

**PENGARUH BUDAYA DAN DUKUNGAN PERUSAHAAN GLOBAL
TERHADAP LGBTQ TERHADAP PENINGKATAN PERFORMA
KEUANGAN PERUSAHAAN GLOBAL**

(Skripsi)

**Oleh
DHANIEL DEVA AFRIAN
1616071031**



**Fakultas Ilmu Sosial dan IlmuPolitik
Universitas Lampung
Bandar Lampung
2022**

ABSTRAK

PENGARUH BUDAYA DAN DUKUNGAN PERUSAHAAN GLOBAL TERHADAP LGBTQ TERHADAP PENINGKATAN PERFORMA KEUANGAN PERUSAHAAN GLOBAL

Oleh

DHANIEL DEVA AFRIAN

Kondisi perdagangan internasional yang kian kompetitif mendorong perusahaan global tidaklagihanya memaksimalkan kualitas ataupun kuantitas komoditas mereka. Perusahaan global mulai fokus terhadap elemen nilai yakni dengan membentuk dan mempromosikannya. Perusahaan umumnya akan memposisikan dirinya dengan nilai yang dapat diterima oleh pasar, namun beberapa perusahaan memilih nilai *LGBTQ*. Nilai yang membawa perdebatan di sebagian pasar. Meskipun mendapatkan penolakan di sebagian pasar, uniknya beberapa performa keuangan perusahaan menunjukkan peningkatan.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh budaya dan dukungan perusahaan global terhadap LGBTQ terhadap performa keuangan perusahaan. Konsep yang akan digunakan pada penelitian ini berupa budaya perusahaan dan performa keuangan perusahaan, dengan pendekatan kuantitatif serta analisis *partial least square path modelling* (PLS-SEM), jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder.

Hasil analisis penelitian ini mengungkap bahwa dari empat variabel independen hanya dua variabel yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan performa perusahaan yakni hanya budaya perusahaan LGBTQ dan tantangan perusahaan di *Homecountry*. Rezim perusahaan LGBTQ dan dukungan perusahaan atas LGBTQ dinyatakan tidak memiliki pengaruh terhadap peningkatan performa perusahaan.

Kata Kunci : Dukungan Terhadap LGBTQ, Performa Keuangan Perusahaan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF GLOBAL CORPORATE CULTURE AND SUPPORT FOR LGBTQ ON IMPROVEMENT OF GLOBAL CORPORATE FINANCIAL PERFORMANCE

Author

DHANIEL DEVA AFRIAN

The increasingly competitive condition of international trade encourages global companies to no longer only maximize the quality or quantity of their commodities. Recently, they are starting to focus on the element of value, it is by forming and promoting it. Companies will generally position themselves with values that are acceptable to the market, but some companies choose LGBTQ values. A value that brings debate in the market. Despite the rejection in some markets, some of the company's unique financial performance showed an improvement.

The purpose of this research was to analyze the influence of global corporate culture and support on LGBTQ on company financial performance. The concept used was in the form of corporate culture and company financial performance, with a quantitative approach and partial least square path modelling (PLS-SEM) analysis, the type of data in this research was secondary data.

The results of this research analysis revealed that of the four independent variables, only two variables had an influence on improving company performance, namely only LGBTQ company culture and corporate challenges at Homecountry. The LGBTQ corporate regime and corporate support for LGBTQ were stated to have no effect on improving company performance.

Keywords : LGBTQ Support, Corporate Financial Performance.

**PENGARUH BUDAYA DAN DUKUNGAN PERUSAHAAN GLOBAL
TERHADAP LGBTQ TERHADAP PENINGKATAN PERFORMA
KEUANGAN PERUSAHAAN GLOBAL**

Oleh

DHANIEL DEVA AFRIAN

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL**

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

2022

Judul Skripsi : **PENGARUH BUDAYA DAN DUKUNGAN PERUSAHAAN GLOBAL TERHADAP LGBTQ TERHADAP PENINGKATAN PERFORMA KEUANGAN PERUSAHAAN GLOBAL**

Nama Mahasiswa : **Dhaniel Deva Afrian**

NPM : **1616071031**

Program Studi : **Hubungan Internasional**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. Komisi Pembimbing

Dr. Ari Darmastuti, M.A
NIP. 19600416 198603 2 002

Fahmi Tarumanegara, S.IP.,M.SI.,M.B.A
NIP. 19800825 201404 1 001

2. Ketua Jurusan Hubungan Internasional

Dr. Ari Darmastuti, M.A
NIP. 19600416 198603 2 002

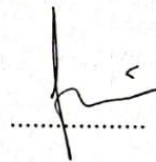
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

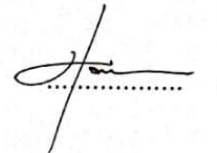
Ketua : Dr. Ari Darmastuti, M.A



Sekretaris : Fahmi Tarumanegara, S.IP., M.SI., M.B.A



Anggota : Hasbi Sidik, S.IP., M.A



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Ida Nurhaida, M.Si.
19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Agustus 2022

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi saya yang dengan judul "Pengaruh Budaya dan Dukungan Perusahaan Global Terhadap LGBTQ Terhadap Peningkatan Performa Keuangan Perusahaan Global", merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan karya orang lain. Semua tulisan yang tertuang di skripsi ini telah mengikuti kaidah penulisan karya ilmiah Universitas Lampung. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil penjiplakan atau dibuat orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar yang saya terima.

