

Reconfiguration of stakeholder salience: localisation of CSR strategy in subsidiaries operating in developing countries = Rekonfigurasi stakeholder teori: lokalisasi strategi CSR di cabang perusahaan beroperasi di negara berkembang

Nadia Anienditha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20452821&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRACT

Perusahaan Multinasional (Multinational Enterprises MNE) memegang peranan penting dalam Tanggung Jawab Sosial Korporasi (Corporate Social Responsibility CSR) dan mempunyai kemampuan untuk mengarahkan perubahan sosial, lingkungan dan ekonomi karena mereka memiliki operasi pada lebih dari satu pasar di berbagai negara yang memungkinkan mereka untuk mempengaruhi masyarakat dimana mereka berada. Lebih dari itu tantangannya menjadi lebih besar terutama bagi perusahaan multinasional (MNE) yang memiliki operasi di negara-negara berkembang (developing countries). Perusahaan multinasional akan menghadapi dilema antara globalisasi atau lokalisasi dalam menerapkan strategi tanggungjawab Sosial (CSR). Berdasarkan pertimbangan masih sangat sedikit pembahasan teoritis berkaitan dengan strategi tanggungjawab sosial (CSR) yang harus dilakukan oleh perusahaan multinasional (MNE) yang memiliki anak perusahaan di negara-negara berkembang (developing countries) maka dalam tesis ini membahas lebih dalam masalah ini dengan menggunakan pendekatan yang sebelumnya dikembangkan oleh Mitchell, et al. (1997) terkait peran utama (salience) pemangku kepentingan (stakeholders) dengan mengusulkan perubahan konfigurasi pada atribut pemangku kepentingan yang sebelumnya dikemukakan oleh Mitchel (dalam hal ini : Kekuasaan / Power Legitimasi / Legitimacy dan Urgensi / Urgency) dan bagaimana masing-masing atribut yang diusulkan tersebut mempengaruhi keputusan globalisasi atau lokalisasi dalam strategi tanggungjawab sosial (CSR)

<hr>

ABSTRACT

Multinational Companies (Multinational Companies, MNE) play an important role in Corporate Social Responsibility (CSR) and have the ability to direct social, environmental and economic change because they have operations in more than one market in a variety of countries that allows them to optimize the community where they are. More than that the challenge becomes bigger for the people in multinational companies (MNE) that have operations in developing countries (developing countries). Multinational companies will face a dilemma between globalization or localization in implementing CSR strategies. Based on consideration there is still very little research on the social responsibility (CSR) strategy that must be carried out by multinational companies (MNE) that have subsidiaries in developing countries (developing countries), in this thesis, we discuss more about this problem by using a discussion previously developed by Mitchell, et al. (1997) related to the main (meaningful) role of stakeholders with Related to changes in stakeholder attributes previously stated by Mitchel (in this case: Power / Legitimacy / Legitimacy and Urgency / Urgency) and how each the suggested attributes are more important decisions on globalization or localization in social responsibility (CSR)

strategies