

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai sebuah studi yang bersifat universal, terdapat beragam topik dan permasalahan yang berada dalam ruang lingkup Ilmu Hubungan Internasional. Salah satu topik dan permasalahan yang dicakup dalam studi ini adalah mengenai kesetaraan gender. Saat ini, seiring dengan cepatnya globalisasi, baik publik dan pemerintah semakin sadar tentang permasalahan kesetaraan gender. Secara global, upaya publik internasional untuk menciptakan kesetaraan gender secara terstruktur dimulai dari diadopsinya *The Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women* (CEDAW) oleh Majelis Umum Perserikatan Bangsa Bangsa pada tahun 1979. Konvensi ini yang juga menjadi instrumen utama perundang-undangan mengenai hak perempuan dalam tingkat global. Konvensi ini terdiri dari 30 artikel yang membahas mengenai jenis-jenis diskriminasi terhadap perempuan. CEDAW memberikan fondasi awal dalam rangka mewujudkan kesetaraan antara laki-laki dan perempuan di berbagai bidang. Dasar hukum internasional ini yang kemudian diadopsi oleh negara-negara anggota dalam membuat peraturan mengenai kesetaraan gender di negaranya masing-masing (OHCHR, 2022).

Di Indonesia sendiri, sudah terdapat beberapa dasar hukum yang dapat menjadi landasan terciptanya kesetaraan gender. Indonesia sejak 1984 telah meratifikasi CEDAW melalui Undang-Undang No. 7 tahun 1984. Selanjutnya pada tahun 2000, presiden RI, Abdurrahman Wahid, mengeluarkan Instruksi Presiden No.9 Tahun 2000 tentang Pengarusutamaan Gender dalam Pembangunan (Inpres PUG). Hal tersebut dibentuk dengan harapan adanya integrasi antara perspektif gender dan pembangunan di segala aspek kehidupan. Melalui UU dan perpres sebelumnya, Kementerian Pemberdayaan dan Perlindungan Anak (KPPPA) menyusun draft Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) tentang Pengarusutamaan Gender.

Adanya dasar aturan mengenai kesetaraan gender tersebut mengindikasikan bahwa pemerintah Indonesia mengupayakan tindakan, sarana, dan prasarana yang

memadai untuk mendorong kesetaraan gender, termasuk dalam bidang ketenagakerjaan. Berbagai macam upaya juga sebenarnya sudah dilakukan pemerintah guna mewujudkan kesetaraan tersebut. Mulai dari mewajibkan belajar 12 tahun baik untuk perempuan dan laki-laki, perlindungan ekonomi terhadap buruh dan migran perempuan, hingga melakukan berbagai pelatihan bagi perempuan khususnya di daerah-daerah terpencil (Hestiningdyah, 2022).

Meskipun sudah terdapat dasar hukum dan berbagai macam upaya pemerintah dalam upaya mewujudkan kesetaraan gender di bidang ketenagakerjaan, masih terdapat angka ketimpangan yang cukup besar. Pada tahun 2015, proporsi tenaga kerja formal perempuan hanya berada di angka 37,78%, di bawah angka laki-laki yang mencapai 44,89% (BPS, 2022). Dengan proporsi jumlah penduduk yang hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan, kesempatan yang didapatkan perempuan untuk berperan dalam dunia kerja masih cukup timpang jika dibandingkan dengan laki-laki. Jika dibandingkan dengan Perancis misalnya, keterlibatan perempuan (dari total jumlah populasi) sudah mencapai 51,6% pada 2015 (Trading Economics, 2022). Selain itu, ketimpangan gender dalam dunia kerja juga dapat terlihat dari perbandingan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) antara perempuan dan laki-laki, yakni 50,89 : 82,51 (BPS, 2017). Padahal, jumlah penduduk perempuan dan laki-laki di Indonesia pada tahun yang sama hampir setara, yakni 131.31 juta : 130.04 juta (BPS, 2017). Dari data tersebut, kita dapat melihat bahwa 64.47 juta perempuan yang ada di usia produktif di Indonesia tidak berpartisipasi dalam dunia kerja. Ketimpangan seperti ini cukup lumrah terjadi di negara-negara berkembang karena berbagai alasan, mulai dari alasan norma hingga ketimpangan akses dan upah.

