

PENDAHULUAN

Perusahaan multinasional merupakan sebuah perusahaan yang menjalankan usahanya di banyak negara dengan memiliki kantor di setiap negara itu, akan tetapi hanya memiliki satu kantor pusat hanya di negara asal perusahaan tersebut. Perusahaan multinasional atau yang bisa dikenal dengan Multinational Corporation (MNC) bergerak dalam bisnis internasional atau lebih mudah dipahami dengan perdagangan internasional. Perusahaan multinasional atau MNC memiliki peran yang cukup besar dalam perdagangan internasional bagi semua pihak termasuk negara, dalam kondisi tertentu perusahaan multinasional dapat memberikan pengaruh yang besar bagi suatu negara seperti penanaman modal asing, serta memberikan pemasukan yang besar bagi keuangan suatu negara. Dimasa sekarang ini perusahaan multinasional tidak hanya berada di negara maju saja, perusahaan multinasional mulai membuka jalur dan melebarkan keberadaan usahanya di negara berkembang juga, seperti salah satu perusahaan multinasional yang berasal dari Inggris yang memiliki cabang di Indonesia yaitu Unilever.

Unilever merupakan suatu perusahaan multinasional yang berkantor pusat di Rotterdam, Belanda (sebagai Unilever N.V.) dan London, Inggris (sebagai Unilever plc.). Unilever adalah perusahaan pembuat perabot rumah tangga terbesar ketiga di dunia, di belakang Procter & Gamble dan Nestlé. Unilever adalah salah satu perusahaan tertua di dunia dan saat ini telah berhasil berkembang ke lebih dari 190 negara. Selama beberapa tahun sejak didirikan Unilever telah melakukan upaya yang signifikan untuk mendiversifikasi area bisnisnya dan memperluas ke berbagai negara. Pada tahun 1933 Unilever masuk ke Indonesia, hingga pada tahun 1980 memilih untuk memberi nama PT. Unilever Indonesia pada cabang Unilever yang ada di Indonesia. Unilever merupakan sebuah perusahaan yang didirikan dengan tujuan yang mulia. Unilever memiliki tujuan untuk menciptakan sebuah kehidupan berkelanjutan yang layak untuk dijalani. Selain itu Unilever juga ingin menumbuhkan pandangan hidup yang baik bagi semua makhluk hidup untuk merubah dunia menjadi lebih baik (Unilever Indonesia, 2022).

Unilever sebuah perusahaan yang bergerak di segala bidang tentunya memiliki berbagai macam upaya untuk menjalin hubungan dengan lingkungan sekitarnya. Telah banyak sekali hal yang dilakukan oleh Unilever seperti memberikan bantuan kepada masyarakat Indonesia, memberikan penyuluhan di berbagai bidang kehidupan baik itu sosial, Kesehatan, ekonomi, dan masih banyak lainnya. Segala macam upaya yang diberikan Unilever kepada masyarakat sekitar untuk menjalin hubungan yang baik termasuk ke dalam program Corporate Social Responsibility atau yang biasa dikenal dengan singkatan CSR. CSR merupakan hal yang wajib dilakukan oleh setiap perusahaan baik itu perusahaan lokal maupun perusahaan internasional.

