

## Peran Unilever Dalam Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi

Muhammad Difo Hanggarjita<sup>1</sup>, Arie Kusuma Paksi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

<sup>1</sup>m.difo.isip19@mail.umy.ac.id, <sup>2</sup>ariekusumapaksi@umy.ac.id

### Abstract

*Unilever is one of the largest multinational companies/MNCs in Indonesia. Unilever was formed with the noble goal of wanting to build a human life that has a view and purpose in life in order to create a prosperous and good life to live. This study aims to find out what efforts or contributions Unilever has made to Indonesia regarding Indonesia's economic recovery after the pandemic. In this study using qualitative methods and from the data collected, it can be concluded that Unilever is a company engaged in various fields of life that always tries to do its best to help prepare all needs for a prosperous life. Unilever's goal is to try to provide positive things also to regions or countries that are part of Unilever's business operations, such as providing assistance to the state and also providing counseling to the community. Unilever's contribution efforts to the country and its people are a mandatory part of a company, namely the Corporate Social Responsibility/CSR program. In accordance with Indonesian government regulations where every company must have CSR as its responsibility to the surrounding environment and maintain good relations with the community.*

**Keywords:** *Unilever; CSR; Economic Recovery; Pandemic; Indonesia*

### Abstrak

Unilever merupakan salah satu perusahaan multinasional/MNC yang cukup besar di Indonesia. Unilever dibentuk dengan tujuan yang mulia yaitu ingin membangun kehidupan manusia yang memiliki pandangan dan tujuan hidup agar tercipta sebuah kehidupan yang sejahtera dan baik untuk dijalani. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya atau kontribusi apa yang diberikan oleh Unilever terhadap Indonesia mengenai pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan dari data yang dikumpulkan dapat disimpulkan bahwa Unilever merupakan sebuah perusahaan yang bergerak diberbagai macam bidang dalam kehidupan yang selalu berupaya melakukan yang terbaik untuk membantu mempersiapkan segala kebutuhan demi keberlangsungan hidup yang sejahtera. Unilever yang memiliki tujuan yaitu berupaya untuk memberikan hal-hal positif juga kepada daerah atau negara-negara yang menjadi bagian dalam jalannya usaha dari Unilever seperti memberikan bantuan-bantuan kepada negara dan juga penyuluhan-penyuluhan kepada masyarakatnya. Upaya-upaya kontribusi Unilever kepada negara dan masyarakatnya merupakan bagian wajib dari suatu perusahaan yaitu program *Corporate Social Responsibility/CSR*. Sesuai dengan peraturan pemerintah Indonesia dimana setiap perusahaan harus memiliki CSR sebagai tanggung jawabnya kepada lingkungan sekitar dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat.

**Kata Kunci:** *Unilever; CSR; Pemulihan Ekonomi; Pandemi; Indonesia*

## Pendahuluan

Perusahaan multinasional merupakan sebuah perusahaan yang menjalankan usahanya di banyak negara dengan memiliki kantor di setiap negara itu, akan tetapi hanya memiliki satu kantor pusat hanya di negara asal perusahaan tersebut. Perusahaan multinasional atau yang bisa dikenal dengan *multinational corporation* (MNC) bergerak dalam bisnis internasional atau lebih mudah dipahami dengan perdagangan internasional. Perusahaan multinasional atau MNC memiliki peran yang cukup besar dalam perdagangan internasional bagi semua pihak termasuk negara, dalam kondisi tertentu perusahaan multinasional dapat memberikan pengaruh yang besar bagi suatu negara seperti penanaman modal asing, serta memberikan pemasukan yang besar bagi keuangan suatu negara. Dimasa sekarang ini perusahaan multinasional tidak hanya berada di negara maju saja, perusahaan multinasional mulai membuka jalur dan melebarkan keberadaan usahanya di negara berkembang juga, seperti salah satu perusahaan multinasional yang berasal dari Inggris yang memiliki cabang di Indonesia yaitu Unilever.

Unilever merupakan suatu perusahaan multinasional yang berkantor pusat di Rotterdam, Belanda (sebagai Unilever N.V.) dan London, Inggris (sebagai Unilever plc.). Unilever adalah perusahaan pembuat perabot rumah tangga terbesar ketiga di dunia, di belakang Procter & Gamble dan Nestlé. Unilever adalah salah satu perusahaan tertua di dunia dan saat ini telah berhasil berkembang ke lebih dari 190 negara. Selama beberapa tahun sejak didirikan Unilever telah melakukan upaya yang signifikan untuk mendiversifikasi area bisnisnya dan memperluas ke berbagai negara. Pada tahun 1933 Unilever masuk ke Indonesia, hingga pada tahun 1980 memilih untuk memberi nama PT. Unilever Indonesia pada cabang Unilever yang ada di Indonesia. Unilever merupakan sebuah perusahaan yang didirikan dengan tujuan yang mulia. Unilever memiliki tujuan untuk menciptakan sebuah kehidupan berkelanjutan yang layak untuk dijalani. Selain itu Unilever juga ingin menumbuhkan pandangan hidup yang baik bagi semua makhluk hidup untuk merubah dunia menjadi lebih baik (Unilever Indonesia, 2022).

Unilever sebuah perusahaan yang bergerak di segala bidang tentunya memiliki berbagai macam upaya untuk menjalin hubungan dengan lingkungan sekitarnya. Telah banyak sekali hal yang dilakukan oleh Unilever seperti memberikan bantuan kepada masyarakat Indonesia, memberikan penyuluhan di berbagai bidang kehidupan baik itu sosial, kesehatan, ekonomi, dan masih banyak lainnya. Segala macam upaya yang diberikan Unilever kepada masyarakat sekitar untuk menjalin hubungan yang baik termasuk ke dalam program *corporate social responsibility* atau yang biasa dikenal dengan singkatan CSR. CSR merupakan hal yang wajib dilakukan oleh setiap perusahaan baik itu perusahaan lokal maupun perusahaan internasional. Dengan begitu tentunya Unilever juga memiliki kesadaran bahwa pihak Unilever juga harus memikirkan kehidupan masyarakat dan lingkungan sekitar, setelah mendapatkan kebaikan dan keuntungan maka harus memberikan timbal balik kepada negara atau daerah yang menjadi tempat berdirinya PT. Unilever. Unilever juga memiliki sebuah slogan yang selalu ditebarkan kepada masyarakat, yaitu semangat mari berbagi peran. Slogan tersebut memiliki makna untuk saling melengkapi saling memberikan dukungan demi terciptanya sebuah kesejahteraan bersama. Unilever sedari dahulu telah memiliki banyak kontribusi terhadap Indonesia di berbagai bidang kehidupan. Unilever telah memberikan cukup banyak bantuan kepada Indonesia di segala macam aspek kehidupan, Unilever tentunya tidak akan lupa untuk selalu berkontribusi kepada Indonesia yang mana menjadi salah satu negara yang dipilih oleh Unilever untuk menjadi tempat dalam membangun perusahaan dan tempat produksi dalam memperluas jangkauan Unilever. Hingga saat ini Unilever selalu memberikan kontribusi-nya kepada Indonesia, seperti pada tahun 2020 lalu dimana dunia sedang dilanda wabah virus penyakit yang di kenal dengan pandemi Covid-19. Pada saat wabah