Tabel 1.1. Perbandingan Jumlah Penduduk Usia Kerja, TPAK, dan TPT Menurut Jenis Kelamin Tahun 2017

	<b>Laki-Laki</b>	<b>Perempuan</b>
<b>Jumlah Penduduk Usia Kerja (2017)</b>	95,628,400	95,967,100

<b>Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (2017)</b>	82,51% <b>(78,902,993)</b>	50.89% <b>(48,837,657)</b>
--	-------------------------------	-------------------------------

Sumber: BPS (2017)

Salah satu faktor yang menyebabkan ketimpangan ini terjadi adalah faktor budaya dan norma, di mana dua hal ini masih berlaku di sebagian besar masyarakat Indonesia. Nilai yang masih kuat dipegang adalah bahwa peran tradisi perempuan untuk tetap di rumah dan mengurus keluarga di rumah lebih penting dibandingkan memasuki pasar kerja. Ditambah lagi, sebagian wilayah di Indonesia masih memberikan penghargaan lebih kepada perempuan yang mengurus keluarga di rumah dibandingkan mereka yang melanjutkan karir (Azmi, Ismail, & Basir, 2012:304). Faktor lain yang merupakan turunan dari faktor pertama ialah kurangnya akses perempuan kepada pendidikan. Sebagian masyarakat menganggap bahwa pendidikan bukanlah hal yang penting bagi perempuan, karena mereka tidak harus terjun ke dunia kerja. Hal ini berujung pada rendahnya tingkat keterampilan kerja yang dimiliki oleh sebagian perempuan di Indonesia. Ditambah lagi, sebagian perempuan harus menghentikan karir dan pendidikannya karena pernikahan dini (Azmi, Ismail, & Basir, 2012:304).

Selain berkaitan dengan kebudayaan dan pendidikan, ketimpangan juga terjadi karena adanya diskriminasi. Perempuan mendapatkan lebih banyak batasan dalam dunia kerja karena adanya diskriminasi gender dalam pasar tenaga kerja. International Labor Organization (ILO) menampakkkan bahwa status pekerjaan berperan dalam menyebabkan adanya diskriminasi gender. Diskriminasi ini terjadi baik dalam hal proses rekrutmen maupun perbedaan dalam jumlah upah yang diterima antara pekerja perempuan dan laki-laki. Selain itu, diskriminasi ini juga berdampak pada capaian jabatan perempuan yang lebih rendah jika dibandingkan dengan laki-laki (ILO, 2013).

Berkaitan dengan hal tersebut, masuknya perusahaan-perusahaan multinasional ke negara-negara berkembang seperti Indonesia saat ini bukan lagi hanya membawa perubahan ekonomi dan teknologi, namun juga menjadi agen perubahan dalam perkembangan sosial, termasuk kesetaraan gender. Menurut laporan United Nations

Conference on Trade and Development (UNCTAD) pada 2021, perusahaan multinasional dapat mendorong kesetaraan gender di tempat kerja di negara berkembang yang menjadi tuan rumah mereka melalui kebijakan dan praktik yang mereka lakukan. Perubahan dalam kesetaraan gender dapat dibawa oleh perusahaan multi nasional melalui kampanye, pelatihan kerja, dan proporsi tenaga kerja yang seimbang di perusahaan mereka (UNCTAD, 2021).

Perusahaan multinasional dapat mempengaruhi kesetaraan gender di negara tuan rumah secara langsung maupun tidak langsung (UNCTAD, 2021). Adapun yang dimaksud mempengaruhi secara langsung adalah MNC melakukan praktik ketenagakerjaan yang setara di negara penerima. Selain itu, secara tidak langsung, MNC memberikan limpahan tenaga kerja perempuan yang lebih banyak di pasar tenaga kerja lokal. Dengan kata lain, perempuan seringkali mendapatkan pekerjaan pertamanya atau peningkatan kompetensi secara signifikan di perusahaan perusahaan asing, dan kemudian berpindah untuk melanjutkan jenjang karirnya di perusahaan-perusahaan lokal. Pengaruh semacam ini semakin terlihat dalam hal kesempatan kerja bagi perempuan yang berketerampilan lebih tinggi. Contohnya, rata-rata di seluruh negara berkembang, perusahaan multinasional mempekerjakan sekitar 5 persen lebih banyak pekerja administrasi perempuan daripada perusahaan lokal (UNCTAD, 2021). Laporan UNCTAD ini merupakan yang pertama menyajikan bukti empiris tentang efek *spillover* dari perusahaan multinasional ke perusahaan dan pasar tenaga kerja lokal.

Lebih jauh dari itu, perusahaan multinasional berpotensi menjadi agen yang cukup efektif dalam menangani permasalahan ini. Mengingat, MNC tidak hanya membawa praktik semata, namun mereka membawa nilai-nilai dan identitas internasional mengenai kesetaraan gender (UNCTAD, 2021). Dengan demikian, MNC memiliki peluang yang besar untuk berkontribusi lebih dalam hal transfer nilai-nilai kesetaraan gender tersebut ke masyarakat Indonesia. Sehingga, permasalahan yang berkaitan dengan norma dan anggapan perlahan dapat diatasi.