Bandarlampung, 10 Agustus 2022

Yang Menyatakan



Dhaniel Deva Afrian

1616071031

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Bandarlampung pada tanggal 19 April 1997 dan merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Jasmani dan Yunani. Pendidikan formal pertama penulis ditempuh di Taman Kanak-Kanak Kartini II Bandarlampung, kemudian dilanjutkan di SDN 1 Palapa Bandarlampung. Penulis Merupakan Alumni SMPN 9 Bandarlampung dan SMAS Perintis 1 Bandarlampung. Ketertarikan penulis mengenai hal-hal sosial, politik dan dunia internasional mendorong penulis untuk melanjutkan studi hingga perguruan tinggi. Pada 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi perwakilan jurusan hubungan internasional dalam ajang Pertemuan Nasional Mahasiswa Hubungan Internasional yang dilaksanakan di Universitas Pasundan selain itu juga pernah menjadi Ketua Divisi *Academic Affairs* Himpunan Mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional Periode 2018-2019. Penulis juga pernah aktif di bidang sosial yakni dengan menjadi relawan pada Asian Games 2018. Penulis juga pernah melakukan Pratik Kerja Lapangan di Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia pada Direktorat Jenderal Kerjasama ASEAN pada tahun 2020.

Allah Tidak Membebani Seseorang Melainkan Sesuai Dengan Kesanggupannya.

Al-Baqarah Ayat 286.

PERSEMBAHAN

Dhaniel persembahkan karya sederhana ini untuk :

Mama Yunani dan Ayah Jasmani

Adik tersayangku : Rafael Qiano Fernandes

Nenekku : Alm. Nursiah

SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat dan rahmat hidayah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi dengan judul “ pengaruh Budaya dan Dukungan Perusahaan Global Terhadap LGBTQ Peningkatan Performa Keuangan Perusahaan Global “ adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Hubungan Internasional di Universitas Lampung, Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Karomani, M.Si., selakuRektor Universitas Lampung.
2. Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selakuDekanFakultasIlmuSosial dan IlmuPolitik Universitas Lampung.
- 3.Madam Dr Ari Darmaastuti, M.A selaku Pembimbing Utama. Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Madam, karena telah membimbing Dhaniel dari awal hingga penelitian ini selesai. Madam telah banyak membantu peneliti dalam memperbaiki skripsi ini, khususnya mengenai logika berpikir dan metode peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan, dan kemudahan dalam segala urusan kepada Madam Ari, Aamiin.
- 4.Mas Fahmi Tarumanegara, S.IP., M.Si., M.B.A., selaku Pembimbing Kedua serta Dosen Pembimbing Akademik Dhaniel. Terimakasih banyak mas gara telah banyak membantu Dhaniel secara Akademik, Spritual, Material, Tenaga dll dari awal Dhaniel menjadi mahasiswa HI Unila hingga menjadi Alumni HI Unila. Terimakasih telah mengajarkan peneliti untuk terus menjadi manusia yang bermanfaat, serta terus mengajarkan peneliti untuk tidak pernah pantang menyerah. Tanpa bantuan Mas Gara, mungkin dhaniel tidak mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan Mas

Gara kesehatan, kebahagiaan, kesuksesan, sertas keberkahan dunia akhirat.

Aamiin

5. Abang Hasbi Sidik, S.IP., M.A. selaku Dosen Penguji Skripsi. Terimakasih banyak atas seluruh masukan, kritik dan ide yang telah abang berikan kepada Dhaniel. Sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Semoga Abang senantiasa diberikan kekuatan, kesehatan dan kebahagiaan. Aamiin
6. Kepada kedua orang yang paling hebat di dunia ini, ayah Jasmani dan Mama Yunani. Mohon maaf Abang lama banget mengerjakan skripsi ini. Terimakasih untuk segala doa yang tak kenal waktu, terimakasih atas dukungan yang tak pernah habis, Terimakasih telah sering banyak menguatkan Abang di proses ini. Terimakasih atas semua jerih payah Ayah dan Mama hingga Abang akhirnya berada diposisi saat ini. Kepada Adek Abang yang paling abang sayang Rafael Qiano Fernandes, Anak Baik, Adek Kebanggaan. Terimakasih telah sering menghibur abang, Maaf belum bisa jadi Abang yang sempurna buat Rafael.
8. Seluruh dosen Hubungan Internasional Universitas Lampung, Dhaniel mengucapkan banyak-banyak terimakasih atas seluruh ilmu yang telah diberikan kepada penulis baik didalam kelas maupun diluar kelas. Terkhusus Mba Pipit terimakasih banyak telah sering menemani penulis bimbingan.
9. Erni Herawati, Nabilah Audya, Suci Elvionita, Rika Alfianti dan Ruth Intan. Kepada kelima orang hebat ini, saya ucapkan terimakasih banyak, telah menemani penulis dalam proses skripsi. Kalian anak-anak baik dan hebat, Mohon maaf selama proses ini penulis sering membuat kesalahan kepada

kalian. Dhaniel berdoa untuk kebahagiaan dan kesuksesan kalian saat ini dan juga di masa depan.

10. M Rias Galih Gupawa, Sahabat terbaik yang pernah penulis miliki. Terimakasih banyak telah banyak membantu penulis, terimakasih atas waktu dan tempat yang telah diberikan khususnya ketika dimasa-masa kurang baik yang penulis hadapi. Semoga Rias selalu bahagia dan meraih seluruh impiannya.
11. Desi Natalia, Sahabat penulis sejak SMP. Terimakasih banyak sering peka, sering ngajak penulis main kita penulis lagi berada di masa-masa sulit. Penulis berdoa semoga Desi makin sukses dan makin kaya raya.
12. Staff Jurusan, Dekanat, Universitas terimakasih telah berperan dan membantu penulis dalam segala urusan administrasi yang diperlukan
13. Teman-teman Hubungan Internasional angkatan 2016. Terimakasih sudah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis. Terimakasih sudah berbagai tawa, cerita dan kesulitan bersama. Maaf jika selama ini penulis pernah melakukan perbuatan maupun perkataan yang kurang mengenakan, sungguh penulis tidak bermaksud demikian.
14. Untuk orang-orang yang belum disebutkan dan tidak mungkin untuk disebutkan. Penulis mengucapkan terimakasih atas semuanya, yang pernah terjadi dahulu telah membuat penulis menjadi pribadi yang lebih baik lagi dan memberikan pembelajaran yang sangat bermakna bagi penulis. Maaf atas kesalahan yang pernah penulis lakukan di masa itu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua. Amin.