itu meluas hingga masuk ke Indonesia, Unilever tetap konsisten dalam berkontribusi kepada Indonesia agar mampu melewati masa-masa sulit ketika dilanda oleh Pandemi Covid-19 beberapa waktu lalu. Pandemi Covid-19 tersebut memberikan dampak yang cukup parah terhadap berbagai bidang kehidupan diseluruh dunia termasuk Indonesia. Untuk menghambat penyebaran dan menghentikan pandemi Covid-19 pemerintah Indonesia membuat sebuah kebijakan yang mana diharuskannya untuk mengurangi kegiatan tatap muka sehingga membuat banyak sekali orang yang kehilangan pekerjaan akibat pengurangan pekerja yang terjadi karena sedikitnya penghasilan yang didapat dari tempat pekerjaan masing-masing karena adanya kebijakan dari pemerintah Indonesia tersebut. Selain itu, pasar-pasar dan tempat kegiatan ekonomi pun terkena dampaknya karena adanya pembatasan kegiatan sosial yang membuat aktivitas jual beli terganggu sehingga menyebabkan ekonomi masyarakat Indonesia cukup terganggu. Dengan begitu, maka penelitian saya ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana upaya Unilever dalam membantu Indonesia untuk mengatasi permasalahan ekonomi yang disebabkan adanya pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia. Oleh karena itu, melihat masalah yang didasari sebelumnya, tulisan ini merujuk pada teori *multinational corporation* dan *corporate social responsibility*.

Yang pertama yaitu teori *multinational corporation* atau perusahaan multinasional. Teori MNC digunakan untuk menjadi landasan dalam penelitian karena yang menjadi objek dari penelitian ini adalah salah satu perusahaan multinasional yang ada di Indonesia yaitu PT. Unilever Indonesia. lebih mudah memahaminya dengan pemahaman yang mudah bahwa MNC memiliki banyak sekali fasilitas untuk menunjang produksinya yang berada di banyak negara akan tetapi kontrol dan kelola-nya terpusat pada manajemen dan arahan satu perusahaan saja (Risal, 2015). Menurut penuturan salah satu tokoh internasional yaitu Michael J. Carbaugh bahwa suatu perusahaan multinasional memiliki empat karakter yang mana menjalankan usahanya di banyak negara akan tetapi memiliki satu pusat di negara asalnya saja. MNC juga sering sekali melakukan pengembangan usahanya dengan menjalankan penelitian di negara yang dituju untuk pengembangannya. MNC selalu memiliki pemikiran untuk melewati batas negara dalam mengembangkan usahanya. MNC juga sering melakukan penanaman modal ke wilayah dan negara tujuannya yang mana ini menguntungkan MNC karena mampu menunjukkan kontribusi dari suatu MNC kepada negara tersebut (Rezza, 2020). MNC sendiri juga memiliki peran yang cukup baik bagi suatu negara, karena dengan adanya sebuah MNC di daerah tersebut tentunya menambahkan lapangan kerja di daerah tersebut sehingga bisa membantu meningkatkan ekonomi suatu negara dengan cara memberikan pekerjaan kepada warga daerah tersebut.

Selanjutnya yaitu konsep *corporate social responsibility*. Konsep ini merujuk pada kepedulian perusahaan kepada sosial yang telah ditentukan dengan jelas oleh pemerintah Indonesia pada Undang-Undang mengenai perusahaan dimana sebuah perusahaan harus memiliki tanggung jawab kepada lingkungan sekitarnya. CSR sendiri ada banyak pengertian, namun pengertian dari CSR menurut Schermerhorn (1993) adalah tanggungjawab dari suatu perusahaan mengenai kepedulian-nya kepada sosial yang mana perusahaan tidaklah hanya menjalankan bisnis saja tetapi harus memiliki rasa peduli dan bertindak untuk melayani kepentingan umum di sekitarnya juga. Untuk memahami konsep dari CSR dengan mudah dapat menyimpulkan bahwa CSR merupakan pelayanan perusahaan untuk menjaga hubungan dan kenyamanan dengan mitra sekitarnya demi lancarnya perjalanan bisnis dari perusahaan tersebut (Rezza, 2020). CSR merupakan suatu hal yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan karena sebagai bentuk tanggung jawab kepada lingkungan sekitar perusahaan tersebut agar bisa tetap menjaga kebaikan citra perusahaan dan tidak hanya mengambil keuntungan saja tanpa memperdulikan hal-hal

lainnya setelah melakukan kegiatan produksi dan bisnis di daerah yang menjadi tempat produksinya dan jalannya usaha dari perusahaan tersebut.

Penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian sebelumnya seperti pada jurnal penelitian strategi pertumbuhan unilever Indonesia dalam mewujudkan nilai berkelanjutan oleh Muhammad Husni Mubarak yang membahas terkait upaya yang dilakukan unilever Indonesia untuk mempertahankan keunggulan dan melihat peluang yang dimiliki. Penelitian lain oleh Ricky Michael terkait program CSR yayasan Unilever Indonesia berdasarkan teori Bottom Line menemukan bahwa Unilever berperan terhadap kehidupan sosial masyarakat dan menata tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan melalui 3P yaitu *planet, profit, people*. Kemudian, banyak penelitian online yang membahas terkait Unilever di Indonesia namun masih sangat sedikit yang berfokus pada peran Unilever terhadap perekonomian Indonesia terutama di masa pasca pandemi Covid-19. Hal ini pun membuat penelitian yang dilakukan oleh penulis menjadi sangat penting untuk dibahas lebih lanjut guna menganalisis bahwa adanya peran ekonomi yang dihasilkan oleh Unilever pasca pandemi dalam pemulihan ekonomi Indonesia.

### **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan salah satu metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang telah terkumpul untuk dideskripsikan sehingga menjadi sebuah gagasan untuk menjawab permasalahan terkait tujuan penelitian (Suryana, 2012). Data sekunder digunakan dalam analisis penelitian ini. Untuk penelitian ini, data sekunder dikumpulkan dari publikasi seperti buku, jurnal, penelitian web, dan penelitian lainnya. Metode deskriptif analisis literatur untuk penelitian dimulai dengan langkah yang mencakup pelacakan semua informasi yang dapat diakses dari berbagai sumber. Ringkasan, komponen utama dari proses dan berisi semua klaim dan informasi terkini, dibuat setelah data diselidiki dan ditinjau. Diharapkan hasil analisis data dalam penelitian ini akan menghasilkan analisis yang komprehensif dan temuan yang paling komprehensif dan akurat. Tahapan validasi dilakukan untuk memastikan keakuratan informasi, dimulai dengan pengumpulan data sekunder, jurnal, dan artikel untuk dianalisis sehingga menghasilkan tema dan deskripsi. Penelitian ini berupaya untuk menjelaskan bagaimana peran dari Unilever dalam pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data untuk penelitian ini adalah pengumpulan data sekunder yang didapat dari sebuah jurnal, berita, serta website resmi dari pihak Unilever Indonesia.