Oleh karena itu, keberadaan MNC di dalam sebuah negara tidak hanya berkaitan dengan perluasan sayap usaha. Melainkan, mereka dapat menjadi agen di

negara-negara penerima – khususnya di negara-negara berkembang – untuk mendukung upaya pemerintah dalam mewujudkan *Sustainable Development Goals* (SDG) poin 8, khususnya poin 8.5 yang berbunyi “mencapai ketenagakerjaan secara penuh dan produktif dan pekerjaan yang layak bagi seluruh perempuan dan laki-laki, termasuk untuk kaum muda dan orang dengan disabilitas, juga kesetaraan upah bagi pekerjaan yang mempunyai nilai yang sama” (Bappenas, 2017). Secara lebih spesifik, keberadaan MNC dapat menerapkan dan mempromosikan nilai-nilai kesetaraan gender yang dibawa dari negara asal untuk mendukung adanya peningkatan kualitas hidup dan peran yang setara antara laki-laki dan perempuan di sektor ketenagakerjaan. Hal ini juga sejalan dengan laporan yang dipaparkan oleh UNCTAD, di mana MNC dapat menjadi salah satu kontributor dalam menciptakan kesetaraan upah yang diterima antara laki-laki dan perempuan untuk pekerjaan yang setara (UNCTAD, 2021).

Salah satu perusahaan multinasional yang membawa pesan inklusivitas dan kesetaraan gender dalam menjalankan bisnisnya di berbagai belahan dunia adalah L’Oreal. L’Oreal sendiri telah menjadi 5 besar perusahaan dengan proporsi gender paling seimbang selama 2017-2019. Di beberapa tahun tersebut, anak perusahaan mereka di Indonesia yakni PT. L’Oreal Indonesia juga mengkampanyekan pentingnya inklusivitas dan kesetaraan gender di dunia kerja, antara lain: melalui kampanye kesetaraan gender di lingkungan kerja, berbagai pelatihan kecantikan profesional untuk perempuan, dan rekrutmen yang proporsional dalam hal gender di dalam perusahaan (L’Oreal, 2022).

Bahkan, pada 2021 lalu, L’Oreal Indonesia mendapatkan penghargaan dari UN Women sebagai *‘Gender Inclusive Workplace’* lantaran komitmen mereka terhadap mempromosikan kesetaraan gender di tempat kerja. Terdapat beberapa aspek yang diperhatikan L’Oreal dalam menciptakan tempat kerja yang inklusif terhadap gender: pendekatan rekrutmen yang non-diskriminatif, menyediakan pengaturan kerja yang fleksibel, dan mendorong pengembangan karir melalui berbagai macam pelatihan. Hal ini menjadikan L’Oreal Indonesia sebagai salah satu percontohan perusahaan yang menerapkan inklusivitas gender di perusahaan mereka (Khaerunnisa, 2021).

Salah satu program yang secara konsisten dijalankan adalah program L'Oreal Beauty For a Better Life (BFBL). Saat ini program BFBL telah mengoperasikan tujuh pusat pelatihan di Indonesia: Cianjur, Jababeka, Tangerang, Bali, Lombok, Pemalang, dan Jakarta. Adapun hingga 2021, partisipan program BFBL sendiri telah mencapai 2,000 orang. Di mana, 75% lulusan dari program tersebut telah membangun karir maupun bisnis sendiri di dunia kecantikan. President Director L'Oreal Indonesia, Umesh Phadke, juga berkomitmen untuk membangun lebih banyak pusat pelatihan untuk perempuan di masa mendatang (L'Oreal, 2022).

Selain dalam aspek internal ketenagakerjaan perusahaan sendiri, L'Oreal juga rutin mengadakan berbagai macam pelatihan dan edukasi mengenai praktik-praktik kecantikan terhadap perempuan di Indonesia. Pelatihan tersebut tidak hanya berupa seminar, namun mereka melakukan praktik dan edukasi langsung serta memberikan sertifikasi bagi peserta pelatihan tersebut. Sehingga, mereka yang telah mengikuti pelatihan-pelatihan tersebut kemudian dapat mengembangkan ilmu dari praktik yang telah dilakukan ke orang-orang disekitarnya, khususnya dalam industri yang serupa. L'Oreal juga berkolaborasi dengan berbagai NGO lokal yang lebih dekat dengan masyarakat untuk membantu mereka menjalankan nilai-nilai dan tanggung jawab perusahaan dalam hal peningkatan kesetaraan gender (L'Oreal, 2022).

