seksual di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengangkat bagaimana bentuk dukungan yang diberikan oleh *The Body Shop* terhadap isu kekerasan seksual di Indonesia, serta bagaimana kontribusi tersebut dapat dilihat sebagai bentuk kepedulian korporasi dalam mendorong perubahan sosial di Indonesia.

2. METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif analitik, yang bertujuan untuk mengabarkan memaparkan dukungan yang dilakukan *The Body Shop* lalu akan digabungkan dengan analisis perspektif feminisme etis, dengan demikian penelitian ini tidak hanya menggambarkan bentuk dukungan yang diberikan namun juga melihat hubungan antara strategi perusahaan menghadapi isu kekerasan seksual dengan menggunakan nilai-nilai feminisme etis. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa penelitian atau publikasi resmi *The Body Shop* yang berhubungan dengan pembahasan yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data studi kepustakaan. Kemudian teknik analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif.

LANDASAN TEORI

TEORI FEMINISME ETIS

Teori feminisme etis lahir sebagai sebuah bidang studi akademis dalam filsafat sejak tahun 1970. Teori ini muncul sebagai respons dan kritik terhadap teori klasik yang sifatnya maskulin. Carrol Gilligan menjelaskan feminisme etis melalui karyanya yang berjudul *In a Different Voice ; Psychological Theory and Women's Development*. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa feminisme etis diciptakan dari pandangan feminisme yang memberikan perhatian khusus pada kebaikan, nilai empati, dan belas kasih. Gilligan juga menegaskan bahwa moralitas tidak dapat dipisahkan dari hubungan antar manusia, karena kepedulian merupakan inti dari sebuah etika yang humanis.

Dalam buku tersebut Gilligan kemudian menguraikan lima pendekatan utama dalam feminisme etis diantaranya:

1. **Relasionalitas**, yaitu pendekatan yang menekankan bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang jawabnya terbentuk melalui hubungan interpersonal. Dengan demikian, pendekatan ini menekankan nilai-nilai etika yang berkembang dari interaksi. Gilligan berpendapat bahwa perempuan sering kali mengembangkan pemahaman moral dari pengalaman rasional, dengan pertimbangan dampak tindakan mereka terhadap orang lain dalam kehidupan nyata.
2. **Etika kepedulian**, merupakan indikator utama dalam teori feminisme etis. Etika ini merujuk pada panduan moral yang fokus pendekatannya ada pada hubungan interpersonal dan tanggung jawab untuk merespons kebutuhan orang lain secara empati dan penuh perhatian.
3. **Responsibilitas relasional**, atau tanggung jawab relasional. Konsep ini merujuk pada feminisme etis yang menekankan bahwa tanggung jawab sosial bersifat fleksibel dan kontekstual tergantung kebutuhan, posisi, dan fenomena yang sedang berlangsung
4. **Empati dan emosi sebagai komponen moral**, feminisme etis mengakui bahwa emosi seperti kasih sayang, empati, dan perhatian merupakan dasar yang sah dalam membentuk penilaian etis yang bermakna. Dalam hubungan internasional hal ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar etika untuk mengatur sebuah kebijakan.
5. **Responsivitas terhadap konteks**, yaitu pendekatan yang mendasarkan penilaian moral pada pemahaman konteks sosial. Maksudnya teori ini menekankan perlunya kepekaan terhadap kebutuhan orang lain, kesediaan untuk merespons, mendengarkan dan memahami secara aktif permintaan bantuan, ataupun penderitaan orang lain.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa teori feminisme etis adalah suatu kerangka moral yang menekankan bahwa etika tidak dapat dipisahkan dari hubungan antar manusia dan kepedulian. Teori ini juga menyoroti bahwa pengambilan keputusan etis harus dilakukan dengan pertimbangan konteks secara relasional, sesuai kebutuhan dan berdasarkan pada pengalaman individu terutama kelompok rentan.

