

Analisis Cultural Environment International Business Pada Perusahaan Pt Unilever Indonesia

Devina Wistiasari¹, Venny Angelin², Velly Fitri Utami³, Stevie Gracia Kurniawan⁴, Dedy Cahyono⁵, Michel Hui⁶
^{1,2,3} *Universitas Internasional Batam*

Abstrak

Pada penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengetahui skala budaya bisnis internasional yang sudah dilakukan oleh PT. Unilever dalam menjalankan perusahaannya. Metode deskriptif adalah metode penelitian yang menggambarkan suatu masalah yang sedang berlangsung atau sedang berlangsung dan mencoba menggambarkan apa yang sebenarnya terjadi selama penelitian berlangsung. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan Unilever memberi dampak positif bagi perusahaan dan negara di mana mereka selalu mengikuti dan taat akan budaya, aturan dan gaya hidup di negara tersebut sehingga membuat mereka diterima oleh negara di dunia.

Kata kunci ; unilever, bisnis, budaya, risiko, internasional.

Copyright (c) 2023 Devina Wistiasari

✉ Corresponding author :

Email Address : devina@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada masa modern yang kita jalani saat ini, kebutuhan masyarakat adalah salah satu hal yang sangat penting untuk dipenuhi. Bisnis internasional adalah bisnis yang kegiatannya melewati batas-batas negara. Salah satu perusahaan yang akan di analisa merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur , memproduksi makanan , minuman yang ternama yaitu PT Unilever Indonesia. Unilever adalah perusahaan multinasional memiliki kantor berpusat di negara Belanda, Unilever sekarang adalah penyandang gelar perusahaan tertua dengan marketplace yang ter sebar sekitar 190 negara lebih terletak di seluruh dunia. Unilever dikenal sebagai perusahaan yang memproduksi makanan , minuman , pembersih dan barang barang lainnya. Unilever menjual lebih dari 400 brand yang tersebar di seluruh dunia sehingga pastinya banyak orang dari seluruh dunia yang menggunakan produk buatan PT. Unilever ini. Sehingga UNILEVER ini tentu saja sudah mencakup kegiatan bisnis bukan dalam **skala nasional** saja melainkan sudah masuk dalam **tahap bisnis internasional**. Karena seluruh orang di dunia tentu saja mengetahui produk yang di produksi oleh UNILEVER.

PT Unilever tentu saja mereka harus memperhatikan cultural environment dengan cara mementingkan atau mempertimbangkan aspek yang penting dan perlu

sebelum PT Unilever memperluas usaha secara global ke negara lain. Dengan kendala biasa seperti bahasa, budaya, kebiasaan dapat menjadi hambatan terhadap keberhasilan perusahaan ini di negara lain secara global. Unilever yang sudah memperluas secara global ke seluruh negara tentunya berpengalaman dengan perbedaan budaya dan bahasa di negara-negara yang menjadi sasaran pengembangan usahanya. Intinya perusahaan Unilever harus bisa mengadaptasi seluruh produknya sesuai dengan budaya dan kebiasaan yang ada di masing-masing negara yang mereka sebarluaskan produknya sehingga masyarakat luar negeri bisa menerima produk mereka dengan baik. Pada penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengetahui skala budaya bisnis internasional yang sudah dilakukan oleh PT. Unilever dalam menjalankan perusahaannya.

Bisnis yang kegiatannya sudah menyebrangi batas-batas negara disebut dengan Bisnis Internasional (Gumilar, 2018). Pada masa modern yang kita hadapi saat ini, kebutuhan masyarakat merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk harus dipenuhi. Perusahaan jenis ini memiliki satu kantor utama atau kantor pusat yang terletak pada daerah awal mula perusahaan tersebut terbentuk namun usahanya berjalan di banyak negara di dunia. Salah satu perusahaan yang berjalan di banyak negara adalah PT Unilever yang sekarang sudah berdiri di Indonesia. Perusahaan inilah yang menjadi objek yang akan dianalisa. PT Unilever Indonesia merupakan salah satu perusahaan multinasional yang terlibat dalam berbagai bisnis termasuk makanan dan minuman serta perusahaan ini juga perusahaan global yang bergerak di bidang manufaktur, memproduksi makanan, minuman, alat pembersih, dan perawatan tubuh (Hanggarjita & Paksi, 2022). Sebagai produsen makanan dan minuman yang ternama, Unilever terus berupaya untuk memenuhi kebutuhan pangan konsumen di zaman sekarang. Salah satu upaya dari perusahaan Unilever yaitu dengan menawarkan produk makanan yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Unilever juga memperkenalkan serangkaian produk makanan sehat seperti margarin dan minyak goreng yang memiliki lemak dan kalori yang rendah serta produk makanan organik yang bebas bahan kimia yang berbahaya.

