

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa PT Unilever Indonesia menunjukkan komitmen yang kuat dengan menerapkan upaya yang signifikan dimulai dari dalam internal perusahaan seperti kebijakan rekrutmen inklusif, pencapaian representasi perempuan dalam kepemimpinan, serta pengembangan lingkungan kerja berbasis nilai *Equity, Diversity, and Inclusion* (EDI). Di sisi lain, Unilever juga menginisiasi berbagai program eksternal yang memberdayakan perempuan dan kelompok rentan, seperti program WeLearn Sunlight, Dove Self-Esteem Project, dan kampanye Sunsilk #TakTerhentikan.

Dari sudut pandang hubungan internasional, Unilever sebagai aktor non-negara (MNC) telah berperan sebagai agen normatif yang mempromosikan nilai-nilai global seperti kesetaraan dan keadilan sosial dalam konteks lokal Indonesia. Melalui mekanisme CSR dan kemitraan dengan Lembaga internasional seperti UN Women, Unilever turut menjembatani norma global dan kebutuhan domestik.

Namun demikian, Unilever juga menghadapi tantangan signifikan seperti resistensi budaya terhadap norma gender progresif, keterbatasan aksesibilitas bagi kelompok disabilitas, serta inkonsistensi implementasi prinsip inklusi di seluruh mitra dan rantai pasok. Selain itu, keterbatasan sistem monitoring dan evaluasi turut menjadi hambatan dalam mengukur dampak program secara menyeluruh.

Secara keseluruhan, PT Unilever Indonesia dapat dikatakan telah memberikan kontribusi nyata dalam mendukung agenda kesetaraan gender dan inklusi ketenagakerjaan, baik melalui pendekatan internal maupun eksternal. Dengan pendekatan feminisme liberal, perusahaan ini secara progresif memperjuangkan akses setara dan keadilan substantif bagi perempuan di dunia kerja. Temuan ini memperkuat posisi Unilever sebagai MNC yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada transformasi sosial yang berkelanjutan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang dihadapi, penulis memberikan saran sebagai berikut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan data sekunder, seperti laporan tahunan perusahaan, jurnal-jurnal yang sekiranya mendukung, berita dari portal media, dokumen kebijakan CSR, serta laporan dari organisasi nasional dan internasional. Meski demikian, pendekatan ini masih memiliki keterbatasan dalam menggambarkan dimensi praksis dan persepsi langsung dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan data primer, seperti wawancara mendalam dengan pihak internal PT Unilever Indonesia, untuk mendapatkan insight secara langsung mengenai tantangan dan praktik kesetaraan gender di dalam Perusahaan