### **Hasil dan Pembahasan**

Adanya pandemi Covid-19 mengakibatkan ketidakstabilan ekonomi di Indonesia. Indonesia pun mengambil berbagai tindakan ataupun peluang guna menaikkan kembali neraca perekonomian negara. Banyaknya *multinational corporation* memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap nilai ekonomi selama pandemi. Salah satunya yaitu Unilever. Selama pandemi Covid-19, Unilever memberikan beberapa kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Diantaranya seperti memberikan bantuan dana kepada UMKM, diskon produk-produk Unilever hingga sektor investasi. Namun sebelum membahas lebih lanjut terkait peran Unilever terhadap perekonomian nasional, eksistensi Unilever di Indonesia dan dampak Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia juga penting untuk dibahas lebih lanjut.

## 1. Eksistensi Unilever di Indonesia

Perusahaan Multinasional saat ini telah banyak bermunculan. Perusahaan multinasional yang pastinya memiliki banyak tempat produksi membuat setiap perusahaan mengharuskan mampu menciptakan suasana kerja yang baik. Suasana yang baik tersebut tidak hanya di dalam lingkungan perusahaan saja, tetapi harus tercipta juga di luar lingkungan kerja. Lingkungan luar perusahaan yang dimaksud adalah seperti hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar atau dengan pemerintah negara tempat berdirinya perusahaan tersebut. Setiap perusahaan diharuskan untuk memiliki program yang memikirkan serta memberikan tindakan langsung terkait perlakuan yang baik kepada masyarakat sekitarnya, tanggung jawab kepada lingkungan alam sekitarnya, dan kontribusi kepada negara yang dipilih sebagai tempat berdirinya perusahaan tersebut sesuai dengan peraturan pemerintah Indonesia. Salah satu perusahaan multinasional yang ada di Indonesia adalah Unilever. Perusahaan Unilever telah melewati perjalanan yang cukup panjang di Indonesia. Unilever telah masuk di Indonesia sejak tahun 1933. Setelah beberapa lama pada akhirnya Unilever yang berada di Indonesia memilih untuk menggunakan nama PT. Unilever Indonesia. Unilever ingin membantu seluruh mahluk hidup agar dapat menciptakan dunia kehidupan yang sejahtera dan layak untuk dijalani. Unilever hadir di Indonesia dengan tujuan untuk memberikan pandangan hidup mengenai kehidupan yang berkelanjutan. Unilever juga memiliki komitmen untuk mengajarkan mulai dari tindakan kecil demi membangun perubahan yang baik untuk dunia. Lalu pada 27 November 2000, Unilever Indonesia Foundation (UIF) muncul di Indonesia untuk mewujudkan tujuan guna mencari serta memberdayakan potensi-potensi yang ada pada masyarakat. Unilever memiliki ide mengenai pembangunan berkelanjutan untuk masyarakat yang diprakarsai oleh Nihal Kaviratne selaku CEO dan mantan *Chairman* Unilever Indonesia. Pada awalnya program terkait pembangunan masyarakat tidaklah merata dan belum tertata seperti sekarang ini yang mana membuat pembangunan tersebut tidaklah maksimal. Maka dari itu Unilever Indonesia mendirikan UIF untuk memperbaiki permasalahan itu dan menjalankan kegiatan mengenai hubungan yang baik dengan masyarakat melalui CSR secara lebih tertata (Unilever Indonesia, 2020).

Dalam program CSR melalui arahan dari UIF, program Unilever berkomitmen untuk melakukan peningkatan taraf hidup masyarakat. Dalam pengimplementasiannya hal itu dibuktikan dengan dilibatkannya para petani Indonesia dalam pemenuhan kebutuhan produksi Unilever untuk memberikan pasokan hasil tani. Dengan membangun mitra kerjasama dengan lembaga masyarakat yang dikelola secara berkesinambungan diharapkan dapat menjadi salah satu cara dalam peningkatan taraf hidup yang berkesinambungan dimana para petani sudah mendapat hal pasti dalam memasok hasil tani tanpa harus mencari lagi untuk diarahkan ke mana hasil tani tersebut. Dengan begitu para petani bisa memiliki pendapatan yang pasti dan berkelanjutan sehingga bisa meningkatkan taraf hidup para petani. Lalu Unilever juga memiliki komitmen terkait lingkungan, dalam hal ini Unilever memiliki pandangan mengenai pemahaman masyarakat Indonesia terkait sampah masih cukup rendah, karena masyarakat Indonesia masih banyak yang tidak begitu peduli pada lingkungan. Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana cara masyarakat Indonesia masih banyak yang membuang sampah secara sembarangan serta tidak bisanya memproses sampah sehingga banyak sampah mencemari lingkungan. Dalam pengimplementasian Unilever terkait komitmen-nya terhadap lingkungan dibuktikan dengan memberikan penyuluhan melalui program kebutuhan pengelolaan sampah. Dalam pelaksanaan program tersebut Unilever memulai bertahap dari daerah ke daerah sehingga kesadaran akan sampah dimulai dari masing-masing daerah hingga menyeluruh ke seluruh Indonesia. Selain itu, Unilever juga memiliki komitmen untuk memperbaiki mengenai kesehatan, kesejahteraan, dan nutrisi. Dalam komitmen-nya mengenai poin terakhir ini



dibuktikan dengan berbagai macam penyuluhan terkait kesehatan masyarakat dan berbagai macam penyuluhan lainnya yang didukung dengan program pendukung (Michael *et al.*, 2019). Pada tahun 2017 PT. Unilever Indonesia, mampu mempertahankan kinerja yang baik dan menunjukkan kekuatan perusahaan. Unilever Indonesia mampu meraih penjualan bersih sebesar Rp 31,2 triliun dan kenaikan laba sebesar 10,1%. *Food and beverages* membukukan penjualan Rp 10,1 triliun, sedangkan *home and personal care* membukukan penjualan Rp 21 triliun.

