

Analisis Pengaruh Bisnis Internasional Contemporary Issues in Culture pada PT Unilever

Yandi Suprpto¹, Angelica Vivian Chrysti², Shelly Elida³, Cheristina⁴, Hotni Mutiara Butarbutar⁴
1,2,3,4 Universitas Internasional Batam

Abstrak

Bisnis Internasional adalah sebuah perdagangan atau bisnis yang bergerak dalam skala global atau melewati batas negara-negara. Salah satu perusahaan yang bergerak secara internasional adalah PT Unilever Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan dalam perbedaan pada bisnis internasional. Penelitian ini berdasarkan pada data yang sudah dikumpul lalu dianalisa dengan menggunakan metode kualitatif, sehingga dari data yang telah dikumpulkan dapat digunakan lalu dikembangkan menjadi referensi dari objek penelitian yang dipilih yakni PT Unilever. Berdasarkan hasil analisa, perusahaan ini 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. Di era globalisasi ini, semakin banyak perusahaan yang mulai memasuki pasar internasional. Banyaknya budaya yang ada di dunia ini membuat perusahaan harus menguasai dan mengembangkan strategi-strategi untuk menghadapi banyaknya konflik yang segera terjadi.

Kata Kunci: Bisnis Internasional, Perbedaan budaya, PT Unilever

Copyright (c) 2023 Yandi Suprpto

✉ Corresponding author :

Email Address : yandi.suprpto@uib.edu

PENDAHULUAN

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.

Perusahaan Unilever ini juga memperluas jangkauan produknya dengan menyesuaikan produknya dengan preferensi lokal dan kebutuhan nutrisi masyarakat di berbagai negara yang dimana perusahaan ini beroperasi. Terdapat beberapa brand yang diproduksi oleh perusahaan Unilever ini yang dimana brand tersebut telah menyebar sangat pesat pada kalangan masyarakat seperti produk Rinso, Molto, Sunlight, Wipol, Vaseline, Pepsodent, Lifebuoy, Clear, dan lain sebagainya. Perusahaan unilever didirikan sejak 2 September 1929 di Britania Raya dan beroperasi pada tahun 1933. Unilever berkantor pusat di London, Inggris. Unilever didirikan oleh Antonius Johannes Jurgens, Samuel van den Bergh, Georg Schicht. Perusahaan ini termasuk tiga terbesar di dunia dalam memproduksi barang rumah tangga. PT Unilever memiliki Visi dan Misi agar perusahaan ini mampu mempertahankan goals dari perusahaan mereka. Visi PT Unilever adalah untuk menciptakan masa depan yang lebih baik, dan membantu konsumen agar tetap nyaman menggunakan produk mereka. Sedangkan Misi dari perusahaan ini adalah menjadi perusahaan terpilih, selalu menjadi yang pertama dan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen.



Dalam memperhitungkan perubahan cara belanja yang sekarang serba *online*, Unilever telah memunculkan banyak inovasi di media digital seperti : Layanan untuk menjawab kebutuhan konsumen di tingkat profesional melalui **Unilever Professional**, **Unilever Home Delivery**, eksistensi yang semakin kuat di jalur *e-commerce* dan peluncuran aplikasi **Sahabat Warung** untuk membantu para mitra pedagang warung agar tetap sehat selamat dan dapat tetap berjualan. Penelitian ini mengumpulkan beberapa referensi dari penelitian sebelumnya sebagai pijakan. Dengan adanya penelitian ini, akan diketahui permasalahan apa saja yang mempengaruhi bisnis internasional dari perusahaan Unilever.

Empat Risiko Kebudayaan dalam Bisnis Internasional

Di dalam kebudayaan memiliki 4 risiko budaya, yaitu sebagai berikut (Kasus et al., 2023) :

1. Risiko Lintas Budaya (*Cross cultural risk*)

Merupakan perbedaan budaya yang didapatkan dengan pemahamannya sendiri. Risiko kebudayaan ini sangat penting dalam bisnis internasional karena mereka dapat meningkatkan penangkapan antar kelompok yang berbeda dan ada pula manfaat sebagai faktor memasarkan karena dapat membantu konsumen diluar pemasaran

domestik dan bisa mendekati lintas kebudayaan sehingga dapat mendorong komunikasi yang terkait pada pengetahuan dan dapat berperilaku sopan atau baik dalam bisnis.

2. *Country Risk* (Risiko Negara)

Merupakan suatu risiko yang dihadapi oleh perusahaan ketika perusahaan tersebut melakukan bisnis di negara asing. Yang disebabkan oleh adanya faktor politik, ekonomi dan hukum. Contohnya yaitu termasuk perubahan dalam kebijakan pemerintah, perubahan dalam kebijakan perdagangan internasional, ketidakstabilan politik, krisis keuangan dan masalah hukum.