Meskipun demikian, setelah proporsi pekerja wanita sempat meningkat dari tahun 2017-2019, angka ini kembali turun ke 34,65% pada masa pandemi (2020), dan kembali meningkat menjadi 36,20% pada 2021 (BPS, 2022). Jika mengacu pada data kuantitatif yang bersifat nasional, nampaknya data kesetaraan gender dalam lingkungan kerja belum menunjukkan pola perkembangan yang konsisten, terlebih setelah memasuki era pandemi. Dengan demikian, menarik untuk diteliti lebih lanjut mengenai bagaimana peran PT L'Oreal Indonesia dalam mengintegrasikan nilai globalnya untuk meningkatkan kesetaraan gender sebagai indikator pencapaian SDG Poin 8 di Indonesia.

Dalam menjawab topik permasalahan yang akan diteliti, penulis melakukan tinjauan literatur yang telah dibuat terlebih dahulu oleh penulis lain yang memiliki

keterkaitan dengan topik yang diambil penulis. Adapun artikel penelitian terdahulu tersebut ialah (Horak & Suseno, 2020)(Alheiji, 2018)(Sherif, 2022)(Saeed, 2022)(Pimpa, 2019)(Kostruba, 2021) (Nguyen, 2019)(Abugre, 2019) (Khalique, 2021) (Bello, 2019)

Pertama, penulis mengambil tinjauan pustaka dari artikel berjudul “*Informal Networks, Informal Institutions, and Social Exclusion in the Workplace: Insights from Subsidiaries of Multinational Corporations in Korea*” yang ditulis oleh Sven Horak dan Yuliani Suseno pada Journal of Business Ethics (Horak & Suseno, 2020). Pada artikel ini, digambarkan bahwa MNC di Korea dapat mengimbangi kurangnya jaringan informal untuk karyawan wanita. Namun, meskipun MNC menyediakan lingkungan yang lebih mendukung bagi perempuan di bidang ketenagakerjaan, kebijakan kesetaraan gender di MNC belum terlalu efektif karena dinamika yang terjadi dalam dunia kerja dan fakta bahwa kebijakan ketenagakerjaan MNC tidak disesuaikan dengan keadaan lokal. Artikel ini menemukan beberapa bukti bahwa dalam beberapa tahun terakhir, MNC dapat menjadi percontohan untuk menerapkan kebijakan kesetaraan gender dengan menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif dan menunjukkan komitmen dalam kesetaraan gender di dunia kerja. Secara lebih spesifik, jurnal ini menyatakan bahwa perusahaan asing dapat membuat perbedaan dalam mendukung karir perempuan karena mereka tidak bergantung pada jaringan informal yang ada seperti budaya. Faktanya, penulis jurnal tersebut melihat contoh komitmen dan dukungan kepemimpinan yang inklusif untuk mempromosikan keberagaman.

Penulis menggunakan artikel jurnal ini sebagai acuan mengenai aspek mana saja yang mungkin dipengaruhi oleh MNC dalam bidang ketenagakerjaan. Penulis dapat membandingkan bagaimana perbedaan pengaruh yang dihasilkan antara MNC di negara maju seperti Korea Selatan dengan keberadaan dan pengaruh MNC di negara berkembang seperti Indonesia. Hal inilah yang juga membedakan penelitian penulis dengan artikel jurnal tersebut, di mana pada artikel tersebut negara yang diteliti adalah negara maju, sedangkan Indonesia masih merupakan negara berkembang.

Kedua, penulis mengambil tinjauan pustaka dari artikel berjudul “*The Impact of Formal and Informal Distance on Gender Equality Approaches: The Case of a British MNC in Saudi Arabia*” yang ditulis oleh Hussain Alheiji pada Thunderbird International Business Review (Alheiji, 2018). Artikel ini membahas mengenai bagaimana kekuatan informal yang berakar pada norma dan tradisi budaya sangat kuat dalam menghalangi terjadinya kesetaraan gender dalam dunia kerja. Meskipun terdapat tekanan dari berbagai pihak untuk mengintegrasikan perempuan lebih banyak dalam dunia kerja, perusahaan lokal enggan untuk mempekerjakan perempuan karena alasan norma dan budaya yang menganggap bahwa perempuan lebih cocok tetap di rumah dan mengurus suami serta anak. Meskipun MNC sangat ingin mendorong kesetaraan gender melalui anak perusahaannya di Arab Saudi, banyak penolakan yang berasal dari nilai, sikap, dan budaya yang lazim di masyarakat Timur Tengah. Tidak mengherankan, dominasi laki-laki dan sikap terhadap perempuan di tempat kerja berkontribusi signifikan terhadap kurangnya kesetaraan gender di Arab Saudi. Pada akhirnya, MNC harus mengakui tekanan informal yang berasal dari norma dan tradisi budaya lokal ini. Dengan demikian, MNC harus menyesuaikan praktik rekrutmen dan pekerjaannya dengan norma dan budaya di Arab Saudi.

