

## **BAB IV PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Sebuah musibah yang tidak dapat diketahui secara pasti kapan musibah tersebut akan datang akan menjadi tantangan bagi negara dalam menjaga *health security* manusia didalamnya. Kesiapan siagaan dalam menghadapi musibah harus selalu diterapkan supaya tidak terjadi kelalaian dalam menjaga *health security* manusia. Dalam menjaga *health security*, negara tidak bekerja sendiri melainkan akan dibantu oleh organisasi maupun korporasi yang ada didalamnya. Dalam studi kasus di Indonesia dalam menangani COVID-19, negara dibantu oleh perusahaan luar negeri atau *Multinational Corporation* (MNC) yang ikut turun tangan dalam menangani wabah di Indonesia. MNC memiliki tujuan berupa membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam negara, menciptakan lapangan kerja dan meraih perkembangan teknologi. Kehadiran modal asing dalam bentuk *Multinational Corporation* diharapkan menumbuhkan/melahirkan usaha-usaha lain yang mendorong berkembangnya industri di negaranya (*forward linkage and backward linkage*). Karena MNC ini adalah perusahaan yang dimana perusahaan pasti memiliki prinsip meminimalisir kerugian, maka MNC harus turun tangan untuk menstabilkan apa yang terjadi di host state mereka. Dalam kasus ini, Unilever sebagai MNC bergerak membantu Indonesia dalam menangani wabah COVID-19 dengan tanggung jawab perusahaan yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dalam menghadapi masalah *health security* di Indonesia maka Unilever yang terkenal dengan produknya berlabel “anti bakteri”, memiliki sebuah strategi yang dijalankan melalui tanggung jawab perusahaan (CSR) juga dapat sebagai media promosi secara tidak langsung. Dalam penerapan tanggung jawabnya, Unilever berusaha menciptakan kestabilan di Indonesia dengan *philanthropic responsibility*, dimana tanggung jawab tersebut bisa langsung dirasakan oleh masyarakat sehingga dapat membangkitkan harapan masyarakat dari wabah COVID-19. Terdapat tiga kegiatan *philanthropic responsibility* yang dilakukan oleh Unilever antara lain dengan melakukan donasi untuk membangun kembali semangat masyarakat, pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dan pembangunan infrastruktur untuk mewujudkan CSR yang *sustainability* sehingga dapat mengembalikan kestabilan *health security* masyarakat di Indonesia. Setelah kurang lebih 2 tahun lamanya hingga COVID-19 dinyatakan berakhir, implementasi Unilever telah memiliki dampak yang positif terhadap masyarakat Indonesia. Menumbuhkan kemandirian masyarakat serta mewujudkan kebiasaan baru yang baik dalam menjaga kesehatan merupakan tujuan akhir dari implementasi CSR yang dilakukan Unilever dalam menangani wabah COVID-19 di Indonesia.

#### **4.2 Saran**

Peneliti berharap hubungan MNC dengan negara *host* selalu memiliki hubungan timbal balik yang baik dalam menjalankan CSR-nya, mengingat bahwa peran MNC dalam negara tidak hanya sekedar membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam negara, menciptakan lapangan kerja dan meraih

perkembangan teknologi saja, melainkan berperan penting dalam membantu host state ketika terdapat masalah yang dapat menggoyahkan kestabilan negara tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan baik dari segi penulisan, kajian, referensi, dan lain sebagainya dalam pembahasan implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan multinasional terhadap *host state*. Penulis berharap dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat dan inspiratif bagi pembaca dalam mengkaji isu-isu terkait hubungan internasional lainnya. Selain itu, penulis juga berharap semakin banyak penelitian mengenai implementasi CSR yang dilakukan oleh MNC terhadap negara *host*.