Dengan begitu tentunya Unilever juga memiliki kesadaran bahwa pihak Unilever juga harus memikirkan kehidupan masyarakat dan lingkungan sekitar, setelah mendapatkan kebaikan dan keuntungan maka harus memberikan timbal balik kepada negara atau daerah yang menjadi tempat berdirinya PT. Unilever. Unilever juga memiliki sebuah slogan yang selalu ditebarkan kepada masyarakat, yaitu semangat #mariberbagiperan. Slogan tersebut memiliki makna untuk saling melengkapi saling memberikan dukungan demi terciptanya sebuah kesejahteraan bersama. Unilever sedari dahulu telah memiliki banyak kontribusi terhadap Indonesia di berbagai bidang kehidupan. Unilever telah memberikan cukup banyak bantuan kepada Indonesia di segala macam aspek kehidupan, Unilever tentunya tidak akan lupa untuk selalu berkontribusi kepada Indonesia yang mana menjadi salah satu negara yang dipilih oleh Unilever untuk menjadi tempat dalam membangun perusahaan dan tempat produksi dalam memperluas jangkauan Unilever. Hingga saat ini Unilever selalu memberikan kontribusi-nya kepada Indonesia, seperti pada tahun 2020 lalu dimana dunia sedang dilanda wabah virus penyakit yang kita kenal dengan pandemi Covid-19. Pada saat wabah itu meluas hingga masuk ke Indonesia, Unilever tetap konsisten dalam berkontribusi kepada Indonesia agar mampu melewati masa-masa sulit ketika dilanda oleh Pandemi Covid-19 beberapa waktu lalu. Pandemi Covid-19 tersebut memberikan dampak yang cukup parah terhadap berbagai bidang kehidupan diseluruh dunia termasuk Indonesia. Untuk menghambat penyebaran dan menghentikan pandemi Covid-19 pemerintah Indonesia membuat sebuah kebijakan yang mana diharuskannya untuk mengurangi kegiatan tatap muka sehingga membuat banyak sekali orang yang kehilangan pekerjaan akibat pengurangan pekerja yang terjadi karena sedikitnya penghasilan yang didapat dari tempat pekerjaan masing-masing karena adanya kebijakan dari pemerintah Indonesia tersebut. Selain itu, pasar-pasar dan tempat kegiatan ekonomi pun terkena dampaknya karena adanya pembatasan kegiatan sosial yang membuat aktivitas jual beli terganggu sehingga menyebabkan ekonomi masyarakat Indonesia cukup terganggu. Dengan begitu, maka penelitian saya ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana upaya Unilever dalam membantu Indonesia untuk mengatasi permasalahan ekonomi yang disebabkan adanya Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia. Oleh karena itu, melihat masalah yang didasari sebelumnya, tulisan ini merujuk pada teori Multinational Corporation dan Corporate Social Responsibility.

Yang pertama yaitu teori Multinational Corporation atau perusahaan multinasional. Teori MNC digunakan untuk menjadi landasan dalam penelitian karena yang menjadi objek dari penelitian ini ialah salah satu perusahaan multinasional yang ada di Indonesia yaitu PT. Unilever Indonesia. lebih mudah memahaminya dengan pemahaman yang mudah bahwa

MNC memiliki banyak sekali fasilitas untuk menunjang produksinya yang berada di banyak negara akan tetapi kontrol dan kelola-nya terpusat pada manajemen dan arahan satu perusahaan saja (Risal, 2015). Menurut penuturan salah satu tokoh internasional yaitu Michael J. Carbaugh bahwa suatu perusahaan multinasional memiliki empat karakter yang mana menjalankan usahanya di banyak negara akan tetapi memiliki satu pusat di negara asalnya saja. MNC juga sering sekali melakukan pengembangan usahanya dengan menjalankan penelitian di negara yang dituju untuk pengembangannya. MNC selalu memiliki pemikiran untuk melewati batas negara dalam mengembangkan usahanya. MNC juga sering melakukan penanaman modal ke wilayah dan negara tujuannya yang mana ini menguntungkan MNC karena mampu menunjukkan kontribusi dari suatu MNC kepada negara tersebut (Rezza, 2020). MNC sendiri juga memiliki peran yang cukup baik bagi suatu negara, karena dengan adanya sebuah MNC di daerah tersebut tentunya menambahkan lapangan kerja di daerah tersebut sehingga bisa membantu meningkatkan ekonomi suatu negara dengan cara memberikan pekerjaan kepada warga daerah tersebut.

Selanjutnya yaitu konsep Corporate social responsibility. Konsep ini merujuk pada kepedulian perusahaan kepada social yang telah ditentukan dengan jelas oleh pemerintah Indonesia pada Undang-Undang mengenai perusahaan dimana sebuah perusahaan harus memiliki tanggung jawab kepada lingkungan sekitarnya. Seperti yang tertera pada Peraturan Pemerintah Indonesia atau PP Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Dengan melihat UU tersebut, maka setiap perusahaan yang bergerak di bidang yang berhubungan dengan sumber daya alam memiliki keharusan untuk bertanggung jawab dengan kehidupan sekitar tempat berdirinya perusahaan tersebut. Apabila perusahaan tersebut tidak melakukan CSR maka akan ada sebuah sanksi yang akan diberikan oleh pemerintah sesuai dengan UU yang berlaku. Dengan begitu maka adanya sebuah CSR bagi setiap perusahaan adalah kewajiban hukum yang harus dipenuhi (Harruma, 2022). Selain itu, International Labour Organization (ILO) menghimbau setiap perusahaan multinasional harus memiliki tanggung jawab sosial sebagaimana yang telah ditentukan dalam Deklarasi Tripartit oleh ILO. Sebagaimana prinsip-prinsip yang ada pada Deklarasi Tripartit setiap perusahaan multinasional harus ikut serta dalam pembangunan suatu negara dimana menjadi tempat berdirinya perusahaan tersebut, selain itu perusahaan yang bersangkutan harus bisa menjaga dan bertanggung jawab kepada lingkungan sekitar, sehingga tercipta hubungan yang baik antara perusahaan, negara, dan masyarakat. Dengan begitu, CSR menjadi suatu hal yang harus dilakukan dan dimiliki oleh setiap perusahaan (International Labour Organization, 2016). CSR sendiri ada banyak pengertian, namun pengertian dari CSR menurut Schermerhorn (1993) ialah