3. *Currency (Financial Risk)*

Risiko keuangan merupakan suatu risiko yang akan dihadapi perusahaan ketika perusahaan melakukan atau terlibat dalam transaksi dengan mata uang asing. Risiko ini terjadi ketika fluktuasi nilai tukar menyebabkan perubahan nilai transaksi dan laba bersih yang diterima oleh perusahaan maupun individu. Agar dapat mengurangi risiko mata uang ini, maka perusahaan dapat mengambil tindakan seperti menggunakan kontrak berjangka (*forward contract*) untuk mengunci nilai tukar, melakukan diversifikasi mata uang dalam portofolio investasi.

4. *Commercial Risk*

Merupakan suatu risiko yang dihadapi sebuah perusahaan ketika perusahaan tersebut menjalankan bisnis seperti pada masalah pemasaran, persaingan, pengembalian investasi yang tidak menguntungkan dan kegagalan produk atau layanan. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor internal seperti manajemen atau produksi yang buruk maupun faktor eksternal yang dialami seperti persaingan yang ketat atau perubahan dalam tren pasar.

Hal yang Penting dalam Lingkup Budaya dari Bisnis Internasional

Dalam lingkup budaya bisnis internasional, terdapat juga hal hal penting yang perlu dipahami oleh perusahaan atau individu yang terlibat dalam bisnis antar negara yang dimana meliputi;

1. Pemahaman budaya : merupakan suatu hal yang sangat penting dalam memahami budaya dari suatu negara atau wilayah yang menjadi tujuan melaksanakan bisnis. Pemahaman ini membantu untuk menghindari adanya kesalahpahaman dan memicu konflik yang muncul.
2. Etika bisnis: merupakan suatu hal yang tak kalah pentingnya dari pemahaman budaya diatas, etika bisnis yang berbeda mampu mengakibatkan perbedaan dalam seorang individu melakukan ataupun menjalankan bisnis serta mengambil keputusan (Abdul Kadir, 2018).
3. Kebijakan pemerintah: kebijakan pemerintah ini mampu mempengaruhi berjalannya aktivitas bisnis namun mampu mengakibatkan perubahan dalam lingkungan bisnis (Iskandar, 2017)

4. Teknologi dan Infrastruktur: merupakan suatu peran yang sangat penting didalam bisnis internasional. Dalam hal ini, teknologi dan infrastruktur mempengaruhi jalannya bisnis internasional (laudon, 2007).
 - Teknologi digital memungkinkan bisnis untuk melakukan komunikasi secara mudah. Teknologi juga memudahkan dalam melaksanakan aktivitas lainnya seperti; pada pertukaran informasi, dokumen dan data data yang penting secara real-time serta membantu dalam mengurangi biaya yang cukup mahal
 - Infrastruktur juga akan memudahkan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan ekspor-impor dengan mudah dan tentunya akan mengurangi biaya logistik dan meningkatkan efisiensi dalam rantai pasok

METODOLOGI

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 PT. Unilever Indonesia Tbk

a. Bahasa dalam PT. Unilever

Bagi sebuah perusahaan untuk mencapai sebuah keunggulan kompetitif, bahasa merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk melancarkan kegiatan transaksi bisnis. Hal ini juga sangat ditekankan oleh perusahaan PT. Unilever kepada timnya untuk tidak hanya melihat indeks prestasi saja namun juga kemampuan bahasa Indonesia dan bahasa asing. Hal ini dilakukan agar PT. Unilever terus berkembang ke berbagai negara tanpa adanya hambatan berupa bahasa dengan adanya tes pertimbangan lisan yaitu untuk mengetahui

secepat apa seseorang tersebut memahami maksud dari apa yang disampaikan dengan menggunakan bahasa asing yaitu bahasa Inggris.

b. Pengetahuan dalam PT. Unilever

PT. Unilever memiliki prinsip yaitu bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan ini melakukan riset ataupun analisa terkait permasalahan sosial dan lingkungan apa saja yang terjadi di berbagai negara. Tindakan menambah pengetahuan terkait target pasar sangatlah penting dilakukan oleh sebuah perusahaan.

c. Sistem Kemasyarakatan dalam PT. Unilever

PT. Unilever berkomitmen untuk menghargai keberagaman yang ada di dunia. Di berbagai negara memiliki budaya dan aturannya masing-masing. Pt. Unilever selalu taat dan tunduk akan adanya peraturan di berbagai Negara. Salah satu contohnya adalah PT. Unilever ingin membentuk sebuah kesetaraan gender dalam menggapai peluang karir. Baik laki-laki maupun perempuan sudah pasti memiliki kesempatan yang sama. Selain itu, salah satu cara yang dilakukan oleh PT. Unilever dalam menciptakan sebuah budaya yang dapat dianut dalam lingkungan pekerjaan yaitu setiap karyawan yang baru masuk tersebut akan dikenalkan dengan budaya yang diterapkan PT. Unilever. Hal ini agar persepsi dan langkah karyawan menjadi sinkron. Produk-produk yang diciptakan oleh PT. Unilever juga sudah disesuaikan dengan gaya hidup dan budaya masyarakat pada daerah tersebut.