Hemant Bakshi, Presiden dan Managing Director PT. Unilever Indonesia menyatakan, kami bersyukur bahwa meskipun dalam lingkungan yang sangat sulit bagi industri produk konsumen pada tahun 2017, Unilever Indonesia mampu mencapai pertumbuhan positif. Ekspansi ini dimungkinkan dengan strategi berpusat pada keberlanjutan, pada dasarnya menjalankan bisnis secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Unilever ingin meraih kasih sayang dan rasa hormat masyarakat Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap hari. Untuk itu, kami ingin keberlangsungan Unilever memberikan manfaat tidak hanya secara komersial, tetapi juga sosial dan lingkungan. Hal ini sesuai dengan *unilever sustainable living plan*, sebuah strategi perusahaan yang bertujuan untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi sekaligus mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan manfaat bagi masyarakat. Misi pemerintah adalah menciptakan bangsa yang berkelanjutan, namun untuk mewujudkannya, pemerintah membutuhkan dukungan dari seluruh pemangku kepentingan, termasuk dunia usaha di Indonesia. Unilever menjadi bisnis yang signifikan di Indonesia yang secara aktif berkontribusi untuk mencapai tujuan SDG untuk kesehatan, besar atau dalam usaha komersial apa pun. Unilever juga berharap dapat menunjukkan bagaimana aktivitas pelaku bisnis dapat menghasilkan hasil yang positif.

Unilever meluncurkan *unilever sustainable living plan* pada tahun 2010. Unilever percaya bahwa keberlanjutan dan bisnis adalah satu dan sama, bertentangan dengan apa yang diyakini banyak pebisnis. Unilever mengevaluasi setiap faktor dengan USLP dan menciptakan perusahaan yang akan mendukung kehidupan dalam skala global. Unilever berpikir bahwa menjalankan perusahaan yang beretika adalah cara terbaik untuk berbisnis. USLP masih bekerja untuk meningkatkan kehidupan konsumen, perusahaan, dan lingkungan. Dengan fokus pada tiga tujuan utama yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kesehatan masyarakat, meningkatkan mata pencaharian masyarakat, dan mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan. Unilever Indonesia melakukan upaya yang signifikan untuk menerapkan hal ini di seluruh rantai bisnis Unilever secara keseluruhan. Dengan berkonsentrasi pada tiga tujuan utama ini. Unilever yakin dapat memperbaiki dunia.

Unilever mendirikan yayasan Unilever Indonesia sebagai wahana utama pelaksanaannya, khususnya di kalangan masyarakat (YUI). Didirikan pada 27 November 2000, tepatnya. Tujuan YUI adalah untuk menyelidiki, mengungkap, dan memberdayakan potensi masyarakat, menjadi jembatan untuk menjalin hubungan, menggabungkan kekuatan dengan semua mitra, dan menawarkan nilai kepada masyarakat. YUI didirikan bukan tanpa alasan atau tujuan.

Lifebuoy dan vixal, dua produk milik Unilever, bekerja keras untuk mencapai tujuan kesehatan dengan menurunkan prevalensi penyakit seperti *pneumonia* dan diare yang dapat dicegah dengan menjalani gaya hidup sehat dan bersih. Lebih dari 600 juta orang telah mendapatkan manfaat dari bantuan Unilever sejak didirikan dalam hal kesehatan dan kebersihan. Khusus untuk Indonesia, Unilever telah mendorong 90 juta individu untuk mengadopsi praktik gaya hidup sehat. Unilever telah membuat komitmen untuk mengurangi dampak lingkungan dari memproduksi dan menggunakan barang-barangnya hingga setengahnya pada tahun 2030. Tujuan barang-barang Unilever seperti

pepsodent, wipol, vixal, lifebuoy, dan vaseline adalah untuk meningkatkan kesehatan dan yang lebih penting menyelamatkan nyawa. Sebagai bagian dari upaya Unilever untuk mendukung masyarakat yang sehat dan bersih, berbagai kegiatan telah dilakukan, mulai dari program sekolah sehat hingga perbaikan gizi generasi muda tanah air. Upaya Unilever untuk mencapai SDGs dengan tujuan mempromosikan kesehatan dan kesejahteraan yang prima dengan memenuhi KPI pembiayaan kesehatan dan menawarkan kontribusi yang berbeda kepada petugas kesehatan.

Misi global Unilever adalah untuk mempromosikan kehidupan yang berkelanjutan. Sejak awal perusahaan, Unilever telah mengutamakan keberlanjutan. Pada tahun 2021, PT Unilever Indonesia Tbk mencatatkan penjualan bersih sebesar Rp39,5 triliun, turun 8% dari Rp42,9 triliun pada tahun sebelumnya. Dengan kenaikan 1,4 persen, sektor makanan & minuman menjadi pendorong utama penjualan. Laba bersih Unilever Indonesia turun 19,7% menjadi Rp 5,7 triliun seiring penurunan penjualan. Bisnis tetap membukukan laba bersih Rp 7,1 triliun pada 2020. Lonjakan kasus Covid-19 pasca libur tahun baru dan Idul Fitri, serta munculnya varian delta, berdampak pada kesuksesan perusahaan pada tahun 2021. PPKM diberlakukan selama beberapa bulan akibat keadaan ini di berbagai tempat di Indonesia.

Kegiatan ekonomi terhambat oleh PPKM, yang pada akhirnya berdampak pada daya beli konsumen, khususnya di ceruk pasar tempat Unilever Indonesia bersaing. Selain itu, harga sejumlah komoditas yang dijadikan bahan baku oleh Unilever Indonesia, seperti minyak mentah dan minyak sawit, meningkat signifikan sejak tahun 2020. Pencapaian Unilever Indonesia dalam menghadapi rintangan berat tersebut sungguh memberikan harapan untuk masa depan. Untuk itu, Unilever Indonesia akan terus mempromosikan berbagai produk dengan prospek yang sangat baik, seperti kategori *food & refreshment* yang berhasil mendongkrak penjualan di tahun 2021.

## **2. Dampak Covid-19 pada Perekonomian Indonesia**

Pada tahun 2019 terdapat sebuah wabah atau pandemi Covid-19 telah melanda dunia, termasuk Indonesia. Pandemi Covid-19 ini merupakan sebuah wabah virus yang berasal dari virus SARS-Cov-2 yang mana masih bagian dari keluarga virus SARS dan MERS. Namun virus Covid-19 ini memiliki tingkat penularan yang lebih tinggi dibanding virus SARS dan MERS. Virus SARS-Cov-2 merupakan virus yang menyebabkan permasalahan pernafasan. Dalam penularan Covid-19 ditandai dengan beberapa gejala seperti demam, batuk, nyeri tulang, dan sesak nafas. Namun ada beberapa penderita yang terjangkit Covid-19 melaporkan bahwa memiliki gejala lain seperti hilangnya indera penciuman dan perasa. Kasus Covid-19 pertama kali ditemukan di China tepatnya di wilayah Wuhan. Sampai akhirnya Covid-19 dikatakan meledak pada per-tengahan 2019, dimana Covid-19 benar-benar telah menyebar ke seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia. Dengan cepatnya penularan dari Covid-19 membuat pandemi Covid-19 ini menjadi sulit untuk dikendalikan. Terlebih dalam beberapa kasus Covid-19 ini menjadi lebih berbahaya ketika yang terjangkit seseorang yang sudah memasuki umur lanjut, karena banyak kasus yang mana jika lansia yang terkena maka lebih sulit untuk disembuhkan dan banyak yang berujung kematian. Dengan berbagai macam kasus yang terus terjadi akibat Covid-19 mengharuskan pemerintah Indonesia untuk mengupayakan berbagai macam hal untuk dapat mengontrol dan menurunkan penyebaran Covid-19 yang melanda Indonesia (Aeni, 2021).