Penulis dapat menggunakan artikel jurnal tersebut sebagai referensi mengenai bagaimana budaya dan norma yang ada dalam negara berkembang dapat menjadi salah satu faktor penghalang terjadinya kesetaraan gender di dunia kerja. Artikel jurnal ini juga dapat dijadikan patokan studi kasus tentang tingkat pengaruh yang diberikan MNC dalam merubah budaya dan norma yang menghalangi perempuan untuk berperan dalam sektor ketenagakerjaan, khususnya di negara dengan mayoritas penduduk muslim. Meskipun memiliki urgensi yang sama mengenai pengaruh MNC terhadap kesetaraan gender di negara berkembang, namun artikel ini secara spesifik memberikan penekanan pada MNC dari Inggris yang beroperasi di Arab Saudi. Hal ini tentunya berbeda dengan topik yang penulis angkat yang mengambil perspektif dari L’Oreal sebagai MNC dari Perancis dalam perannya menciptakan *gender-inclusive workplace* di Indonesia.

Selanjutnya, penulis mengambil tinjauan pustaka dari artikel berjudul “*Gender spillovers in foreign direct investments: An analysis of Namibia*” yang ditulis oleh Reem El Sherif (Sherif, 2022). Pada artikel ini, Sherif memperkirakan kelimpahan tenaga kerja yang berasal dari investasi asing langsung melalui klasifikasi gender. Hal ini memungkinkan pembaca untuk secara eksplisit membedakan peran perempuan dalam limpahan tenaga kerja. Selain itu, Sherif memberikan pemahaman tentang perbedaan antara limpahan tenaga kerja di sektor manufaktur dan jasa. Menggunakan data dari Namibia, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa limpahan melalui saluran tenaga kerja perempuan cenderung lebih kuat daripada saluran tenaga kerja total. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan serangkaian implikasi kebijakan, termasuk antara investasi asing dengan tenaga kerja perempuan.

Artikel di atas menunjukkan peran aktor non-negara dalam hal menciptakan limpahan tenaga kerja perempuan di pasar lokal. Penelitian tersebut dapat digunakan sebagai referensi penulis mengenai alasan dibalik investasi asing dapat menciptakan limpahan tenaga kerja perempuan lebih banyak dibanding tenaga kerja laki-laki. Meskipun demikian, penelitian penulis memiliki perbedaan dalam hal norma dan budaya negara serta cakupan dari peran aktor non-negara. Di mana, penelitian yang penulis lakukan lebih berfokus pada satu perusahaan asing saja yang bergerak dalam bidang *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG).

Keempat, penulis mengambil tinjauan pustaka dari artikel berjudul “*Pursuing sustainable development goals through adopting gender equality: Women representation in leadership positions of emerging market multinationals*” yang ditulis oleh Abubakr Saeed (Saeed, 2022). Penelitian ini mengkaji alasan kerugian kompetitif di balik usaha MNC untuk memenuhi SDGs di pasar luar negeri. Penelitian ini menemukan bahwa MNC dapat mengejar tujuan kesetaraan gender di *host country* sebagai strategi legitimasi untuk mengimbangi kelemahan strategis mereka yang diwarisi dari pasar dalam negeri. Berdasarkan sampel anak perusahaan asing dari 10 negara berkembang utama dari tahun 2010 hingga 2020, penelitian ini menemukan bukti kuat yang menunjukkan bahwa kualitas kelembagaan pasar dalam negeri

memberikan efek positif pada representasi perempuan dalam posisi manajerial di MNC. Analisis tambahan menunjukkan bahwa pengalaman internasional semakin memperbesar efek ini.

Artikel tersebut penulis cantumkan sebagai referensi mengenai bagaimana strategi MNC dalam mendapatkan legitimasi operasionalnya di negara-negara berkembang, yakni melalui pencapaian tujuan kesetaraan gender. Meskipun demikian, artikel tersebut hanya berfokus pada strategi legitimasi yang dijalankan oleh MNC di negara berkembang. Sedangkan, penelitian yang penulis ambil melengkapi dalam hal bagaimana strategi MNC ini dapat memiliki peran terhadap terciptanya kesetaraan gender di negara berkembang, dalam hal ini Indonesia.

Kelima, penulis mengambil tinjauan pustaka dari artikel berjudul “*How mining companies promote gender equality through sustainable development?*” yang ditulis oleh Nattavud Pimpa (Pimpa, 2019). Penelitian ini menyelidiki dampak program CSR terhadap kesetaraan gender (melalui tenaga kerja, lingkungan, pelatihan, dan kegiatan ekonomi) dan pengalaman hidup pekerja perempuan, anggota masyarakat, dan keluarga mereka di komunitas pertambangan di Laos Selatan. Hasilnya menunjukkan bahwa program CSR yang berfokus pada promosi kesempatan yang sama di tempat kerja, pengembangan profesional, dan peluang ekonomi lainnya dapat mempengaruhi kemungkinan pembangunan berkelanjutan oleh perusahaan pertambangan.