Bandar Lampung

Dhaniel Deva Afrian

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	i
SANWACANA	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR SINGKATAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Budaya Perusahaan	15
2.2 <i>Organizational Support</i>	19
2.3 Perusahaan Global	21
2.4 Rezim Perusahaan Global	23
2.5 Performa Keuangan Perusahaan.	25
2.6 Kerangka Pemikiran.....	27
2.7 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	30
3.3 Populasi Penelitian.....	33
3.4 Sumber Data	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34

3.5 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum.....	38
4.1.1 Perusahaan Global dan LGBTQ	38
4.1.2 Budaya Perusahaan atas LGBTQ	41
4.1.3 Dukungan Perusahaan atas Karyawan LGBTQ	44
4.1.4 Rezim Perusahaan Internasional.....	46
4.1.5 Kondisi yang dihadapi <i>Headquarter</i>	47
4.2 Pengujian Partial Least Square	48
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer-Model</i>).....	48
4.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	51
4.3 Uji Hipotesis	54
4.4 Pendekatan Perusahaan Global dalam memperkenalkan Budaya LGBTQ.....	56
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran dan Rekomendasi	61
5.3 <i>Limitation of Research</i>	62
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Data Peningkatan Produksi dan Distribusi Perusahaan Global	1
Tabel 1 1 Komparasi Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3 1 Definisi Operasional	31
Tabel 3 2 Populasi Penelitian	33
Tabel 4 1 <i>Indicator Reliability</i>	48
Tabel 4 2 Reliability	49
Tabel 4 3 Convergent Validity	50
Tabel 4 4 Discriminant Validity	50
Tabel 4 5 Hasil Pengujian Goodness of Fit	52
Tabel 4 6 <i>F-Square</i>	53
Tabel 4 7 Hasil Uji Hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Grafik Performa Keuangan Perusahaan Global	7
Gambar 2 1 Model Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4 1 Model Struktural.....	51

DAFTAR SINGKATAN

AS	Amerika Serikat.
CSR	<i>Corporate Social Responsibility.</i>
LGBTQ	Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer.
POS	<i>Perceived Organizational Support.</i>
WBCSD	<i>World Business Council for Sustainable Development.</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perdagangan internasional telah menjadi arena transaksi barang dan jasa berbagai aktor guna memperoleh keuntungan. Kegiatan tersebut kemudian menciptakan kondisi yang kian kompetitif sehingga mendorong negara dan perusahaan global untuk terus mengunggulkan dirinya, yang dilakukan dengan menciptakan, memproduksi hingga meningkatkan kualitas dan kuantitas barang dan jasanya bahkan juga membangun citra baiknya. Mereka membangun citra dengan melibatkan berbagai nilai, kemudian kesamaan nilai antar aktor mendorong lahirnya rezim perdagangan antar negara maupun perusahaan global. Kegiatan di atas dilakukan untuk memperoleh keuntungan secara maksimal.

Aktor internasional khususnya perusahaan global guna memperoleh keuntungan, melakukan penambahan jumlah brand dan perluasan pasarnya.

Tabel 1 1Data Peningkatan Produksi dan Distribusi Perusahaan Global

Nama Perusahaan	Awal Kemunculan		Saat ini		
	Total	Jumlah	Total	Jumlah	Keuntungan
	Brand	Negara	Brand	Negara	Keuangan Perusahaan
Unilever	3	3	400	180	11 Milyar Dolar AS
Coca Cola	1	1	500	200	35 Milyar Dolar AS
Nestle	1	1	2000	190	10 Milyar Dolar AS

Sumber: Data Hasil Kelola Penulis (Unilever, Nestle, Coca-Cola)

Beberapa contoh perusahaan global di atas yang melakukan penambahan jumlah brand dan perluasan pasar nyatanya tidak serta merta memperoleh keuntungan keuangan maksimal. Nestle sebagai perusahaan dengan total brand terbanyak uniknya memperoleh keuntungan dibawah Unilever dan Coca-Cola. Unilever yang bahkan memiliki jangkauan pasar terendah justru tetap memperoleh keuntungan keuangan relatif besar di banding Nestle.

Perusahaan global selain melakukan berbagai usaha di atas juga melakukan penanaman nilai pada barang dan jasa mereka (*value added*) bersama masyarakat. Hal ini juga diungkapkan oleh Maduka (Maduka, 2016).

“Companies can no longer act autonomously, designing products, developing production processes, crafting marketing messages, and controlling sales channels with little or no interference from consumers. Consumers now seek to exercise their influence in every part of the business system. Armed with new tools and dissatisfied with available choices, consumers want to interact with firms and thereby co-create value.”

Unilever merupakan contoh perusahaan yang mulai mementingkan nilai yang berada di masyarakat, *Open Innovation* merupakan program perusahaan yang melibatkan masyarakat dalam memproduksi barang ataupun teknologi bagi perusahaan (Unilever, 2020). Perusahaan kini memposisikan masyarakat sebagai bagian kegiatan bisnisnya dan berupaya membangun hubungan baik dengan mereka.

Perusahaan global selain itu juga membentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan tujuan memberikan dampak positif terhadap masyarakat untuk memiliki kehidupan layak, sekaligus membentuk budaya bersama. (Visser, 2014) Sejumlah 72% perusahaan global telah menjalankan CSR dalam kegiatan sosial perusahaan, (Geordeler, 2017) selain itu tercatat 41% perusahaan global telah mengadopsi nilai-nilai *Social Development Goals (SDGs)*

ke dalam model bisnis mereka.(WBCSD,2014) Cola-Cola melalui program *World Without Waste* berupaya mencegah perubahan iklim sekaligus menanamkan kesadaran nilai-nilai lingkungan hidup di masyarakat (Coca-Cola,2019). Hal di atas memperlihatkan bahwa perusahaan melibatkan berbagai nilai dalam membentuk citranya dan budaya di masyarakat.

