

Kepentingan Legitimasi Moral Korporasi: Keterlibatan Perusahaan The Body Shop Indonesia dalam Mendorong Pengesahan Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual = The Importance of Corporate Moral Legitimacy: The Body Shop Indonesia Company's Involvement in Encouraging Legalization Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual

Magfira Tirtamara Sanubari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920545505&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan praktik bisnis politik perusahaan dalam keterlibatannya pada aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR). Merujuk penelitian terdahulu, Castello dan Galang (2014) berargumen bahwa perusahaan-perusahaan di Asia semakin banyak menggunakan bentuk legitimasi moral untuk mendapatkan pengakuan masyarakat melalui keterlibatan dalam mendorong aksi sosial. Penulisan ini bertujuan untuk melihat kepentingan perusahaan The Body Shop Indonesia dalam mendorong pengesahan Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU PKS). Melalui pendekatan studi kualitatif, penulis mengumpulkan data primer melalui wawancara dengan The Body Shop Indonesia, Komnas Perempuan, Magdalene, dan Yayasan Pulih. Hasil penelitian ini menemukan bahwa The Body Shop Indonesia menggunakan legitimasi moral dalam menjalankan aktivitas kampanye Stop Sexual Violence sebagai bentuk kepentingan politik perusahaan. Terdapat tiga alasan mengapa perusahaan The Body Shop Indonesia terlibat dalam mendorong pengesahan RUU PKS yaitu: (1) belum adanya payung hukum komprehensif yang bisa melindungi masyarakat Indonesia khususnya perempuan dalam isu kekerasan seksual, (2) adanya pengaruh dari citra yang dibangun The Body Shop Indonesia sebagai feminist brand, (3) adanya pengaruh mempertahankan reputasi nilai-nilai yang dipegang oleh The Body Shop Internasional.

.....

This research was conducted to explain corporate political business practices in its involvement in Corporate Social Responsibility activities (CSR). Referring to previous research, Castello and Galang (2014) argue that companies in Asia are increasingly using forms of moral legitimacy to gain public recognition through involvement in promoting social action. This paper aims to look at The Body Shop Indonesia's corporate interests in encouraging the ratification of the Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU PKS). Through a qualitative study approach, the researcher collected primary data through interviews with The Body Shop Indonesia, Komnas Perempuan, Magdalene, and Yayasan Pulih. The results of this study found that The Body Shop Indonesia uses moral legitimacy in carrying out Stop Sexual Violence campaign activities as a form of corporate political interest. There are three reasons why The Body Shop Indonesia company is involved in the action of passing RUU PKS: (1) there is no comprehensive legal protection that can protect the community, especially women in the issue of sexual violence, (2) the influence of the image built by The Body Shop Indonesia as a feminist brand, (3) the influence of maintaining the reputation of the values held by The Body Shop International.