Untuk menekan dan mengontrol angka kenaikan kasus Covid-19, pemerintah Indonesia membuat sebuah kebijakan berupa pembatasan kegiatan masyarakat. Kebijakan tersebut dikenal oleh masyarakat dengan PPKM atau pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. Dalam pelaksanaannya PPKM berupa pembatasan kegiatan masyarakat

dalam ruang sosial seperti pasar, tempat pendidikan, tempat ibadah, dan lainnya. Kebijakan tersebut dibentuk dengan tujuan untuk memutus penyebaran Covid-19 dengan cara mengurangi kerumunan dan kontak langsung antar manusia di ruang sosial agar tidak tertular oleh penderita Covid-19 karena penularan Covid-19 bukanlah melalui udara, akan tetapi penularan Covid-19 melalui permukaan-permukaan benda atau fisik seseorang yang menjadi inang virus tersebut. Dengan begitu, kebijakan terkait pembatasan kegiatan masyarakat diharapkan dapat menjadi jalan utama untuk memutus rantai penyebaran virus Covid-19 yang sedang melanda Indonesia (Julia Mahadewi, 2021). Namun kebijakan PPKM yang dibuat oleh pemerintah Indonesia bagaikan pedang bermata dunia. Kebijakan PPKM mampu mengurangi dan mengontrol kasus penyebaran Covid-19 akan tetapi membuat timbulnya suatu permasalahan baru, khususnya dibidang ekonomi. Dengan adanya PPKM yang mengharuskan masyarakat untuk mengurangi kegiatan kerumunan ditempat jalannya jual beli seperti pasar, tempat pariwisata, dan lainnya, maka membuat perekonomian Indonesia terganggu. PPKM yang dicetuskan oleh pemerintah justru mengganggu roda perekonomian karena para pedagang kesulitan dalam menjajakan barang dagangannya akibat sedikitnya pengunjung yang datang akibat adanya pembatasan kegiatan masyarakat. Dengan begitu tentunya membuat para pedagang tidak bisa mendapatkan keuntungan yang menyebabkan pedagang tidak bisa memutarakan uangnya kembali untuk memenuhi kebutuhan dagangannya karena hasil yang tidak seberapa banyak cukup untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari para pedagang. Tidak berhenti disana, PPKM juga membuat banyak sekali para pekerja yang di PHK atau diberhentikan secara paksa. Hal itu terjadi karena adanya pembatasan kegiatan masyarakat yang juga membatasi akses masyarakat dalam berbagai macam hal tentunya itu juga memberikan dampak kepada perusahaan sehingga mengharuskan untuk mengurangi para pekerja demi mempertahankan usahanya di masa pandemi yang sedang melanda Indonesia.

Kasus Covid-19 pertama di Indonesia tercatat pada Maret 2020, namun pertumbuhan untuk kuartal pertama 2020 turun dari rata-rata tahunan naik 5,0 persen menjadi 3,0 persen. Setelah itu, terjadi penurunan berurutan sebesar 5,3 persen pada triwulan II-2020 dan 3,5 persen pada triwulan III-2020 sehingga total meningkat menjadi -2,0 persen. Dampak pandemi terhadap aktivitas komersial telah menyebabkan penurunan konsumsi swasta, investasi, dan ekspor. Akibatnya, pengeluaran pemerintah dan penurunan tajam dalam permintaan impor menjadi pendorong utama pembangunan ekonomi. *Foreign direct investment* (FDI) menurun secara signifikan di akun eksternal, yang diperburuk oleh arus keluar investasi portofolio sebesar USD 7,7 miliar saja di bulan maret. Setelah krisis keuangan asia 1998, ini adalah arus keluar bulanan terbesar yang pernah terjadi. Namun hal ini dengan cepat diimbangi oleh surplus perdagangan yang cukup besar mulai Mei 2020 dan penerbitan obligasi korporasi asing senilai USD 7,5 miliar, yang mengarah pada penurunan defisit transaksi berjalan dari 2,7 persen dari PDB pada paruh pertama tahun 2019 menjadi 1,2 persen dari PDB pada tahun periode yang sama tahun 2020. Cadangan Devisa (FX) turun USD 10,7 miliar selama kuartal pertama tahun 2020, mencapai level terendah USD 121 miliar, sebelum terus meningkat menjadi USD 137 miliar pada Agustus 2020.

Lingkungan inflasi yang rendah mendorong Bank Indonesia untuk menurunkan suku bunga kebijakannya sebesar 100bps selama 4 tinjauan suku bunga berturut-turut. Imbal hasil obligasi pemerintah 10 tahun menurun sebagai akibatnya, turun dari tertinggi 7,9 persen di bulan maret menjadi 6,8 persen di bulan Juli. Selain itu, hal ini menyebabkan penurunan suku bunga simpanan dan pinjaman bank, namun karena permintaan yang lesu, pinjaman bank tetap tidak berubah.



Indonesia negara kepulauan yang beragam dengan lebih dari 300 kelompok etnis, memiliki ekonomi terbesar di Asia Tenggara dan memiliki perkembangan ekonomi yang luar biasa sejak muncul dari krisis keuangan Asia pada akhir 1990-an. Dalam hal paritas daya beli, Indonesia memiliki populasi tertinggi keempat di dunia dan ekonomi terbesar kesepuluh secara keseluruhan. Selain itu, Indonesia telah membuat kemajuan yang signifikan dalam mengurangi kemiskinan, dengan tingkat kemiskinan negara turun lebih dari 50% pada tahun 1999 menjadi di bawah 10% pada tahun 2019, tepat sebelum epidemi Covid-19 melanda. Dengan asumsi Presidensi G20 tahun ini, Indonesia mendesak negara-negara lain untuk bekerja sama dalam membangun pemulihan yang lebih kuat dan lebih tahan lama dari dampak pandemi.

Rencana pertumbuhan ekonomi Indonesia selama 20 tahun berlangsung dari tahun 2005 hingga 2025. Rencana tersebut dibagi menjadi lima rencana pembangunan jangka menengah Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN), masing-masing dengan serangkaian prioritas pembangunan tertentu. Tahap akhir dari rencana 20 tahun adalah rencana pembangunan jangka menengah saat ini. Dengan meningkatkan sumber daya manusia dan daya saing bangsa di pasar internasional, diharapkan dapat lebih meningkatkan perekonomian Indonesia. Sebagai akibat dari dampak pandemi terhadap perekonomian, klasifikasi Indonesia sebagai negara berpenghasilan menengah-atas berubah menjadi kategori berpenghasilan menengah-bawah pada Juli 2021. Tingkat kemiskinan yang mencapai rekor terendah 9,2 persen pada September 2019 sebagian dibalik oleh pandemi naik menjadi 9,7 persen pada September 2021.