Fokus perusahaan global dalam persebaran nilai juga meliputi isu hak asasi manusia seperti kesetaraan gender. Menurut laporan *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* hingga saat ini terdapat 33% perusahaan global yang membuat kebijakan dan program yang berhubungan dengan nilai kesetaraan gender.(WBCSD, 2019) Coca-Cola contohnya memberikan pelatihan kewirausahaan bagi perempuan Nigeria (Ocler,2019). Nestle juga berupaya meningkatkan penghasilan perempuan di Pakistan (Nestle,2019). Apple juga membuat aplikasi khusus yang memudahkan perusahaan untuk melakukan kegiatan bisnis. Gambaran di atas menunjukkan perusahaan global berusaha membangun masyarakat khususnya perempuan.

Perusahaan global juga mulai memperjuangkan hak *Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer (LGBTQ)*. Aksi perusahaan tersebut telah dilaksanakan sejak 1980 ketika perusahaan Ben & Jerry Ice Cream menjalankan peraturan pemerintah California yang meminta perusahaan memberikan jaminan kesehatan dan keuangan bagi karyawan LGBTQnya (Carlos,2019). Majalah internasional “OUT” pada bulan April 1998 juga mendeklarasikan “*Presents The Full Range of Lesbian and Gay Life*”(Carlos,2019) Walmart bahkan melalui akun twitternya memprotes pemerintah Arkansas yang menolak “*bill*” tentang permintaan anti diskriminasi LGBTQ, setelah mendapat protes dari berbagai

perusahaan dan masyarakat pemerintah Arkanas merevisi kebijakannya hanya dalam dua hari, Microsoft Corp juga memperbolehkan karyawannya membentuk serikat pekerja LGBTQ: (GLAM) *Gay and Lesbian Employee at Microsoft* (Carlos,2019). Aksi perusahaan AS di atas menunjukkan bahwa perusahaan berupaya membantu masyarakat minoritas.

Gelombang dukungan perusahaan atas isu LGBTQ terjadi juga pada 178 perusahaan AS pada bulan November 2018 dengan melakukan pertemuan di Australia dan Asia yang kemudian membentuk *Business Statement For Transgender Equality* dengan tujuan awal memperjuangkan hak-hak LGBTQ di AS. Perusahaan kemudian mengkritisi dan menolak kebijakan Presiden AS Donald Trump yang berencana melarang transgender memiliki karir di militer AS serta mendorong pelegalan hukum pernikahan sesama jenis di AS (Kaufan,2019). Perusahaan yang tergabung mempercayai bahwa inklusivitas dan keberagaman baik untuk bisnis, sehingga mereka berupaya menciptakan masyarakat AS yang dapat menerima hal tersebut.

Perusahaan yang tergabung pada rezim tersebut umumnya menerapkan lima bentuk budaya dan dukungan terhadap LGBTQ. Pertama anti diskriminasi karyawan LGBTQ di lingkungan kerja perusahaan, contohnya kebijakan *Pride at Uber*. Kedua dengan menambahkan simbol LGBTQ pada produknya, seperti Doritos Rainbow produksi PepsiCo. Ketiga dengan memproduksi iklan perusahaan dengan simbol atau pelibatan kelompok LGBTQ, contohnya iklan *Apple Inclusion & Diversity: Open*. Keempat dengan pemberian dana pada aksi internasional LGBTQ, contohnya *Acceptance Street New York* oleh MasterCard pada New York Pride 2019 (Uber, Time, Apple, Adage,2019). Keempat dengan

menyetujui pengesahan Undang-Undang Anti Diskriminasi LGBTQ yang dilakukan Microsoft Corp di Massachusetts. Berbagai bentuk dukungan yang dilakukan oleh perusahaan global menunjukkan hadirnya budaya LGBTQ terjadi secara internal maupun eksternal yakni terjadi di masyarakat.

Perusahaan lain yang tidak bergabung kedalam rezim tersebut juga mulai terlihat menerapkan budaya dan dukungan terhadap LGBTQ. Contohnya, TATA Group India yang memberi dukungan dengan mengeluarkan kebijakan pemberian bantuan kesehatan bagi karyawan LGBTQnya. Burger King juga melakukannya dengan memproduksi pembungkus burger dengan simbol LGBTQ. Unilever juga melalui Magnum memproduksi sebuah iklan LGBTQ berjudul *Pleasure is Diverse*. Perusahaan Absolut juga terlibat dengan menjadi sponsor utama pada acara Shanghai Pride Film Festival (Carlos,2019). Gambaran di atas menggambarkan bahwa budaya dan dukungan perusahaan terhadap LGBTQ cenderung seragam.

Perusahaan yang menerapkan budaya dan dukungan terhadap LGBTQ umumnya mendapatkan respon yang baik di negara yang memberlakukan kebijakan anti diskriminasi LGBTQ. Seperti keterlibatan Perdana Menteri Kanada Justin Trudeau yang bersedia menjadi cover depan majalah internasional *Gay Attitude*, bahkan Trudeau juga terlibat pada perayaan festival LGBTQ di Toronto(Danielle). Berbagai perusahaan global juga tercatat memperoleh *Corporate Equality Index* tinggi dari *Human Right Campaign*(HRC) yang juga merupakan penghargaan atas dukungan mereka terhadap nilai LGBTQ, sekaligus mempromosikan nilai tentang inklusivitas dan diversity (HRC). Keterlibatan

berbagai pihak di atas menunjukkan bahwa budaya dan dukungan perusahaan terhadap LGBTQ juga cukup di apresiasi oleh pihak penting.