Munculnya feminisme etis sebagai pendekatan baru dalam tata kelola perusahaan menantang pandangan tradisional yang didominasi

oleh perspektif maskulin. Dalam kerangka feminisme etis, perspektif perempuan yang cenderung berbeda dalam menyuarakan pendapat akan memengaruhi kebijakan yang ditetapkan dalam dewan perusahaan. Kehadiran perempuan dalam tata kelola perusahaan dinilai positif karena memengaruhi persepsi dan kebijakan yang berdampak pada pencapaian perusahaan. Contohnya adalah *The Body Shop*, sebuah *Multinational Corporation* (MNC) yang struktur dewan perusahaannya didominasi perempuan. Dominasi ini diyakini memengaruhi kebijakan yang ditetapkan, khususnya terkait tanggung jawab sosial perusahaan, termasuk dalam menyuarakan perlindungan dan penghapusan kekerasan seksual pada perempuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekerasan Seksual di Indonesia

Kekerasan seksual merujuk pada bentuk tindakan yang pada dasarnya tidak di inginkan oleh orang yang mendapat perlakuan tersebut (Collier, 1998). Tindakan kekerasan seksual mencakup aktivitas seksual baik percobaan, komentar, ataupun perbuatan yang sifatnya memaksa dan menyerang orang lain secara seksual. Dari banyaknya kasus yang telah terjadi Komnas Perempuan menjelaskan bahwasanya kekerasan terhadap perempuan dapat terjadi dimana pun, kapan pun, dan pada siapa pun korban serta pelakunya. Maka dengan hal ini kemudian Komnas Perempuan membagi wilayah kasus kekerasan menjadi tiga ranah yaitu ranah privat(personal), ranah komunitas (publik), dan ranah yang menjadi tanggung jawab negara.

Data dari catatan tahunan Komnas Perempuan (CATAHU) menunjukkan bahwa kasus kekerasan seksual naik setiap tahunnya. Ditunjukkan dari hasil laporan kasus sepanjang tahun 2012 mencapai angka 2.509 kasus, dan terus meningkat hingga 3.325 kasus ditahun 2016 di ranah personal (Perempuan, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan yang seharusnya aman justru menjadi tempat terjadinya kekerasan, korban kerap mengalami stigma dan disalahkan terutama ketika memiliki hubungan pribadi dengan pelaku. Berdasarkan hasil pemantauan dan dokumentasi Komnas Perempuan, laporan kekerasan seksual terus mengalami kenaikan dan bentuk dari kasus yang terjadi mulai beragam, sementara itu regulasi hukum yang ada dirasa masih belum memadai dan melindungi korban dengan baik. Pasal 285 KUHP, misalnya, hanya mendefinisikan pemerkosaan secara

sempit sebagai penetrasi paksa penis ke vagina, tanpa mencakup bentuk kekerasan lainnya.

Merujuk dari hasil pemantauan keseluruhan kasus yang terus diadakan kepada Komnas Perempuan terkait kekerasan seksual, Komnas Perempuan kemudian akhirnya memutuskan untuk membuat pembaruan pada aturan perundang-undangan terkait perlindungan perempuan khususnya kekerasan seksual di Indonesia, melalui sebuah Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU PKS) pada tahun 2016. Namun, pengesahan RUU PKS menghadapi banyak hambatan, pada tahun 2017 RUU PKS sempat disepakati sebagai usulan inisiatif DPR namun hingga tahun 2021 pengajuannya tidak juga di sahkan dan bahkan sempat dikeluarkan dari prioritas pembahasan DPR.

Ada beberapa alasan yang mempengaruhi penundaan pengesahan RUU PKS termasuk penolakan dari kelompok masyarakat dan fraksi politik tertentu yang menganggap pembaruan aturan tersebut bertentangan dengan nilai budaya dan agama di Indonesia. Kemudian adanya prioritas utama dan pembahasan yang terus dilakukan secara berulang setidaknya sebanyak 15 kali membuat

RUU PKS harus dikeluarkan dari pembahasan Prioritas DPR pada tahun 2019. Pergantian kepemimpinan DPR pada tahun 2020 juga menjadikan fokus dan prioritas politik menjadi sedikit teralihkan.