d. Sistem Teknologi dalam PT. Unilever

Kehadiran PT Unilever diterima oleh banyak negara di dunia dalam satunya negara berkembang. Adanya transfer teknologi yang merupakan dampak nyata ketika perusahaan internasional masuk ke suatu negara membuat perusahaan harus lebih berusaha lagi memilih strategi yang baik untuk tetap bisa unggul dalam bersaing.

e. Sistem Ekonomi dalam PT. Unilever

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup buruk terkait perkembangan negara Indonesia. Namun, ketika perusahaan PT. Unilever bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Salah satu strategi yang dipegang teguh adalah unilever sustainable living plan yang memiliki tujuan untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi

f. Sistem Religi dalam PT. Unilever

Beragamnya agama yang ada di dunia ini, membuat PT. Unilever harus beradaptasi dalam memproduksi barang-barangnya. Salah satu contohnya adalah negara Indonesia dengan mayoritas muslim. Perusahaan Unilever ingin memastikan konsumennya merasakan rasa nyaman dan aman saat menggunakan produk Unilever dengan memberikan jaminan halal. Unilever tercatat sebagai perusahaan FMCG pertama yang berhasil meraih sertifikasi halal MUI. Hal itu ditetapkan pada tahun 1994 yang membuat Unilever secara bertahap memberikan jaminan halal pada seluruh produk yang diciptakannya

Four Risks of International Business dalam PT. Unilever

Perusahaan Unilever bergerak pada bidang manufaktur distribusi barang konsumsi dan pemasaran. Unilever saat ini telah menjual produknya ke lebih dari 190 negara. PT Unilever juga dihadapkan pada beberapa risiko dalam lingkungan bisnis antara lain :

a. Cross-cultural risk

Dalam menghadapi persaingan dalam bisnis yang bersifat global. Penerapan nilai dan budaya dalam menjalankan bisnis adalah hal yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. PT Unilever memiliki prinsip untuk bisa sukses dalam hal bisnis, perlu standar perilaku suatu perusahaan yang tinggi terhadap pekerja, masyarakat yang ikut terlibat dan lingkungan yang memperoleh dampak. Unilever juga memiliki tujuan, nilai dan prinsip dalam melaksanakan operasi bisnis yang dijunjung tinggi. Perusahaan Unilever memiliki budaya perusahaan yang berfokus pada pekerja atau karyawan melalui program TM.

b. Country Risk

PT Unilever beroperasi di berbagai negara yang memiliki kebijakan ekonomi, sistem politik, institusi dan kebijakan keuangan dan lokasi yang berbeda-beda. Risiko pada suatu negara terjadi karena adanya kondisi ketidakpastian, yang berdampak negatif pada suatu perusahaan.

c. Financial Risk

PT Unilever beroperasi di perusahaan multinasional dan dikategorikan sebagai perusahaan global dikarenakan PT Unilever memiliki produk dengan kualitas internasional. Unilever memiliki peraturan keuangan dan mata uang yang berbeda-beda. *Financial risk* ini dapat terjadi jika perusahaan tidak mengikuti peraturan yang sudah diterapkan oleh tempat di mana perusahaan beroperasi.

d. Commercial Risk

PT Unilever beroperasi di bidang manufaktur yang di mana memproduksi produk kemasan seperti sabun, deterjen, makanan, minuman dan lain sebagainya. *Commercial risk* terjadi karena perusahaan mengalami kegagalan produk, persaingan bisnis yang ketat dan terjadi kesalahan saat pengiriman yang dapat menghambat kegiatan bisnis dari suatu perusahaan.

SIMPULAN

Salah satu perusahaan yang bergerak secara internasional adalah PT Unilever. Pada era globalisasi ini, semakin banyak perusahaan yang mulai memasuki pasar internasional. Banyaknya budaya yang ada di dunia ini membuat perusahaan harus menguasai dan mengembangkan strategi-strategi untuk menghadapi banyaknya konflik yang segera terjadi. Namun, hal tersebut tidak membuat PT Unilever berhenti untuk terus mengembangkan produk agar tidak tertinggal oleh persaingan pasar internasional dengan menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan beradaptasi dengan segala perbedaan budaya dan aturan yang ada di berbagai negara.

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.