

Perbedaan pendekatan perusahaan multi nasional terhadap kesetaraan gender yang berlokasi di negara domestik dengan negara asing = The different approaches of MNCS towards gender equality between its home country and foreign country: a single case study comparison of unilever's headquarter and its foreign located subsidiary between 2007-2017

Cyntara Vardani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20495978&lokasi=lokal>

Abstrak

Pentingnya kesetaraan gender di tenaga kerja telah mempengaruhi bagaimana perusahaan mempresentasikan dirinya di pandangan publik. Salah satu cara untuk mengevaluasi kesetaraan gender dalam sebuah perusahaan adalah melalui Corporate Social Responsibility (CSR). Untuk karya ilmiah berikut, penulis mengidentifikasi pola bagaimana perusahaan multinasional mengelola kesetaraan gender di negara yang berbeda-beda. Untuk memperkuat karya ilmiah berikut, sebuah studi kasus digunakan berdasarkan perusahaan multinasional berprestasi seperti Unilever. Unilever berhasil mengoperasikan lebih dari 190 negara, dan dari negara-negara tersebut, sebagian dari subsidiary tersebut telah mempublikasikan unconsolidated laporan tahunan. Negara tersebut termasuk India, Indonesia, Nigeria dan Pakistan. Melalui laporan tahunan, Unilever berambisi untuk menerapkan Unilever Sustainable Living Plan (USLP) yang merupakan model bisnis yang mencakupi masalah kesetaraan gender. Unilever telah mengimplementasikan terapan yang berbeda-beda terkait cara mendekati kesetaraan gender di negara subsidiary tersebut. Berdasarkan laporan tersebut penulis dapat melihat pola yang telah diterapkan oleh Unilever. Dalam durasi 10 tahun, laporan tahunan tersebut mempresentasikan perubahan atau perkembangan terhadap kesetaraan gender dalam perusahaan tersebut. Walaupun data dalam laporan tahunan Unilever meliputi semua isu sebagai perusahaan multinasional, Unilever tidak secara spesifik membahas materi mengenai kesetaraan gender. Maka dari itu, data yang terkumpulkan merupakan sebuah generalisasi akan kesetaraan gender oleh Unilever.

.....The increasing social pressure has intensified the importance of gender equality in the workforce which is causing companies to be tread carefully in how they present themselves in the public's eye. One way to evaluate a company's gender equality is through Corporate Social Responsibilities (CSR). For this research, I aim to identify MNCs patterns in approaching gender equality within an array of different countries, in particular, how approaches might differ when encountering foreign countries. For this research, Unilever is chosen as a real-life case example. Unilever operates over 190 countries, where India, Indonesia, Nigeria, and Pakistan are among the subsidiaries that publishes unconsolidated report. Through the span of 10 years observation, Unilever's annual report has claimed to be involved in creating a gender-balanced workforce through its Unilever Sustainable Living Plan (USLP) business model. For each subsidiary, Unilever has implemented this business plan as it is globally accepted and made further adjustments that could be accepted locally. Although information from the annual report has been collected, it only provides a generalized idea on gender equality for the company and not specific information that is provided for the public's knowledge.