Ditegah lambatnya proses legislasi dan kurangnya kemampuan Komnas Perempuan sebagai lembaga untuk menekan percepatan pengesahan, berbagai pihak termasuk aktor non-negara turut berperan aktif. Salah satunya adalah *The Body Shop*.

Profil *The Body Shop*

The Body Shop merupakan perusahaan multinasional yang bergerak dibidang kecantikan, dengan produk berupa perawatan tubuh, perawatan wajah, perawatan rambut, kosmetik, dan parfum. Di dirikan oleh Dame Anita Roddick, di Bridgton Inggris pada tahun 1976. *The Body Shop* berdiri dengan sebuah prinsip bahwa bisnis dapat menjadi kekuatan untuk menciptakan kebaikan untuk lingkungan dan sosial. Dalam menjalankan bisnisnya *The Body Shop* menekankan 5 nilai perusahaan meliputi: *Against Animal Testing*, *Activate Self Esteem*, *Defens Human Right*, *Protect our Planet*, dan *Support Community Fair Trade*.

Sebagai pendiri dari *The Body Shop*, Anita Roddick memiliki pandangan khusus terkait bisnis dan penjualan produk yang harus memiliki pembaruan, kreativitas, dan kualitas pelayanan serta produk yang pantas dibayar. Dengan berlandaskan pada etika dan kepedulian *The Body Shop* tumbuh menjadi perusahaan besar yang akhirnya dikenal sebagai salah satu perusahaan yang memelopori *green marketing* dan sangat memperhatikan perkembangan bisnis jangka panjang. Sejak memasuki pasar Indonesia pada tahun 1992 di bawah PT Monica Hijau Lestari atau yang lebih dikenal dengan Sentosa Group, *The Body Shop* telah mengadaptasi nilai-nilai tersebut sesuai dengan konteks lokal. Hingga tahun 2024, *The Body Shop* telah berhasil mendirikan 138 gerai di berbagai wilayah Indonesia, dengan 73% karyawannya adalah perempuan dan 54% dari posisi manajemen dipegang oleh perempuan.

Lebih dari 30 tahun *The Body Shop* hadir di Indonesia, mereka telah menjalankan tanggung jawab perusahaan dalam berbagai bentuk, mulai dari inisiatif ramah lingkungan dan pelarangan uji coba kosmetik pada hewan, pembangunan sekolah, hingga tanggap pada berbagai isu sosial yang ada di Indonesia, komitmen sosial perusahaan mereka tercermin dalam berbagai program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yang tidak hanya bersifat simbolik tetapi juga kontekstual dan responsif terhadap isu-isu sosial. Sebagai sebuah perusahaan global yang mengusung nilai etika yang konsisten penting bagi *The Body Shop* untuk mengimplementasikan tanggung jawab sosial perusahaannya agar sesuai dengan situasi dan kebutuhan masyarakat.

Aksi kepedulian yang dilakukan *The Body Shop* khususnya untuk mendorong kepedulian pada isu perlindungan perempuan bukanlah hal baru, secara khusus mereka telah memiliki rekam jejak panjang, diantaranya adalah

pada tahun 2003 *The Body Shop* pernah mengusung sebuah kampanye *Stop Violence in Home* merupakan sebuah kampanye yang diadakan bersama dengan Komnas Perempuan, kampanye ini menghasilkan penggalangan dana senilai lebih dari 1 miliar rupiah dan pendirian *Women Crisis Center*. Selain itu pada tahun 2009 *The Body Shop* pernah melakukan kampanye *Stop sex Trafficking on Children and Young People* dan donasi bersama dengan *End Child Prostitution, Child Pornography, and Trafficking of Children for Sexual Purpose* (ECPAT).