METODOLOGI PENELITIAN

Rancangan penelitian merupakan suatu rancangan yang tersusun secara sistematis dan terstruktur yang dirancang untuk mengumpulkan data atau informasi dalam memecahkan permasalahan dalam suatu penelitian. Rancangan penelitian ini juga harus memerlukan konsep dan metode agar mampu membantu penelitian ini berjalan dengan baik dan sempurna. Rancangan yang diterapkan dalam menganalisa penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif sehingga hal ini akan membantu kami menganalisis mengenai kinerja perusahaan dalam mengatur strategi persaingan dalam pangsa pasar internasional. Objek yang akan dibahas yaitu sebuah perusahaan global yang bergerak pada bidang FMCG (Fast-Moving Consumer Good), Sehingga dengan objek yang telah dipilih maka akan menganalisis terkait permasalahan permasalahan yang dihadapi dalam berkompetitif dengan perusahaan lainnya. Metode pengumpulan dan analisis data merupakan suatu metode yang digunakan dalam mengumpulkan data data yang dibutuhkan dalam menganalisis perusahaan unilever. Metode yang akan

diterapkan yaitu dengan menggunakan metode deskriptif yang dimana dibantu dengan akses internet agar mampu memberikan informasi lengkap terkait perusahaan Unilever yang telah dipilih sebagai objek penelitian yang akan dianalisis. Metode analisis data merupakan metode yang dimana data primer maupun sekunder dikumpul dan diolah dalam menghasilkan keputusan yang akan diambil. Metode analisa yang diterapkan yaitu metode kualitatif, sehingga dari data yang telah dikumpulkan dapat digunakan lalu dikembangkan menjadi referensi dari objek penelitian yang dipilih yakni PT Unilever Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Bisnis Internasional Contemporary Issues in Culture pada perusahaan PT Unilever Indonesia

A. Bahasa Pada PT Unilever

Bahasa merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif, bahasa juga sangat berpengaruh bagi perusahaan untuk melancarkan kegiatan transaksi bisnis. Pada perusahaan PT Unilever Indonesia tidak hanya melihat indeks prestasi jasa namun perusahaan menekankan kepada timnya untuk memiliki kemampuan dalam berbahasa dengan baik. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan dapat terus berkembang ke tingkat internasional.

B. Sistem Kemasyarakatan Pada PT Unilever

Menghargai keberagaman dunia merupakan sebuah komitmen dari perusahaan PT Unilever. Perusahaan selalu taat tunduk akan adanya peraturan di berbagai negara termasuk budaya di negara tersebut. Salah satu contohnya yaitu PT Unilever membuat sebuah kesetaraan gender dalam menggapai sebuah peluang karir. Mau laki-laki ataupun perempuan memiliki kesempatan yang sama. Selain itu PT Unilever juga menciptakan budaya perusahaan yang harus ditaati dalam lingkungan kerja. Setiap produk yang dikeluarkan oleh perusahaan sudah disesuaikan dengan gaya hidup dan budaya pada negara tersebut.

C. Pengetahuan Pada PT Unilever

Prinsip dari sebuah perusahaan PT Unilever Indonesia adalah bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan melakukan sebuah uji coba atau analisis terhadap permasalahan bahasa sosial dan juga lingkungan di berbagai negara. Keputusan menambahkan pengetahuan sangat penting bagi sebuah perusahaan.

D. Sistem Religi Pada PT Unilever

PT Unilever harus bisa beradaptasi dalam memproduksi produknya dikarenakan beragamnya agama, budaya, dan gaya hidup yang terdapat di dunia ini. Salah satu contoh yang bisa kita lihat adalah di Indonesia . Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritasnya adalah umat muslim. Jadi perusahaan harus memastikan konsumennya merasa nyaman dan juga aman pada saat menggunakan produk mereka dengan memberikan sebuah jaminan bahwa produk mereka halal dan layak untuk digunakan. Perusahaan Unilever tercatat sebagai perusahaan FMCG pertama yang berhasil meraih sertifikat halal MUI pada tahun 1994, hal ini membuat Unilever secara bertahap membuat seluruh produknya dengan memberi jaminan halal.

E. Sistem Teknologi Pada PT Unilever

Banyak negara berkembang yang sudah menerima akan kehadirannya dari PT Unilever Indonesia. Adapula langkah dalam mentransfer teknologi merupakan salah satu dampak nyata bagi perusahaan ketika masuk ke suatu negara yang membuat perusahaan harus berusaha memilih strategi yang baik agar tetap unggul dalam persaingan.

Risk Of International Business Pada PT Unilever

A. Cross Cultural Risk

Menghadapi persaingan bisnis yang bersifat global membuat Unilever harus menerapkan nilai dan budaya dalam menjalankan bisnis mereka. Unilever memiliki prinsip untuk bisa sukses dalam bisnis, diperlukan juga perilaku yang tinggi dalam bekerja sehingga memberikan dampak di masyarakat sekitarnya. Unilever memiliki budaya perusahaan yang berfokus pada pekerja atau karyawan melalui sebuah program yang bernama TM atau *Talent Management*. Unilever juga memiliki tujuan dan nilai serta prinsip dalam operasi bisnis mereka yang harus dijunjung tinggi.