PDB Indonesia diperkirakan akan meningkat sebesar 5,1 persen pada tahun 2022 karena ekonomi negara saat ini dalam pemulihan dan didukung oleh peningkatan ekspor komoditas dan strategi fiskal yang fleksibel untuk menghadapi pandemi. Namun, pemulihan mungkin terhambat oleh kondisi global yang lebih sulit dan dampak Covid-19 yang bertahan lama.

Angka stunting di Indonesia berhasil diturunkan dari 37 persen pada tahun 2013 menjadi sekitar 24,4 persen pada tahun 2021. Untuk memastikan pengembangan sumber daya manusia yang kuat dan produktif, upaya tambahan harus dilakukan. Menurut *human capital index* bank dunia, generasi penerus bangsa Indonesia akan menderita akibat kurangnya pendidikan akibat penutupan sekolah selama wabah Covid-19.

Bank dunia membantu Indonesia dalam tanggap darurat Covid-19, yang mencakup penguatan komponen respons pandemi, mendukung program vaksinasi gratis pemerintah, meningkatkan bantuan sosial dan sistem perawatan kesehatan, serta mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan ketahanan sektor keuangan. Perubahan iklim diproyeksikan akan mempengaruhi kemampuan Indonesia untuk mengakses air, kesehatan dan gizi, pengurangan risiko bencana, dan pertumbuhan perkotaan, terutama di wilayah pesisir, dengan konsekuensi ketimpangan dan kemiskinan. Lahan gambut tropis terluas di dunia (14,9 juta hektar), hutan bakau, dan hutan hujan tropis terluas ketiga di dunia, semuanya terdapat di Indonesia (3,31 juta hektar). Sejumlah besar karbon tersimpan dalam sumber daya alam ini, yang membantu mengurangi dampak perubahan iklim dan mendorong pertumbuhan jangka panjang Indonesia. Untuk mencapai aksi iklim yang efektif di bidang penggunaan lahan, lautan, dan energi serta dengan memobilisasi pembiayaan iklim, bank dunia mendukung inisiatif mitigasi dan adaptasi iklim Indonesia. Dukungan untuk program mangrove nasional pemerintah dan desain serta implementasi perangkat penetapan harga karbon adalah salah satu operasi bank dunia, yang penting dalam mengumpulkan dana untuk aksi iklim.

### **3. Peran Unilever Dalam Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi**

Indonesia saat ini telah berhasil melewati masa-masa sulit yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 yang mengharuskan Indonesia menerapkan PPKM dimana membuat para pelaku ekonomi menjadi terganggu karena sedikitnya pemasukan didapat sehingga membuat perekonomian Indonesia cukup terganggu. PT. Unilever Indonesia yang selalu berkontribusi pada Indonesia sedari dahulu ingin selalu memberikan kontribusi yang baik untuk Indonesia hingga saat ini. Bantuan yang diberikan oleh Unilever Indonesia telah dijalankan sejak awal pandemi melanda Indonesia. Unilever telah memberikan dana kepada pemerintah untuk membantu menangani pandemi di Indonesia sebesar Rp. 200 miliar. Unilever Indonesia selalu memegang teguh komitmen-nya untuk selalu memenuhi dan membantu kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia melalui produknya, Unilever juga selalu memberikan donasi kepada masyarakat yang membutuhkan. Bantuan diberikan oleh Unilever dibagikan secara merata kepada setiap lembaga, pemerintah, dan masyarakat demi kelancaran menangani pandemi Covid-19 ini (Unilever Indonesia, 2020).

Peran Unilever dalam penanganan pandemi Covid-19 di Indonesia cukup besar. Unilever selalu membantu dari segala sisi kepada Indonesia sampai saat ini. Dibalik penanganan pandemi Covid-19 di Indonesia yang mulai membaik, terdapat permasalahan lain yang timbul yaitu bidang ekonomi. Bidang ekonomi sangat terdampak karena banyak sekali pelaku ekonomi yang terganggu dimana penghasilan tidak sebanding dengan biaya hidup selama masa pandemi hingga pasca pandemi saat ini. Dari awal terjadinya pandemi banyak sekali pelaku ekonomi yang mengalami kebangkrutan dan banyak pekerja yang diberhentikan secara paksa. Dengan begitu hal ini menarik perhatian dari Unilever Indonesia karena ini menjadi suatu masalah ekonomi di Indonesia, dengan begitu Unilever Indonesia membangun sebuah upaya untuk membantu masyarakat Indonesia untuk menggerakkan roda ekonomi Indonesia kembali. Adapun upaya yang diberikan oleh PT. Unilever Indonesia yaitu:

#### **a. Memberikan Bantuan Dana Kepada UMKM**

Dampak pandemi Covid-19 yang cukup besar dirasakan juga bagi para pelaku usaha masyarakat kecil menengah (UMKM). Pendapatan selama masa pandemi tidak sebanding dengan pengeluaran untuk modal dalam memenuhi kebutuhan dagangnya, banyak sekali pelaku UMKM yang memilih untuk menutup usahanya karena pemasukan yang kecil selama masa pandemi. Permasalahan ini jelas bukan permasalahan kecil karena UMKM memiliki bagian penting pada roda perekonomian Indonesia. Melihat hal ini Unilever Indonesia tergerak untuk ikut berperan bersama pemerintah untuk menangani permasalahan UMKM yang terdampak pandemi. Unilever Indonesia menganggap gotong royong untuk menguatkan UMKM merupakan hal yang penting karena UMKM juga bagian dari Unilever Indonesia. Dengan begitu Unilever memberikan bantuan dana sebesar 40 Miliar rupiah kepada 147.000 pelaku UMKM yang didapat dari keuntungan Unilever Indonesia agar dapat tetap menjalankan usahanya di masa pasca pandemi sehingga perekonomian Indonesia mampu pulih kembali (Reza, 2020).

#### **b. Memberikan E-Kupon Diskon Terhadap Produk Unilever Melalui Aplikasi Sahabat Warung**

Aplikasi Sahabat Warung merupakan sebuah aplikasi berbelanja *online* yang berisikan barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari seperti sembako dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Dalam hal ini Unilever Indonesia melihat adanya sebuah jalan untuk membangun perekonomian Indonesia pasca pandemi khususnya bagi para pelaku rumah tangga dan para pelaku UMKM. Dengan begitu Unilever Indonesia mengambil jalan kerja sama dengan membuat sebuah kupon elektronik untuk memberikan potongan harga terhadap produk-produk dari Unilever, serta menyediakan layanan bebas antar

barang kebutuhan yang dibeli melalui aplikasi Sahabat Warung. Tentunya dengan adanya inovasi seperti ini Unilever berharap dapat membantu dan meringankan para pelaku UMKM dan pemenuhan kebutuhan rumah tangga masyarakat agar bisa selalu terpenuhi ditengah permasalahan ekonomi tanpa harus takut dengan biaya yang tinggi (Unilever Indonesia, 2020).