Dalam konteks kekerasan seksual di Indonesia, *The Body Shop* menjalankan strategi yang meliputi edukasi, kampanye, advokasi, aksi langsung, serta pemberian dukungan psikis dan material. Strategi ini

memperlihatkan keterlibatan aktif perusahaan sebagai aktor non-negara dalam memperjuangkan hak perempuan dan anak di Indonesia, serta menjadi representasi nyata dari prinsip feminisme etis yang menerapkan nilai kepedulian, tanggung jawab relasional, dan responsivitas pada konteks sosial.

Bentuk Dukungan *The Body Shop* Indonesia dalam Menghapus kekerasan Seksual di Indonesia

Sebagaimana yang telah dipaparkan bahwasanya *The Body Shop* sejak awal dikenal sebagai perusahaan global yang memiliki basis nilai-nilai feminisme, mereka telah membawa prinsip bisnis tersebut dalam setiap proses bisnis maupun aktivitas sosial mereka. Dalam sebuah rapat dengar pendapat bersama DPR, *The Body Shop* menyatakan bahwa sebagai perusahaan mereka termotivasi oleh perjuangan Komnas Perempuan yang sudah lebih dulu menyuarakan perlindungan perempuan di Indonesia dan ingin ikut mengambil peran dalam mendukung penghapusan kekerasan seksual di Indonesia.

Adapun bentuk dukungan yang dilakukan oleh *The Body Shop* dalam penghapusan kekerasan seksual dengan menggunakan indikator teori feminisme etis Carol Gilligan sebagai berikut:

a. Etika Kepedulian

Pada Feminisme Etis etika kepedulian digambarkan sebagai sebuah pendekatan yang menekankan pada relasi, empati, dan perhatian terhadap kebutuhan orang lain. Indikator ini sangat mengutamakan pentingnya hubungan sosial. Dalam konteks *The Body Shop* sebagai MNCs, indikator ini digunakan untuk dasar pembuatan kebijakan khususnya pada program tanggung jawab perusahaan (CSR) mereka. Hal ini dilakukan demi menghasilkan sebuah kebijakan yang tidak hanya berdasarkan kepentingan bisnis, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial, serta tetap penuh perhatian. Beberapa program yang telah dibuat meliputi:

Edukasi melalui seminar *online* (*Webinar*), pada bulan Januari tahun 2021 *The Body Shop* membuat sebuah seminar *online* dengan judul "Ambil Bagian Lawan Kekerasan Seksual". Dalam *webinar* tersebut *The Body Shop* turut serta mengundang beberapa pihak Wawan Suwandi selaku *Public Relations* Yayasan Pulih, Kalis Mardiasih selaku Penulis dan *Gender Equality Campaigners*. *Webinar* tersebut berhasil diikuti oleh lebih dari 1.000 peserta

yang berasal dari seluruh Indonesia. Tujuan dari diadakannya *webinar* tersebut selain untuk mengedukasi para perempuan Indonesia terkait pencegahan kekerasan seksual, mereka juga memberi arahan mengenai hal yang harus dilakukan saat diri berada diposisi keluarga atau orang terdekat dari korban kekerasan seksual.

Selain membuat program edukasi secara online, *The Body Shop* juga membuat program *Bring Back Equality for Girls* berupa “*Global Leadership Academy*” bersama dengan Yayasan Plan Internasional Indonesia pada Juli tahun 2021. Program tersebut berupa kelas edukasi yang dilaksanakan selama lima minggu dengan topik pembelajaran mengenai gender, kekerasan, budaya, konstruksi sosial, dan pembawa cerita perubahan. Program ini berhasil diikuti oleh lebih dari 5.000 remaja dan perempuan dewasa.