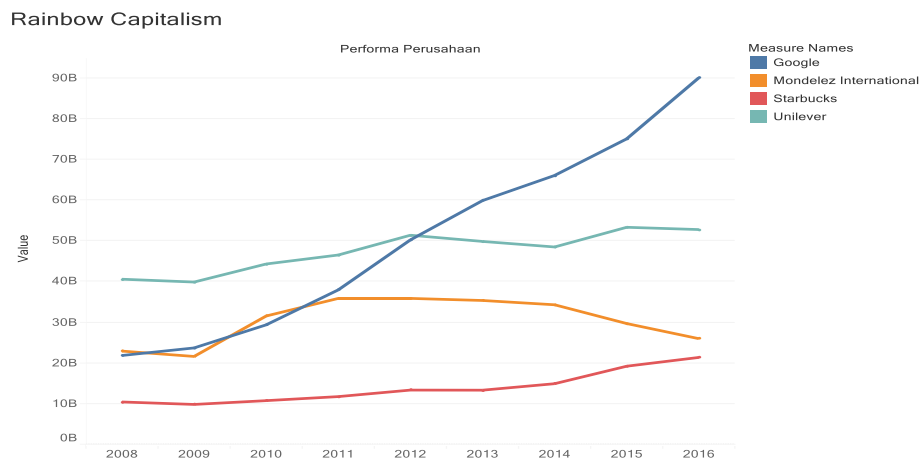
Perusahaan global selain itu juga kerap mendapatkan penolakan di negara-negara yang melarang adanya nilai hingga aktivitas LGBTQ. Organisasi masyarakat Majelis Ulama Indonesia (MUI) merespon dukungan Unilever atas LGBTQ dengan tidak membeli produknya di pasar (Republika,2017). Tagar #UnistallGojek yang beredar di Twitter juga merupakan salah satu bentuk penolakan yang diterima oleh Gojek ketika mulai terlihat menerapkan kebijakan penerimaan perbedaan dan keberagaman atas karyawan mereka (Okezone,2018). Contoh lainnya ialah film Onward produksi Disney dilarang tayang oleh pemerintah Kuwait, Oman, Qatar hingga Arab Saudi sebab film tersebut menampilkan budaya LGBTQ (Alaraby,2020). Kementrian Komunikasi dan Informasi Indonesia juga bahkan telah menyurati Google untuk menghapus Aplikasi LGBTQ di GooglePlaystore Indonesia (Kominfo,2018). Penolakan di atas menunjukkan budaya LGBTQ di tentang oleh sebagian masyarakat maupun negara.

Penolakan pasar atas dukungan perusahaan terhadap LGBTQnya uniknya sering bersifat insidental semata. Contoh dari hal tersebut adalah ketika CEO Starbuck Howard Schultz mengumumkan bahwa perusahaan yang ia pimpin mendukung hak-hak LGBTQ, pasar saham Indonesia dan Malaysia langsung memberi respon dengan terjadi aksi menjual bersama saham Starbucks Indonesia akibatnya harga saham mereka mengalami penurunan dari harga Rp. 3120 menjadi seharga Rp. 2500, namun keesokan harinya investor kembali mengangkat harga Saham ke angka Rp. 2950 (WartaEkonomi, 2017). Hal serupa juga terjadi

oleh Unilever Indonesia, saham mereka mengalami penurunan hingga 2,7% namun mengalami kenaikan 3.2% hanya dalam 5 hari (CNBC,2020). Cepatnya perubahan harga perlembar saham menunjukkan bahwa kondisi pasar saham tidak sensitif atas isu tersebut.

Performa beberapa perusahaan yang telah mendukung LGBTQ dengan menerapkan budaya dan mempromosikan nilai-nilai inklusivitas dan keberagaman uniknya tetap mengalami peningkatan di tengah pro dan kontra pasar atas nilai tersebut.

Gambar 1 1 Grafik Performa Keuangan Perusahaan Global



Gambar di atas merupakan ilustrasi keuntungan keuangan perusahaan yang menerapkan budaya dan dukungan terhadap LGBTQ yang dimulai pada tahun 2010 uniknya keuntungan mereka tetap mengalami peningkatan meski di tengah pro dan kontra sebagian masyarakat. Beberapa perusahaan global bahkan memiliki pasar sekaligus kantor pusat di berbagai negara yang masyarakatnya kontra terhadap nilai nilai LGBTQ. Kegiatan penerapan budaya dan dukungan perusahaan terhadap LGBTQ nyatanya sudah berlangsung sejak lama, namun hingga saat ini belum ada penelitian yang secara jelas memaparkan bentuk budaya dan dukungan apa yang memberi pengaruh terhadap peningkatan keuntungan

keuangan perusahaan khususnya terhadap perusahaan global. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema tersebut.

Penulis kemudian melakukan proses tinjauan pustaka yang memiliki kesamaan tema dengan penelitian ini. Penelitian *pertama*, karya Shaun (Pichler *et, al*, 2016). Pichler *et, al* pada bagian analisisnya memaparkan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan adanya peningkatan jumlah perusahaan yang menerapkan kebijakan dukungan perusahaan terhadap LGBTQ dari tahun 1996-2009. Pembahasan selanjutnya adalah hasil uji korelasi yang menunjukkan bahwa kebijakan dukungan perusahaan terhadap LGBTQ secara signifikan berhubungan dengan keseluruhan variabel performa keuangan, selain itu hampir semua variabel kontrol berhubungan dengan kedua variabel yang telah disebutkan di atas. Di sisi lain pada bagian ini juga memaparkan hasil uji HLM yang menunjukkan bahwa kebijakan dukungan perusahaan terhadap LGBTQ berdampak signifikan positif terhadap *productivity* dan *employee productivity* serta berdampak signifikan negatif terhadap *profitability*, namun tidak berdampak signifikan terhadap *firm value*. Uniknya, setelah melibatkan variabel moderating yakni *research* dan *development* maka kebijakan dukungan perusahaan terhadap LGBTQ berdampak positif terhadap *firm value* dan *profitability*, namun tidak berdampak signifikan kepada *productivity* dan *employee productivity*. Variabel moderating lainnya adalah ada atau tidaknya hukum anti diskriminasi negara terhadap LGBTQ, yang hasilnya menunjukkan bahwa kebijakan dukungan perusahaan terhadap LGBTQ berdampak signifikan sekaligus positif terhadap *productivity* dan *employee productivity* namun tidak berdampak signifikan terhadap *firm value* dan *profitability*.