Peranan Unilever Indonesia dalam pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi cukup penting dan memberikan keringanan kepada seluruh pihak yang terdampak pandemi beberapa tahun lalu, dimana ekonomi sangat terdampak karena banyak sekali kebijakan pemerintah Indonesia yang dibuat untuk memutus rantai pandemi namun memiliki dampak yang buruk terhadap sektor ekonomi. Unilever Indonesia melihat permasalahan ekonomi yang terjadi harus segera diselesaikan karena akan semakin menyulitkan masyarakat seperti para pelaku UMKM dan pelaku rumah tangga sehingga Unilever Indonesia segera mengambil tindakan berupa pemberian bantuan kepada pelaku UMKM dan pelaku rumah tangga agar bisa tetap hidup dimasa yang sulit ini.

Selain itu, Unilever juga berkontribusi melalui investasi di Indonesia. Menurut perwakilan dari perusahaan cabang Indonesia, Unilever Indonesia berencana untuk berinvestasi 2,5 triliun rupiah (\$175,44 juta) di *special economic zone* (SEZ) di Sei Mangkei, Sumatera Utara. Arif Hudaya, direktur keuangan di PT Unilever Indonesia, mengatakan dalam sebuah pernyataan bahwa perusahaan barang-barang konsumen yang bergerak cepat bermaksud untuk memperluas fasilitas oleokimia, yang berpotensi mempekerjakan 600 karyawan baru secara langsung dan berpotensi menghasilkan 6.000 lapangan kerja baru. Pada kuartal I 2022, PT Unilever Indonesia mencatatkan penjualan bersih sebesar Rp 10,8 triliun. Jumlah ini meningkat 5,8% tahun ke tahun atau 13,9% kuartal ke kuartal.

Unilever Indonesia juga berhasil mencapai peningkatan laba bersih 19% tahun ke tahun dengan laba Rp 2 triliun. Menurut Ira Noviarti, Presiden Direktur Unilever Indonesia, perkembangan perusahaan pada kuartal pertama tahun 2022 didorong oleh upaya untuk membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang, yang telah difokuskan dan terus dilakukan sejak pertengahan tahun 2021.

Kebangkitan ekonomi Indonesia dan peningkatan mobilitas penduduk, yang telah meningkatkan daya beli konsumen, keduanya membantu hal ini. Ini adalah awal yang baik untuk Unilever Indonesia di tahun 2022, dan kami berharap semuanya berjalan lebih baik dari sini. Perusahaan dengan skala kami harus memiliki fundamental yang kuat agar *return to growth* ini dapat berlanjut, kata Ira dalam keterangan tertulis yang dikutip di Jumat, 29 April. Tim Unilever Indonesia menekankan nilai memperkuat fundamental bisnis yang terkonsentrasi pada tiga pilar seperti memperkuat fondasi di *distributive trade*, memperkuat saluran perdagangan modern dan saluran masa depan (*e-commerce*), dan meningkatkan investasi dan kekuatan di kategori dan merek kunci. Pengembangan Unilever Indonesia bergantung pada penguatan dasar-dasar ini.

*Distributive trade* Unilever Indonesia memiliki pertumbuhan dua digit pada kuartal ini sementara saluran *e-commerce* meningkatkan kinerjanya empat kali lipat dengan berkembang sebesar 100%. Divisi Food, Beverage, Personal Care, dan Unilever *Foods Solution* (UFS) berhasil mendorong ekspansi perusahaan. Unilever Indonesia mengumumkan sejumlah inovasi pada kuartal I 2022 yang sesuai dengan *key plan* Unilever Indonesia untuk pengembangan portofolio ke dalam kategori premium dan *value* serta *fortifying the core*. Selain itu, Unilever Indonesia telah berkonsentrasi pada penerapan lima taktik utama sejak pertengahan tahun lalu dalam upaya untuk memenangkan turnamen meskipun beberapa kendala. dengan meningkatkan dan memaksimalkan potensi merek-merek penting dan barang-barang penting melalui inisiatif pemasaran mutakhir. Untuk mencatat bahwa sektor premium dan nilai ditambahkan,

menumbuhkan dan meningkatkan penawaran. meningkatkan saluran utama (GT dan *modern trade*) dan kepemimpinan saluran masa depan (*e-commerce*), mempraktikkan *e-everything* secara menyeluruh, menetapkan standar untuk kemampuan digital dan berbasis data. Terus dorong batas-batas untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan. Untuk beradaptasi dengan perubahan keadaan eksternal, perlunya konsistensi dalam penggunaan strategi. Hasil kuartal pertama 2022, menurut pendapat Unilever Indonesia, menunjukkan bahwa lima strategi utama berada di jalur yang tepat.

## **Kesimpulan**

Unilever Indonesia merupakan salah satu MNC besar yang ada di Indonesia. Unilever Indonesia hadir tidak hanya dengan tujuan bisnis saja, akan tetapi Unilever Indonesia juga membawa tujuan mulia yang mana ingin memajukan kesejahteraan masyarakat Indonesia dan menciptakan kehidupan yang selalu memiliki pandangan hidup yang maju agar tercipta kehidupan yang baik. Unilever Indonesia selalu berupaya untuk melakukan yang terbaik kepada masyarakat Indonesia agar tercipta suatu hubungan yang baik antara Unilever dengan masyarakat Indonesia. Tujuan-tujuan mulia dari Unilever tersebut dilaksanakan melalui CSR.

Pemangku kepentingan seperti pemerintah, juga terlibat dalam pelaksanaan program CSR selain perusahaan dan masyarakat. Pemerintah di negara ini memiliki dua tugas dalam hal tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan. Pertama, pemerintah adalah struktur yang mengamankan CSR untuk setiap perusahaan, tanpa kecuali, dan kedua, pemerintah tidak memiliki kendali atas inisiatif CSR yang dijalankan oleh bisnis swasta. Negara tempat perusahaan berada menentukan seberapa besar peran pemerintah dalam inisiatif CSR. Namun, merupakan kebutuhan bagi bisnis yang berakar di Indonesia untuk terlibat dalam upaya CSR bagi yang menggunakan sumber daya alam baik secara langsung maupun tidak langsung di dalam operasi. Dalam perjalanannya selama pandemi Covid 19, dapat dilihat bahwa Unilever berupaya melihat keadaan masyarakat Indonesia dengan membantu sedikit demi sedikit perekonomian negara melalui UMKM dengan memberi bantuan dana yang harapannya dapat kembali normal pasca pandemi. Selain itu juga, berbagai produk Unilever dengan sengaja meringankan pelaku UMKM dengan membebaskan biaya-biaya tertentu dan memberi potongan harga yang tidak sedikit. Hal ini pun menjadi bagian dari program CSR yang mana mencakup segala macam inisiatif yang dilakukan Unilever untuk membangun hubungan positif dengan masyarakat setempat.