Selanjutnya bertepatan dengan Hari Anak Nasional pada 23 Juli 2021, *The Body Shop* kembali mengembangkan pendekatan edukatif melalui Kampanye *No!Go!Tell*, yang merupakan kerja sama mereka dengan Yayasan 44 Plan Internasional Indonesia, *Magdalene*, Yayasan Pulih, dan Makassar *Internasional Writers Festival* untuk menerbitkan sebuah buku Dongeng anak yang berjudul “Saat Tiara Dalam Bahaya”. Tujuan dari dilakukannya hal ini adalah untuk mengembangkan arah edukasi *The Body Shop* yang tidak hanya untuk remaja dan perempuan namun juga untuk anak-anak. Bersamaan dengan peluncuran buku tersebut *The Body Shop* secara mandiri juga meluncurkan sebuah produk kampanye berupa rangkaian produk “*White Musk Range*” yang sebagian dari hasil penjualan produk tersebut akan didonasikan ke lembaga-lembaga yang mengurus korban kekerasan seksual.

Selain membuat program edukasi, *The Body Shop* juga telah melakukan donasi dengan menyumbangkan dana sebesar Rp 1.582.299.544 kepada Yayasan Pulih yang nantinya akan disalurkan untuk pembiayaan layanan psikoedukasi dan konseling gratis bagi korban kekerasan seksual.

Pendekatan ini menunjukkan *The Body Shop* tidak hanya bertindak sebagai pelaksana program, namun juga sebagai mitra sosial yang aktif hadir dan terlibat untuk berkolaborasi dengan komunitas lain dengan tujuan mendengar dan merespons kebutuhan perempuan Indonesia khususnya korban kekerasan seksual. Bentuk etika kepedulian tercermin dari wujud dan komitmen *The Body Shop* untuk menciptakan lingkungan yang lebih konsern pada kekerasan seksual dan perlindungan Perempuan. Dalam salah satu kampanye *The Body*

Shop yang bertajuk “No!Go!Tell” *The Body Shop* dengan tegas mengajak seluruh pihak baik anak perempuan maupun perempuan dewasa untuk berani menyuarakan dan menolak apabila mendapati perlakuan yang menyinggung privasi seksual mereka sebagai perempuan. Hal ini jelas menunjukkan etika kepedulian *The Body Shop* pada kaum perempuan. Pendekatan ini juga menunjukkan bahwa *The Body Shop* tidak semata-mata melihat komunitas atau organisasi lain sebagai objek yang pasif, melainkan sebagai bagian dari rantai sosial yang membuat mereka saling menjalin hubungan erat untuk penghapusan kekerasan seksual di Indonesia.

Dalam feminisme etis yang dikemukakan oleh Gilligan, kebijakan ini memperlihatkan bahwa *The Body Shop* menjalankan peran moralnya tidak berdasarkan aturan yang kaku namun melalui kedekatan relasional dan perhatian terhadap kesejahteraan seluruh pihak.

b. *Responsibilitas Relasional*

The Body Shop dalam menggunakan indikator responsibilitas relasional atau tanggung jawab sosial, berusaha menempatkan relasi sosial sebagai dasar etika dalam mendukung penghapusan kekerasan seksual. Menurut Gilligan dalam pendekatan ini sebuah aktor baik individu, organisasi, perusahaan, bahkan negara memiliki kewajiban etis untuk merespons kebutuhan pihak lain karena adanya hubungan atau relasi sosial yang terkait antara mereka. Dal hal ini *The Body Shop* melakukan beberapa hal, diantaranya:

Kampanye Stop Sexual Violence pada November 2020. Dalam kampanye ini *The Body Shop* terlihat melakukan beberapa hal termasuk aksi demo yang berjudul “*Shoes in Silence*” merupakan demo dalam diam yang dilakukan di depan Gedung DPR RI, dalam menjalankan aksinya *The Body Shop* memajang sebanyak 598 pasang sepatu yang didapatkan dari para *costumer* dan karyawan mereka dari seluruh cabang di Indonesia. Aksi ini merupakan simbol langkah awal desakan mereka terkait masalah pengesahan RUU PKS yang terhambat.