tanggungjawab dari suatu perusahaan mengenai kepedulian-nya kepada sosial yang mana perusahaan tidaklah hanya menjalankan bisnis saja tetapi harus memiliki rasa peduli dan bertindak untuk melayani kepentingan umum di sekitarnya juga. Untuk memahami konsep dari CSR dengan mudah kita dapat menyimpulkan bahwa CSR merupakan pelayanan perusahaan untuk menjaga hubungan dan kenyamanan dengan mitra sekitarnya demi lancarnya perjalanan bisnis dari perusahaan tersebut (Rezza, 2020). CSR merupakan suatu hal yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan karena sebagai bentuk tanggung jawab kepada lingkungan sekitar perusahaan tersebut agar bisa tetap menjaga kebaikan citra perusahaan dan tidak hanya mengambil keuntungan saja tanpa memperdulikan hal-hal lainnya setelah melakukan kegiatan produksi dan bisnis di daerah yang menjadi tempat produksinya dan jalannya usaha dari perusahaan tersebut.

Penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian sebelumnya seperti pada jurnal artikel “Strategi Pertumbuhan Unilever Indonesia Dalam Mewujudkan Nilai Berkelanjutan” oleh Muhammad Husni Mubarak yang membahas terkait upaya yang dilakukan unilever Indonesia untuk mempertahankan keunggulan dan melihat peluang yang dimiliki. Penelitian lain oleh Ricky Michael terkait Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Bottom Line menemukan bahwa Unilever berperan terhadap kehidupan sosial masyarakat dan menata tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan melalui 3P yaitu Planet, Profit, People. Kemudian, banyak artikel online yang membahas terkait Unilever di Indonesia namun masih sangat sedikit yang berfokus pada peran Unilever terhadap perekonomian Indonesia terutama di masa pasca pandemi Covid-19. Hal ini pun membuat penelitian yang dilakukan oleh penulis menjadi sangat penting untuk dibahas lebih lanjut guna menganalisis bahwa adanya peran ekonomi yang dihasilkan oleh Unilever pasca pandemi dalam pemulihan ekonomi Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan salah satu metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang telah terkumpul untuk dideskripsikan sehingga menjadi sebuah gagasan untuk menjawab permasalahan terkait tujuan penelitian (Prof. Dr. Suryana, 2012).

Data sekunder digunakan dalam analisis penelitian ini. Untuk penelitian ini, data sekunder dikumpulkan dari publikasi seperti buku, jurnal, artikel web, dan penelitian lainnya. Metode deskriptif analisis literatur untuk penelitian dimulai dengan langkah yang mencakup pelacakan semua informasi yang dapat diakses dari berbagai sumber. Ringkasan, komponen utama dari proses dan berisi semua klaim dan informasi terkini, dibuat setelah data diselidiki

dan ditinjau.

Diharapkan hasil analisis data dalam penelitian ini akan menghasilkan analisis yang komprehensif dan temuan yang paling komprehensif dan akurat. Tahapan validasi dilakukan untuk memastikan keakuratan informasi, dimulai dengan pengumpulan data sekunder, jurnal, dan artikel untuk dianalisis sehingga menghasilkan tema dan deskripsi.

Penelitian ini berupaya untuk menjelaskan bagaimana peran dari Unilever dalam pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data untuk penelitian ini ialah pengumpulan data sekunder yang didapat dari sebuah jurnal, berita, serta website resmi dari pihak Unilever Indonesia.