Unilever Indonesia juga memiliki peran penting dalam penanganan pandemi di Indonesia. Unilever Indonesia telah memberikan berbagai macam bantuan kepada pemerintah Indonesia untuk mempercepat penanganan pandemi di Indonesia. Peran Unilever Indonesia terus berjalan hingga pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi dengan memberikan bantuan kepada para pelaku ekonomi agar usaha yang dijalankan bisa terus berjalan sehingga ekonomi Indonesia bisa kembali membaik. Investasi-investasi yang dilakukan oleh Unilever sangat berpengaruh dengan pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi. Dengan demikian, Unilever Indonesia berada di jalur yang benar untuk mencapai pengembangan perusahaan yang stabil, berdaya saing tinggi, bermanfaat secara finansial, dan bertanggung jawab secara sosial. Harapan Unilever Indonesia kedepannya seperti mobilitas terus meningkat, ekonomi bangsa menguat, dan dapat terus berkembang dengan rakyat Indonesia.

## **Daftar Pustaka**

Aeni, N. (2021). Pandemi COVID-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi, & Sosial. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 17(1), 17–34.

- Ashari, K. (2020a). *Kamus Hubungan Internasional dan Diplomasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ashari, K. (2020b). *Kamus Hubungan Internasional dan Diplomasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gilpin, R. (2008). *Global political economy: Understanding the international economic order*.
- Habir, M. T., & Wardana, W. (2020). COVID-19's impact on Indonesia's economy and financial markets.
- Iswahyudi, H. (2021). The persistent effects of COVID-19 on the economy and fiscal capacity of Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 29(2), 113-130.
- J Mahadewi, K. J. (2021). Kebijakan Pelaksanaan PPKM Darurat untuk Penanganan Covid-19 Dalam Tatanan Kehidupan Era Baru di Provinsi Bali. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 9(10), 1879-1895.
- Kurniawan, D. (2022). *Unilever Indonesia, Manufacturer Of Lifebuoy, Pepsodent, Walls Ice Cream Etc. Raised Sales Of IDR 10.8 Trillion And Profit Of IDR 2 Trillion In First Quarter 2022*. Voi.Id. <https://voi.id/en/economy/163301/unilever-indonesia-produsen-lifebuoy-pepsodent-es-krim-walls-dll-raup-penjualan-rp10-8-triliun-dan-laba-rp2-triliun-di-kuartal-2022>
- Michael, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 23-31.
- Mubarok, M. H. (2014). Strategi Pertumbuhan Unilever Indonesia dalam Mewujudkan Nilai Berkelanjutan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 2(1), 101-114.
- Mutiara, P. (2020). *Menko PMK Ajak Kementerian/Lembaga Sosialisasi dan Terapkan Kebijakan PSBB*. Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia Dan Kebudayaan RI. <https://www.kemenkopmk.go.id/menko-pmk-ajak-kementerianlembaga-sosialisasi-dan-terapkan-kebijakan-psbb>
- Nisa, D. K., Paksi, A. K., Hutami, A. N., & Fadilla, Q. Y. (2021). Unilever's contribution to achieving sustainable development goals 3 in Indonesia. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 316, p. 01023). EDP Sciences.
- Reza. (2020). *Kolaborasi Pemerintah dan Unilever Indonesia Bisa Bangkitkan UMKM di Masa Pandemi*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4387956/kolaborasi-pemerintah-dan-unilever-indonesia-bisa-bangkitkan-umkm-di-masa-pandemi>
- Rezza, M. (2019). Corporate Social Responsibility Multinational Corporations di Indonesia, Sudahkah Mendukung Sustainable Development Goals. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 8(1), 1-28.
- Risal, M. (2018). Multinational Corporations (MNC) Perkebunan Kelapa Sawit Di Kalimantan Timur: Dampak Aspek Lingkungan, Sosial Budaya, dan Ekonomi. *Jurnal Hubungan Internasional Interdependence*, 3(1).
- Rumansi, C. (2005). *Dampak Operasional Multinational Corporation ( MNC ) terhadap masyarakat lokal : studi kasus PT Freeport Indonesia di Kabupaten Mimika-Papua periode 2001-2005 = The impact of multinasionaln corporayion operations toward local community : case study PT Fre*.
- Sampurna, R. H. (2019). A critical review of the impact of multinational corporations (MNCS) on Indonesian economy. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 9(1), 221-233.



- Schermerhorn, J. R. (1993). *Management for Productivity*: John Willey & Sons. *Inc., United States of America*.
- Solihin, D. (2020). ANALISIS PROFITABILITAS PT UNILEVER INDONESIA Tbk. *RJABM (Research Journal of Accounting and Business Management)*, 4(1), 7-14.
- Suryana, M. (2012). Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 1-243.
- The World Bank. (2022). *The World Bank in Indonesia*. <https://www.worldbank.org/en/country/indonesia/overview>
- Ungku, F. (2021). *Unilever to invest \$175.4 mln in Indonesian special economic zone*. Reuters.Com. <https://www.reuters.com/article/indonesia-palm-unilev-idUSL2N2NQ053>
- Unilever Indonesia. (n.d.). *Unilever Indonesia Foundation*. Unilever.Co.Id. Retrieved April 20, 2022, from <https://www.unilever.co.id/unilever-indonesia/planet-society/unilever-indonesia-foundation/>
- Unilever Indonesia. (2020a). *Unilever Indonesia Dukung Pemerintah: Masyarakat Sehat, Sejahtera, Maju Pasca Pandemi*. Unilever.Co.Id. <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2020/unilever-indonesia-dukung-pemerintah/>
- Unilever Indonesia. (2020b). *Unilever Indonesia sumbang tambahan modal untuk 147,000 Pedagang Warung*. Unilever.Co.Id. <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2020/unilever-indonesia-sumbang-tambahan-modal/>
- Unilever Indonesia. (2022). *Tentang Unilever Indonesia*. Unilever.Co.Id. <https://www.unilever.co.id/our-company/tentang-unilever-indonesia/>
- Widjaja, A. (1979). Dampak Kegiatan Perusahaan Multinasional terhadap Keadaan Sosial dan Politik di Indonesia. *Economics and Finance in Indonesia*, 27, 485-499.
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak covid-19 terhadap ekonomi indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384-388.
- Yuswihady. (2021). *Consumer Megashifts 100 Post-Pandemic*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.