Penulis menjadikan artikel ini sebagai referensi bagaimana aktor non-negara, dalam hal ini perusahaan dapat mempromosikan nilai-nilai kesetaraan gender di bidang ketenagakerjaan. Penulis dapat mengambil referensi mengenai strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam menciptakan kesetaraan di proses rekrutmen dan pelatihan dalam kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan. Meskipun demikian, penelitian tersebut terbatas pada industri pertambangan dan perusahaan lokal. Adapun penelitian yang penulis lakukan lebih berfokus pada industri FMCG dan perusahaan multinasional yakni L’Oreal.

Selanjutnya, penulis mengambil tinjauan pustaka dari artikel berjudul **“Corporate Responsibility in the Environmental Protection as an Element of Public-Private Partnership in Ukraine”** yang ditulis oleh Anatoliy V. Kostruba (Kostruba, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui muatan tanggung jawab korporat dan sosial badan usaha di bidang perlindungan lingkungan dalam interaksinya dengan negara atas dasar kemitraan publik-swasta. Analisis penelitian ini mengungkapkan perlunya mempertimbangkan dan memasukkan unsur tanggung jawab lingkungan dan sosial bisnis dalam mekanisme kemitraan publik-swasta. Penelitian ini menemukan bahwa tanggung jawab lingkungan memiliki beberapa tujuan esensial: 1) adanya kepemilikan penuh informasi tentang undang-undang perlindungan lingkungan, 2) pemantauan pelaksanaan kebijakan lingkungan, 3) memastikan bahwa karyawan perusahaan mematuhi ketentuan kebijakan lingkungan, 4) pilihan teknologi yang mengecualikan pencemaran lingkungan, 5) partisipasi aktif dalam memecahkan masalah lingkungan di tingkat lokal.

Artikel tersebut dapat dijadikan referensi oleh penulis dalam hal bagaimana hubungan antara perusahaan dengan pemerintah dalam hal menjalankan *corporate responsibility* mereka. Artikel di atas menunjukkan bagaimana hubungan antara perusahaan dengan instansi publik dapat menjadi salah satu saluran untuk mematikan berjalannya *corporate responsibility* oleh sebuah perusahaan. Adapun aspek yang penulis ingin meneliti lebih lanjut dalam hal ini adalah bagaimana L’Oreal sebagai salah satu MNC yang ada di negara berkembang dapat memanfaatkan hubungan dengan sektor publik sebagai salah satu strategi menerapkan *corporate responsibility*.

Ketujuh, penulis mengambil tinjauan pustaka dari artikel berjudul **“Corporate Social Responsibility In Vietnam: Opportunities and Innovation Experienced By Multinational Corporation Subsidiaries”** yang ditulis oleh Hieu Thanh Nguyen (Nguyen, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan perspektif berbasis peluang dan inovasi dari anak perusahaan multinasional di Vietnam. Artikel ini menunjukkan bagaimana MNC dapat memanfaatkan praktik CSR mereka dan menciptakan peluang bisnis dan kegiatan

inovasi untuk diri mereka sendiri dan masyarakat lokal di Vietnam. Penelitian ini menemukan bahwa kegiatan CSR di perusahaan yang diteliti berpotensi mendorong peluang dan inovasi bisnis baru dalam bentuk produk, proses, ide, dan praktik manajemen. Selain itu, peluang dan inovasi juga menguntungkan MNC dan masyarakat lokal di Vietnam.

Mengacu pada artikel tersebut, penulis dapat menjadikan penelitian di atas sebagai referensi mengenai bagaimana praktik *corporate responsibility* yang dilakukan oleh sebuah MNC tidak hanya menguntungkan bagi masyarakat lokal. Namun, praktik tersebut di saat yang bersamaan dapat membuka peluang bisnis baru sekaligus menguntungkan bagi masyarakat lokal. Adapun lokasi diambilnya penelitian juga berada di negara berkembang yang relevan dengan penelitian yang penulis lakukan. Meskipun demikian, penulis dalam hal ini lebih berfokus pada bagaimana MNC dapat menyebarkan identitas yang dibawa dari negara tuan rumah ke negara penerima, dalam hal ini Indonesia, yang berdampak pada peranan MNC tersebut ke dalam pencapaian SDG di Indonesia.