B. Country Risk

Unilever masuk ke dalam berbagai negara yang memiliki kebijakan dalam ekonomi, sistem politik, institusi dan kebijakan keuangan serta lokasi yang berbeda. Risiko dari suatu negara bisa terjadi karena adanya sebuah kondisi yang tidak pasti sehingga berdampak negatif bagi perusahaan

C. Financial Risk

Unilever beroperasi di perusahaan multinasional dan dikategorikan sebagai perusahaan global dikarenakan memiliki produk dengan kualitas internasional. Unilever mempunyai peraturan keuangan dan mata uang yang berbeda. Untuk mengurangi risiko tersebut perusahaan mengambil tindakan dengan cara menggunakan kontrak berjangka untuk mengunci nilai tukar mata uang.

D. Commercial Risk

Dalam menghadapi risiko pemasaran, Unilever melakukan strategi promosi melalui media elektronik, media cetak, sponsorship, dan juga mengadakan event-event yang memasukkan produk mereka. Unilever juga menghadapi persaingan bisnis dengan cara menetapkan harga kompetitif, menentukan segmentasi pasar, menerapkan strategi diversifikasi produk dengan cara memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan produk.

SIMPULAN

Unilever adalah perusahaan multinasional memiliki kantor berpusat di negara Belanda, Unilever sekarang adalah penyandang gelar perusahaan tertua dengan marketplace yang tersebar sekitar 190 negara lebih terletak di seluruh dunia. Unilever dikenal sebagai perusahaan yang memproduksi makanan, minuman, pembersih dan barang-barang lainnya. Penelitian ini bertujuan yaitu mengetahui skala bisnis internasional yang sudah dilakukan oleh PT Unilever dalam menjalankan perusahaannya.

PT Unilever Indonesia menekankan kepada timnya untuk memiliki kemampuan dalam berbahasa dengan baik agar dapat terus berkembang luas. PT Unilever juga menciptakan budaya perusahaan yang harus ditaati dalam lingkungan kerja. Unilever sangat mendukung karyawan-karyawannya dalam hal pengetahuan akan permasalahan sosial dan juga lingkungan yang sedang terjadi di berbagai negara, dan juga dalam hal kesetaraan gender dalam menggapai sebuah peluang karir. Unilever juga memastikan konsumennya merasa nyaman dan juga aman saat menggunakan produk mereka dengan memberikan sebuah jaminan bahwa produk mereka halal dan layak untuk digunakan. Unilever menggunakan sistem teknologi dalam setiap sistem pengoperasian, produksi, dan pemasaran produk-produknya agar tetap unggul dalam bisnis persaingan.

Dalam hal resiko bisnis internasional pada PT Unilever yaitu, Unilever memiliki budaya perusahaan yang berfokus pada pekerja atau karyawan melalui sebuah program yang bernama TM atau Talent Management. Unilever juga memiliki tujuan dan nilai, serta prinsip dalam operasi bisnis mereka yang harus dijunjung tinggi. Unilever beroperasi di perusahaan multinasional dan dikategorikan sebagai perusahaan global dikarenakan memiliki produk dengan kualitas internasional. Oleh sebab itu, resiko dari suatu negara pun bisa terjadi karena adanya sebuah kondisi yang berbeda dan tidak pasti sehingga dapat berdampak negatif bagi perusahaan. Unilever mengambil tindakan dengan cara menggunakan kontrak berjangka untuk mengunci nilai tukar mata uang untuk mengurangi resiko karena mempunyai peraturan keuangan dan mata uang yang berbeda. Selanjutnya, dalam menghadapi risiko pemasaran, Unilever melakukan strategi promosi melalui media elektronik, media cetak, sponsorship, dan juga mengadakan event-event yang memasukkan produk mereka.

Adapun saran yang dapat kami berikan untuk perusahaan PT Unilever yaitu, perusahaan harus selalu taat akan budaya dunia agar dapat berkembang dengan luas. Perusahaan harus memastikan bahwa seluruh pekerja mengikuti budaya dan prinsip yang dijalankan dalam perusahaan. Selain itu perusahaan juga harus selalu memastikan apakah produknya melewati Quality Control dan layak untuk digunakan.

Referensi :

- Abdul Kadir. (2018). Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi. *Sistem Informasi*, 1(September), 60-69. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Budiarsi, S. Y. (2003). Peranan dan Pemahaman Dalam Aktivitas Bisnis Internasional. In *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi* (Vol. 3, pp. 232-243).
- Gumilar, A. (2018). Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia. *Jurnal ADBIS*, 2(2), 141-154.
- Hanggarjita, M. D., & Paksi, A. K. (2022). Peran Unilever Dalam Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(3), 283-296. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v5i3.1846>
- Ii, B. A. B. (2016). A . Literatur Review.

- Iskandar, D. J. (2017). Pentingnya Partisipasi Dan Peranan Kelembagaan Politik Dalam Proses Pembuatan Kebijakan Publik. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 14(1), 17-35. <https://doi.org/10.31113/jia.v14i1.2>
- Kasus, S., Rsud, P., Kabupaten, K., & Martono, A. (2023). & *Practice Management Journal*. 2, 12-30. <https://doi.org/10.56444/jitpm.v2i1.379>
- laudon. (2007). Perkembangan infrastruktur teknologi informasi dari evolusi infrastruktur. *Jurnal Teknologi Dan Informasi*, 7(1), 79-87.