Bersamaan dengan aksi *Shoes in Silence* *The Body Shop* Indonesia juga melakukan pengumpulan petisi untuk pengesahan RUU PKS, baik secara luring maupun daring. hingga pada bulan Maret tahun 2021 sebanyak 421.218 orang telah menandatangani petisi tersebut dan akhirnya diserahkan kepada pihak DPR-RI yaitu ibu Diah Pitaloka, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Presidium Kaukus Perempuan Parlemen Republik Indonesia.

Tujuan dari beberapa program tersebut adalah untuk mendukung, menegaskan, dan mengajak kepada seluruh pihak untuk lebih memahami urgensi kekerasan seksual yang terjadi di Indonesia. Dari aksi ini terlihat bahwa *The Body Shop* benar-benar melibatkan banyak pihak untuk ikut menyuarakan dan memperjuangkan penghapusan kekerasan seksual di Indonesia, peran penting komunitas seperti seperti media *Magdallene and co* dan *Makassar Writters*, atau individu lain yang juga memiliki tujuan yang sama dengan *The Body Shop* untuk mendukung penghapusan kekerasan seksual di Indonesia

Jadi dukungan yang mereka lakukan tidak hanya semata dilakukan dengan mengadopsi gaya dukungan *The Body Shop* Internasional yang sifatnya kebaratan, melainkan *The Body Shop* Indonesia benar-benar mempertimbangkan kondisi konkret dan menyesuaikan dengan kebutuhan nyata perempuan Indonesia, khususnya Korban kekerasan seksual.

c. *Responsibilitas Terhadap Konteks*

Merujuk pada responsivitas terhadap konteks yang menekankan pentingnya kepekaan dari aktor hubungan internasional atas kebutuhan pihak atau kelompok lain. Pendekatan ini digunakan *The Body Shop* untuk menerpakan kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mereka dengan aksi yang didasari pada situasi sosial budaya dan politik yang sesuai dengan

kebutuhan masyarakat sekitar khususnya perempuan. Dalam melakukan dukungannya mereka memastikan bahwa setiap tindakan dilakukan atas dasar kepekaan, dan kesediaan *The Body Shope* untuk merespon, mendengar, memahami permintaan bantuan, penderitaan, dan permintaan pihak lain secara aktif. Bentuk dukungan yang dilakukan dengan dasar responsivitas terhadap konteks meliputi;

Pembuatan *Shoes Art Installation*, Pada 26 November 2020 *The Body Shop* membuat pameran Instalasi Sepatu di Gedung Komnas Perempuan. Pameran tersebut terdiri dari 500 pasang Sepatu yang dikumpulkan *The Body Shop* dari karyawan, rekan bisnis, hingga para korban kekerasan seksual. Selain memajang sepatu dalam instalasi tersebut juga terdapat pakaian dari beberapa korban ketika mereka mendapatkan kekerasan seksual. Dalam pameran tersebut *The Body Shop* juga menyajikan cerita yang didapat langsung dari para penyintas kekerasan seksual. Tujuan dari dilakukannya hal ini adalah untuk menunjukkan pada masyarakat Indonesia khususnya Perempuan Indonesia kedepannya agar berani untuk bersuara.

Program Edukasi melalui media sosial. Pada Tahun 2020 *The Body Shop* memulai program edukasi melalui sosial media dengan membuat sebuah akun *Instagram @thebodyshop.impact*. Instagram tersebut ada untuk memberikan informasi dan mengedukasi para *audiens* khususnya *followers* mereka atas fenomena kekerasan seksual yang sedang terjadi di Indonesia. *The Body Shop* sering kali mengunggah sebuah poster baik berupa arahan untuk melaporkan kekerasan seksual ataupun topik lain seputar kekerasan seksual. Mereka juga membuka percakapan baik pada kolom tanya jawab, *direct message* (pesan langsung), atau membuka obrolan melalui siaran langsung pada Instagram, serta membuka kolom 51 pertanyaan pada Instagram story untuk menampung pertanyaan seputar keresahan mengenai kekerasan seksual dan perlindungan perempuan.