Berikutnya, penulis mengambil tinjauan pustaka dari artikel berjudul *“Corporate social responsibility strategy and economic business value of multinational companies in emerging economies: The mediating role of corporate reputation”* yang ditulis oleh James B. Abugre (Abugre, 2019). Dalam artikel ini, Abugre menyelidiki pengaruh reputasi perusahaan perusahaan multinasional (MNC) pada strategi CSR dan nilai ekonomi bisnis mereka. Studi ini mengadaptasi metodologi kuantitatif dengan sampel responden dari perusahaan multinasional di Ghana—ekonomi yang sedang berkembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi CSR secara positif dan signifikan memprediksi nilai ekonomi bisnis dan reputasi perusahaan MNC. Temuan juga menunjukkan bahwa reputasi perusahaan dapat menjadi titik tengah hubungan antara strategi CSR dan nilai bisnis ekonomi perusahaan multinasional yang beroperasi di negara berkembang. Studi ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan yang baik secara signifikan mempengaruhi strategi perusahaan multinasional dalam tanggung jawab perusahaan dan nilai bisnis ekonomi. Dengan

demikian, manajemen MNC dapat meningkatkan tujuan bisnis perusahaan mereka melalui praktik keberlanjutan.

Artikel ini dijadikan referensi bagi penulis untuk melihat bagaimana strategi MNC yang berorientasi pada bisnis juga dapat disesuaikan dengan tujuan *corporate responsibility* maupun *corporate social responsibility*. Sama-sama memanfaatkan pasar yang cukup luas di negara berkembang, MNC yang diteliti oleh Abugre dan peneliti dapat dikomparasikan dalam hal strategi tersebut. Terlebih, L'Oreal selama ini dianggap memiliki reputasi yang baik dalam hal ketenagakerjaan berdasarkan penghargaan yang selama ini diberikan.

Kesembilan, penulis mengambil tinjauan pustaka dari artikel berjudul ***“Incorporating SDG 8 for Decent Work Practices: A study of MNC Subsidiaries in India”*** yang ditulis oleh Fehmina Khaliq (Khaliq, 2021). Artikel ini menyelidiki peran MNC yang beroperasi di India dalam menggabungkan keragaman tenaga kerja, kesempatan yang sama, dan pertumbuhan inklusif karyawannya dengan menyediakan lingkungan kerja yang layak. Studi ini berfokus pada 9 perusahaan multinasional yang berkantor pusat di Amerika Serikat dan Eropa dan beroperasi sebagai anak perusahaan di Delhi. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa keragaman dan kesetaraan tenaga kerja merupakan hal yang lazim ditemukan di perusahaan-perusahaan multinasional tersebut. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan swasta dan publik atau *start-up* lainnya dapat mengambil pembelajaran dari perusahaan multinasional tersebut, yang membentuk tolak ukur untuk menerapkan keragaman tenaga kerja dalam kegiatan bisnis mereka.

Artikel tersebut dapat dijadikan referensi bagi penulis dalam hal bagaimana sebuah MNC dapat menerapkan nilai-nilai keberagaman dalam SDGs di dalam kegiatan bisnis termasuk pengelolaan sumber daya manusia. Terlebih, penelitian ini juga menunjukkan bagaimana keberagaman dan kesetaraan kesempatan kerja yang ada di perusahaan multinasional dapat dijadikan contoh bagi perusahaan lokal untuk menerapkan mekanisme yang sama. Meskipun demikian, penelitian penulis akan mencakup mengenai kampanye dan aktivitas eksternal yang berkaitan dengan

kesetaraan gender dalam dunia kerja, yang mana tidak tercakup dalam penelitian Fehmina Khaliq di atas.

Terakhir, penulis mengambil tinjauan pustaka dari artikel berjudul *“Multinational corporations and sustainable development goals: Examining Etisalat Telecommunication intervention in Nigeria’s basic education”* yang ditulis oleh Ismail Bello (Bello, 2019). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi peran perusahaan multinasional (MNC) terhadap pembangunan pendidikan dasar di Nigeria menggunakan Etisalat Telecommunication sebagai studi kasus. Temuan dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa Etisalat telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan sektor pendidikan di Nigeria, khususnya pendidikan dasar. Ini terbukti dalam inisiatif “mengadopsi sekolah” di seluruh Nigeria. Intervensi Etisalat sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 4: pendidikan berkualitas, yang telah mengarah pada peningkatan infrastruktur, pendaftaran sekolah, dan yang terpenting, peningkatan kualitas pembelajaran.

Menggunakan artikel ini, penulis dapat mengutip mengenai bagaimana perusahaan tidak hanya menerapkan nilai-nilai SDGs dalam kegiatan bisnis. Melainkan, mereka juga mempromosikan dan berkontribusi terhadap pencapaian SDGs melalui kegiatan eksternal dan kampanye, dalam contoh diatas adalah melalui pengadopsian beberapa sekolah di Nigeria. Hal ini juga sejalan di mana L’Oreal juga mempromosikan tujuan 8.5 tidak hanya melalui operasi bisnis secara internal, namun juga secara external melalui pelatihan, kampanye, dan lain-lain.