Penelitian *kedua*, karya Veda (Fatmy, *et,al*, 2016). Fatmy memulai bab analisisnya dengan memaparkan hasil uji korelasi yang menunjukkan bahwa kebijakan ramah LGBTQ perusahaan berkorelasi positif dengan performa perusahaan. Selain itu juga memaparkan bahwa perusahaan yang memiliki kebijakan tersebut lebih besar dan lebih bertanggung jawab sosial dibanding perusahaan yang belum memiliki kebijakan, Fatmy juga memaparkan hasil uji univariate yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan performa perusahaan antara perusahaan yang lebih ramah LGBTQ dan yang tidak, Pembahasan selanjutnya adalah paparan hasil uji regresi berganda yang menunjukkan bahwa kebijakan perusahaan ramah LGBTQ memiliki pengaruh positif terhadap performa perusahaan. Fatmy juga mengungkap bahwa pengaruh kebijakan tersebut lebih besar terjadi di perusahaan yang memiliki kantor pusat di negara bagian liberal dibanding negara bagian konservatif atau negara yang memenangkan partai demokrat dibanding republik. Fatmy *et,al* menyimpulkan bahwa kebijakan perusahaan ramah LGBTQ memiliki potensi meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan serta meningkatkan performa keuangan perusahaan. Mereka juga menyarankan perusahaan perlu membangun kebijakan yang progresif khususnya di bidang sosial dan manajemen keragaman agar terus menghasilkan keuntungan.

Penelitian *ketiga*, merupakan karya Mohammed (Hossain *et,al*, 2019). Hossain *et,al* membuka bab analisisnya dengan memaparkan hasil uji korelasi yang menunjukkan kebijakan anti diskriminasi LGBTQ di lingkungan kerja berhubungan secara positif dengan kinerja inovasi perusahaan dan performa perusahaan. Pembahasan selanjutnya adalah paparan hasil uji regresi yang

menunjukkan kebijakan anti diskriminasi LGBTQ di lingkungan kerja memiliki pengaruh terhadap performa perusahaan dan kinerja inovasi perusahaan, serta menunjukkan penggabungan kebijakan dan inovasi berpengaruh terhadap performa perusahaan. Mereka juga menjelaskan bahwa kinerja inovasi perusahaan berpengaruh terhadap performa perusahaan.

Penelitian *keempat*, karya (Shan *et,al* 2016), Shan *et,al* memulai bab analisisnya dengan memaparkan bahwa kebijakan perusahaan tentang kesetaraan seksualitas memiliki hubungan positif dengan *firm value* dan *stock of return* perusahaan, dan produktivitas karyawan. Hasil tersebut juga terlihat ketika melibatkan dua variabel kontrol. Pembahasan selanjutnya adalah hasil uji regresi yang menunjukkan kebijakan perusahaan atas kesetaraan seksualitas berpengaruh terhadap kesemua variabel dependen bahkan pengaruhnya lebih besar ketika melibatkan variabel kontrol.

Keempat penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas, kemudian dirangkum kedalam sebuah tabel komprasi untuk melihat inti sari serta perbedaan Berikut adalah tabel komperasi keempat penelitian terdahulu:

Tabel 11Komparasi Penelitian Terdahulu

	Jurnal 1 Shaun Pichler	Jurnal 2 Veda Fatmy	Jurnal 3 Mohammad Hosein	Jurnal 4 Shan Liwei
Topik/ Penelitian	Pada rentang waktu bersamaan terjadi penolakan LGBTQ di masyarakat AS namun terjadi juga penerimaan LGBTQ di level perusahaan AS.	Perdebatan sosial dan politik di AS tentang minoritas orientasi seksual, perusahaan AS di kondisi tersebut justru memberi dukungan terhadap LGBTQ meskipun hal tersebut berisiko bagi bisnisnya.	Peningkatan dukungan hak LGBTQ di AS, Inggris dan Australia hingga perusahaan AS juga mulai mendukung karyawan LGBTQ.	Perdebatan hak LGBTQ di AS, selain itu banyaknya perusahaan AS yang telah mengadopsi kebijakan anti diskriminasi LGBTQ.