Lalu pada tahun 2021 angka memperingati Hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan Internasional *The Body Shop* kembali membuat program berjudul "*The Body Shop Goes To Campus*" yang merupakan program edukasi pada beberapa perguruan tinggi di Indonesia. Beberapa kampus yang menjadi tujuan mereka adalah Institut Agama Kristen Negeri Ambon, Perguruan Tinggi di Bali, Universitas Cendrawasih Papua, Institut Agama Kristen Negeri Kupang, Universitas Negeri Jambi, Universitas Hasanuddin Makassar, Universitas Islam Alauddin Makassar, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten, Universitas Sriwijaya Palembang. Dalam program ini *The Body Shop* kemudian bekerja sama dengan Makassar Internasional Writers, untuk memberikan edukasi bertukar pandangan serta keresahan bersama para mahasiswa di kampus.

Selanjutnya pada 2 Februari 2021 *The Body Shop* hadir dan terlibat dalam Rapat Dengar Pendapat Umum dalam agenda pembahasan RUU PKS pada tahun 2021 bersama DPR. Rapat tersebut dihadiri oleh 80 orang anggota Badan Legislasi, dengan satu perwakilan NGO yaitu *Forum on Indonesia Development (INFID)*, serta satu 55 perwakilan MNCs yaitu *The Body Shop* .

Mereka hadir untuk menyampaikan aspirasi dan dukungan mereka atas perlindungan perempuan dan pengesahan RUU PKS, Dalam arsip siaran langsung RDPU pada tanggal 2 Februari 2021 CEO *The Body Shop* yaitu Aryo Widwardhono menyampaikan:

"Sebagai feminisme Brand yang telah hadir di Indonesia lebih dari 29 tahun kami meneruskan perjuangan RUU PKS yang sudah lebih dulu dimulai oleh Komnas Perempuan. Kami ingin mengambil peran dengan nilai-nilai yang kami percaya, dengan pengalaman yang kami

miliki, dan tentunya karyawan, rekan, dan relasi yang ikut mendukung perjuangan ini bersama kami”.(Baleg DPR, 2021)

Dalam penyampaian diatas, terlihat bahwa dalam dukungannya *The Body Shop* tidak hanya bergerak sendiri melainkan bersama dengan banyak pihak yang diposisikan sebagai partner aktif yang suara dan haknya sangat dilibatkan

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *The Body Shop* secara aktif berkontribusi dalam penghapusan kekerasan seksual di Indonesia, terutama sejak tahun 2020. Perusahaan ini tidak hanya melakukan aksi simbolik, tetapi secara konsisten melaksanakan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk mencegah dan menangani kekerasan seksual. Bentuk dukungan yang diberikan terbagi dalam empat kategori utama, yaitu edukasi, kampanye, aksi langsung, serta bantuan psikis dan materiil. Masing-masing kategori mencakup berbagai program konkret, seperti *webinar*, penggalangan donasi, kampanye petisi, seminar, serta pameran yang menghadirkan suara penyintas.

Pendekatan *The Body Shop* dalam menjalankan dukungan tersebut berlandaskan pada prinsip-prinsip feminisme etis, khususnya tiga indikator dari teori Carol Gilligan: *ethic of care* (etika kepedulian), *responsiveness to needs* (tanggung jawab terhadap konteks), dan *relational responsibility* (tanggung jawab relasional). Prinsip-prinsip ini tercermin dalam cara perusahaan merespons isu kekerasan seksual secara kontekstual, empatik, dan partisipatif. Dengan demikian, upaya yang dilakukan *The Body Shop* tidak semata-mata merupakan bagian dari strategi tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga menunjukkan komitmen moral yang mendalam terhadap keadilan sosial.