Beberapa artikel jurnal ini membahas mengenai hubungan antara keberadaan MNC terhadap pengaruhnya dalam inklusivitas di bidang ketenagakerjaan, strategi corporate responsibility, hingga penerapan SDGs yang dapat dijadikan referensi oleh penulis. Beberapa jurnal tersebut membahas mengenai peran MNC di beberapa negara di Asia, Afrika, dan Eropa. Namun, dari beberapa jurnal yang penulis cantumkan, belum ada artikel yang secara spesifik membahas mengenai bagaimana peran MNC dalam kesetaraan gender di bidang ketenagakerjaan di Indonesia. Adapun perbedaan juga terletak pada cakupan penelitian, di mana peneliti tidak hanya menganalisa praktik

internal perusahaan dalam menerapkan SDGs, namun juga peran L’Oreal dalam hal mengkampanyekan dan mengadakan kegiatan eksternal yang sejalan dengan perwujudan SDG poin 8.5 di Indonesia. Dari beberapa penelitian terdahulu ini nantinya akan dijelaskan lebih detail oleh penulis di bab selanjutnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis berusaha menganalisa secara keseluruhan penelitian ini dengan pembatasan masalah yang juga telah diuraikan diatas dengan sebuah pertanyaan penelitian yaitu **“Bagaimana peran L’Oreal dalam membangun kesetaraan gender di bidang ketenagakerjaan sebagai pemenuhan komitmen SDG poin 8 di Indonesia periode 2018 -2022?”**

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dibuat, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran L’Oreal Indonesia sebagai perusahaan multinasional dalam membangun potensi kesetaraan gender di dunia kerja sebagai instrumen SDG poin 8 di indonesia periode 2018-2022.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Akademis: Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang peran MNC dalam meningkatkan kesetaraan gender di negara berkembang. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur di bidang Hubungan Internasional terutama SDGs.
2. Manfaat Praktis: Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kajian Hubungan Internasional terutama di bidang pendidikan khususnya peran MNC di negara-negara berkembang dalam mengatasi permasalahan gender.

## **1.5 Sistematika Penelitian**

### **BAB I Pendahuluan**

Di bab I, penulis akan menjabarkan latar belakang mengenai keadaan ketenagakerjaan di Indonesia berdasarkan gender, dan bagaimana MNC berpotensi untuk membantu meningkatkan kesetaraan gender di Indonesia. Kemudian, penulis

pun menjabarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

## **BAB II Tinjauan Pustaka**

Pada bab II, penulis akan menjelaskan tinjauan pustaka terkait penelitian serupa yang sudah pernah dilakukan sebelumnya dan tentunya memiliki topik yang mirip dengan penulis sehingga bisa dijadikan acuan penulis dalam penelitian. Penelitian tersebut berupa artikel jurnal ilmiah baik tingkat nasional maupun internasional. Pada bab ini pun penulis menjelaskan landasan teori dan konsep yang penulis pakai untuk menganalisis topik pada penelitian ini.

## **BAB III Metode Penelitian**

Dalam bab ini, penulis akan menjabarkan metode penelitian yang akan digunakan dalam proses penelitian. Metode penelitian tersebut berupa jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data. Hal ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait topik yang penulis bahas dan penulis pun akan menjabarkan jadwal serta tempat penelitian penulis.

## **BAB IV Analisis Keadaan Kesetaraan Gender di Dunia Kerja di Indonesia**

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan kondisi ketenagakerjaan di Indonesia, dan penulis berupaya untuk meneliti bagaimana hubungan antara peranan yang dimiliki L'Oreal dalam hal gender terhadap indikator kesetaraan di bidang ketenagakerjaan (SDG Poin 8.5)

## **BAB V Analisis Peran L'oreal Dalam Membangun Kesetaraan Gender Di Bidang Ketenagakerjaan Sebagai Pemenuhan Komitmen Sdg Poin 8 Di Indonesia**

Dalam bab ini, penulis akan menjelaskan secara spesifik bagaimana proses peranan L'Oreal menjadi salah satu agen pendukung peningkatan kesetaraan gender di Indonesia

## **BAB VI Penutup**

Vigo Marcellino Krisnaya, 2023

*PERAN PT LOREAL INDONESIA DALAM MEMBANGUN KESETARAAN GENDER DI BIDANG KETENAGAKERJAAN SEBAGAI PEMENUHAN KOMITMEN SDG POIN 8 DI INDONESIA PERIODE 2018 -2022*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Hubungan Internasional  
[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

Pada bab terakhir, penulis akan menjelaskan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya yang telah penulis bahas, lalu penulis akan memberikan saran bagi pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini yang diharapkan dapat berguna bagi seluruh pihak yang terlibat maupun para pembaca.