Konsep	Kebijakan dukungan perusahaan terhadap LGBTQ, <i>firm performance, research & development</i> , hukum negara.	Kebijakan perusahaan ramah LGBTQ, <i>stock market valuation, profitability</i> , dan karakteristik perusahaan.	Kebijakan anti diskriminasi LGBTQ di lingkungan kerja, inovasi perusahaan, <i>corporate governance, stock market valuation</i> dan <i>return on sales</i> .	Kebijakan perusahaan atas kesetaraan seksualitas, <i>firm value, stock of return</i> , dan produktivitas karyawan, karakteristik negara.
Metode	Pendekatan : Kuantitatif	Pendekatan : Kuantitatif	Pendekatan : Kuantitatif	Pendekatan : Kuantitatif
	Sumber Data : Sekunder	Sumber Data : Sekunder	Sumber Data : Sekunder	Sumber Data : Sekunder
	Teknik Analisis : Korelasi, Regresi	Teknik Analisis : Korelasi, Regresi	Teknik Analisis : Korelasi, Regresi	Teknik Analisis : Korelasi, Regresi
Fokus Inti	Mengenalkan cara pengukuran variabel, dengan memisahkan level penerapan kebijakan perusahaan dukungan LGBTQ.	Pemisahan perusahaan berdasarkan lokasi kantor pusat. apakah negara bagian liberal atau negara bagian konservatif.	Kebijakan anti diskriminasi LGBTQ di lingkungan kerja meningkatkan inovasi perusahaan dan meningkatkan performa perusahaan.	Efek dari kebijakan perusahaan atas kesetaraan seksualitas terhadap produktivitas karyawan LGBTQ.
Kesimpulan	Kebijakan dukungan perusahaan terhadap LGBTQ merupakan kesempatan bagi perusahaan dalam meningkatkan <i>competitive advantage</i> .	Kebijakan perusahaan ramah LGBTQ berpotensi meningkatkan performa dan daya saing perusahaan.	Kebijakan anti diskriminasi LGBTQ di lingkungan kerja salah satu pendorong peningkatan performa perusahaan.	Perusahaan dengan kebijakan kesetaraan seksualitas tinggi berpotensi memperoleh tenaga kerja yang terampil serta tingkat produktivitas tinggi.
Posisi Jurnal terhadap penelitian	Penelitian mereka menginspirasi dalam membangun variabel yang berhubungan dengan keilmuan hubungan internasional yaitu karakteristik negara kantor pusat perusahaan berada.	Fatmy <i>et, al</i> memberikan inspirasi untuk juga memperhatikan nilai yang berlaku di suatu masyarakat. Kondisi masyarakat kemudian akan dijadikan sebagai salah satu indikator dari karakteristik negara.	Penelitian mereka mendorong peneliti ini untuk melibatkan perusahaan di luar AS, serta menginspirasi dalam membangun karakteristik perusahaan yaitu kebangsaan pemimpin perusahaan, persebaran komoditas mereka, keterlibatan mereka pada isu internasional.	Menginspirasi logika berpikir bahwa arah hubungan antara kebijakan perusahaan atas LGBTQ ke performa perusahaan tidak bisa secara langsung.

Sumber: diolah oleh peneliti

1.2 Rumusan Masalah

Kompetisi yang terjadi di perdagangan internasional membuat perusahaan global melakukan banyak perubahan kebijakan. Di kondisi tersebut perusahaan tidak lagi hanya memproduksi produk dengan kuantitas yang banyak dan kualitas terbaik.

Perusahaan kini mulai fokus terhadap budaya yakni dengan membentuk dan mempromosikannya. Perusahaan lazimnya akan memposisikan dirinya dengan budaya yang dapat diterima oleh masyarakat global, namun sebagian perusahaan mendukung budaya *LGBTQ* yang membawa perdebatan di pasar. Meskipun dukungan tersebut mendapatkan penolakan di sebagian pasar, uniknya beberapa performa perusahaan menunjukkan peningkatan. Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah di atas peneliti menentukan pertanyaan penelitian berupa: *Bagaimana Pengaruh Budaya Perusahaan, Dukungan Perusahaan, Rezim Perusahaan LGBTQ serta Kondisi yang dihadapi Headquarter terhadap Performa Keuangan Perusahaan?*

Pertanyaan penelitian ditetapkan dengan tujuan mengetahui bentuk budaya dan dukungan apa yang mempengaruhi peningkatan performa perusahaan global di tengah pro dan kontra pasar atas nilai *LGBTQ*. Selain itu juga dukungan tersebut berpotensi menurunkan performa mereka di tengah perdebatan nilai *LGBTQ* di pasar dan masyarakat. Berbagai bentuk dukungan perusahaan juga memiliki potensi memicu konflik di masyarakat yang pro dan kontra atas nilai *LGBTQ* dan apabila terus terjadi berpeluang menciptakan efek dominon berupa terhambatnya kegiatan bisnis perusahaan dan memberi efek buruk bagi berbagai industri dunia bahkan terhadap ekonomi negara-negara di dunia.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang akan menjadi pedoman dalam melakukan analisis. Adapun tujuan penelitian ini adalah

- a) Mendeskripsikan bentuk budaya perusahaan terhadap LGBTQ, dukungan perusahaan terhadap LGBTQ, Rezim Perusahaan LGBTQ, Kondisi yang dihadapi *headquarter* hingga perfoma keuangan perusahaan.
- b) Menguji pengaruh budaya perusahaan terhadap LGBTQ, dukungan perusahaan terhadap LGBTQ, rezim perusahaan LGBTQ, kondisi yang dihadapi *headquarter* terhadap perfoma keuangan perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan berkontribusi terhadap :

- a. Manfaat keilmuan, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjembatani kajian ekonomi politik internasional dan kajian budaya global. Serta dapat memberikan alternatif pemikiran baru mengenai posisi nilai yang merupakan komponen penting dalam bisnis internasional.
- b. Manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan memiliki kontribusi bagi dua aktor yang ada di dunia *Pertama* bagi perusahaan global hasil penelitian ini mampu menjadi landasan dalam setiap pembentukan nilai khususnya tentang sensitifitas nilai LGBTQ. *Kedua* bagi masyarakat global hasil penelitian ini diharapkan dapat meredakan perdebatan tentang pro dan kontra dukungan perusahaan atas LGBTQ.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi serangkaian penelitian terdahulu, landasan konseptual, dan kerangka pemikiran, dengan dasar perspektif liberalisme untuk melihat aktivitas perdagangan perusahaan global. Perspektif tersebut memiliki beberapa varian; penelitian ini secara khusus akan menggunakan varian liberalisme interdependen yang memiliki pandangan bahwa manusia akan berupaya dalam memenuhi kebutuhannya dengan terlibat pada aktivitas ekonomi. Penelitian ini juga melibatkan liberalisme republikan yang memiliki dasar pemikiran bahwa apabila masyarakat mengadopsi sebuah nilai bersama yang mampu membantu dalam memenuhi berbagai kebutuhan sekaligus kepentingan mereka maka nilai tersebut akan mendorong perdamaian antar aktor (Jackson dan Sorensen,2013).