Dukungan yang dilakukan mencerminkan peran penting sektor privat dalam mengangkat isu-isu kemanusiaan, dan menempatkan *The Body Shop* sebagai model perusahaan multinasional yang mampu menjalankan peran etis di tengah masyarakat. Pendekatan ini relevan dijadikan contoh bagaimana bisnis dapat terlibat aktif dan bertanggung jawab dalam isu sosial secara bermakna.

REFERENSI

Baleg dpr. (2021). *Live streaming - baleg dpr ri rdpu ruu penghapusan kekerasan seksual.* Baleg dpr ri channel.

- https://www.youtube.com/watch?v=___g5o5DY8.
- Collier, R. (1998). *Masculinities, crime and criminology: men, heterosexuality and the criminal(ised) other*. London:SAGE.
- Collins, J. (2023). Pembahasan RUU PKS: Menilik Proses dan Permasalahan Legislasi. IJRS.
- Comission, E. (2020). *What is gender-based violence? (GBV)*. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/gender-based-violence/what-gender-based-violence_en#:~:text=Gender-based violence is violence,of a particular gender disproportionately.
- Ganatra, V., Sinha, R., Pandey, R., & Kadam, P. (2021). *The Body Shop - 2014 - Against Animal Testing*. International Journal of Applied Business and International Management (IJABIM), 6(1), 90–100. xii <https://ejournal.aibpm.org/index.php/IJABIM/article/view/1082/980>
- Gilligan, C. (1982). In a Different Voice. In H. U. Press (Ed.), *Sustainability (Switzerland) (Vol. 11, Issue 1)*. Library of Congress Cataloging in Publication Data. [https://syllabus.pirate.care/library/Carol Gilligan/In a Different Voice \(418\)/In a Different Voice - Carol Gilligan.pdf](https://syllabus.pirate.care/library/Carol%20Gilligan/In%20a%20Different%20Voice%20(418)/In%20a%20Different%20Voice%20-%20Carol%20Gilligan.pdf)
- Juliandari, J., Hukum, F., Udayana, U., Made, N., Yuliantini, A., Hukum, F., & Udayana, U. (2022). URGENSI PENGESAHAN RANCANGAN UNDANG-. Jurnal Kertha Desa, 10(5), 382–392
- Kumparan, W. (2024). CEO Suzy Hutomo Kenang Momen *The Body Shop* Indonesia saat Pertama Dibuka. Kumparan Women. <https://kumparan.com/kumparanwoman/ceo-suzy-hutomo-kenang-momenthe-body-shop-indo-saat-pertama-dibuka-22Tbt17vZcs/1>
- Perempuan, K. (2016). Kekerasan terhadap Perempuan Meluas : Negara Urgen Hadir Hentikan Kekerasan terhadap Perempuan di Ranah Domestik, Komunitas dan Negara. In *Lembar Fakta Catatan Tahunan (Catahu) 2016*. <http://www.komnasperempuan.go.id/lembar-fakta-catatan-tahunan-catahu-2016-7-maret-2016/>
- Smith, S. G., Zhang, X., Basile, K. C., Merrick, M. T., Wang, J., Kresnow, M., & Chen, J. (2018). The National Intimate Partner and Sexual Violence Survey (NISVS): 2015 Data Brief – Updated Release. In *National Center for Injury Prevention and Control*. <https://www.cdc.gov/violenceprevention/pdf/2015data-brief508.pdf>
- The Body Shop*. (n.d.-a). Career. *The Body Shop*.

<https://www.thebodyshop.co.id/careers> *The Body Shop*. (n.d.-b).
FIGHTING TO EMPOWER WOMEN AND GIRLS.

The Body Shop. https://www.thebodyshop.co.id/FIGHTING-TO-EMPOWERWOMEN-AND-GIRLS?_x_tr_hist=true)

The Body Shop. (n.d.-c). Our Brand Purpose.
<https://www.thebodyshop.co.id/OUR-BRAND-Purpose>