Perusahaan global terlibat pada aktivitas perdagangan internasional untukberupaya memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dengan menawarkan barang dan jasa mereka. Perusahaan awalnya hanya memenuhi kebutuhan yang sifatnya material seperti barang bermanfaat tinggi, namun hal tersebut belum cukup sebab masyarakat mulai membutuhkan kebutuhan yang bersifat non material seperti barang dan jasa yang bernilai budaya ataupun politik. Perusahaan kemudian melakukan penambahan nilai pada barang dan jasanya sehingga menjadi sebuah komoditas yang bernilai tinggi. Perusahaan juga selain itu juga mulai melibatkan diri pada berbagai kerjasama internasional.

Pada proses penambahan nilai non material perusahaan akan berupaya menciptakan nilai yang memang dibutuhkan oleh masyarakat, jika kondisi itu terjadi maka perusahaan akan memperoleh manfaat ekonomi maupun non ekonomi, bahkan masyarakat cenderung akan ikut menyebarkan nilai tersebut. Di sisi lain terdapat perusahaan yang menawarkan nilai yang tidak sesuai dengan kondisi masyarakat seperti nilai LGBTQ. Promosi nilai LGBTQ ini cenderung menimbulkan pro dan kontra, bahkan terdapat masyarakat yang menolak komoditas perusahaan, untuk mencegah hal itu terjadi perusahaan perlu memberikan pemahaman dengan berupaya menciptakan ide bersama atas nilai tersebut, sehingga masyarakat berpotensi menerima nilai mereka dan tetap mengkonsumsi komoditas mereka.

2.1 Budaya Perusahaan

Budaya Perusahaan didefinisikan oleh Victoria Mironshink sebagai cara perusahaan dan strukturnya berperilaku yang berakar dari tujuan, strategi, struktur perusahaan dan pendekatan perusahaan terhadap sumber daya manusianya, investor, dan komunitas (Victoria dan Dipak Basu, 2014). John Kotter menambahkan bahwa budaya perusahaan bukan hanya sekedar perilaku perusahaan tetapi juga nilai yang digunakan bersama orang-orang di satu perusahaan dan cenderung berlanjut meskipun orangnya berubah (Kotter dan Heskett, 1997). Edgar Schein juga mendefinisikan budaya perusahaan adalah pola rencana perusahaan yang telah dipelajari bersama untuk menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi (Edgar, 2019). Berdasarkan penjelasan definisi di atas budaya perusahaan adalah menurut peneliti adalah perilaku-perilaku perusahaan yang baik terhadap

pihak internal maupun eksternal perusahaan yang berdasarkan dari nilai, tujuan perusahaan dan kemudian membentuk pola-pola penyelesaian masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

Victoria Mironshink lebih lanjut berpendapat bahwa terdapat tiga komponen nilai yang mempengaruhi pembentukan budaya perusahaan; *pertama* nilai nilai-dasar dari sebuah bangsa atau negara, sehingga nilai sebuah bangsa dapat terefleksi di perusahaan. *Kedua* nilai yang dipercayai oleh pemimpin perusahaan ikut terlibat dalam pembentukan budaya perusahaan. *ketiga* nilai atas kesepakatan bersama seluruh pihak yang berada di dalam perusahaan (Victoria,2014). Berbagai nilai yang dipercayai dan disebarkan oleh perusahaan kemudian membentuk pola perilaku hingga mengontrol aktivitas perusahaan.

Victoria(2014) juga menambahkan berbagai nilai di budaya perusahaan yang umumnya mempengaruhi suksesnya perusahaan:

- a) *inovatif*, nilai-nilai yang merefleksikan aktivitas perusahaan yang mendorong sekaligus mengimplementasikan ide baru, produk baru, hingga cara baru yang mampu meningkatkan performa perusahaan.
- b) *improvement*, nilai-nilai yang merefleksikan membantu meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan efisiensi perusahaan.
- c) *customer orientation*, nilai-nilai yang mampu menciptakan hubungan antar karyawan yang harmonis.
- d) nilai *stability*, nilai-nilai yang menyediakan rasa aman bagi karyawannya. sekaligus menghilangkan nilai-nilai yang mengancam karyawannya.

Budaya perusahaan setelah mengadopsi berbagai nilai yang telah disebutkan di atas kemudian Kim Cameron menciptakan empat bentuk dimensi budaya perusahaan: (Kim dan Quinn, 2011)

- a) *hierarchy culture*, ciri utama dari dimensi ini adalah perusahaan membuat garis wewenang yang jelas, terdapat standar peraturan dan prosedur yang mengatur seluruh anggota perusahaan. Nilai-nilai yang terdapat pada dimensi ini antara lainnya; *Organizing, Controlling, Monitoring, Administrating, Cordinating, dan maintaning efficiency*.
- b) *market culture*, ciri utama dari dimensi ini adalah perusahaan menghasilkan rancang-rancangan baru dalam menghadapi tantangan yang kompetitif di pasar.
- c) *clan culture*, perusahaan yang memiliki karakteristik nilai dan tujuan perusahaan dibagi, terdapat kerja tim, program yang melibatkan karyawan dan perusahaan yang memiliki komitmen terhadap karyawannya dan pelanggan dianggap sebagai mitra.
- d) *adhocracy culture*, perusahaan bersifat dinamis yakni inovasi dan inisiatif produk dan jasa terus terjadi di perusahaan. seluruh anggota perusahaan memiliki karaterisktik beradaptasi, dan fleksibilitas di berbagai kondisi dan juga kreatif.

Kim Cameron juga berpendapat bahwa budaya perusahaan memiliki empat elemen: (Kim dan Quinn, 2011)

- a. *explicit behaviour*, terrefleksikan dalam bentuk cara-cara sumber daya manusia perusahaan berperilaku.

- b. *artifact*, terrefleksikan dalam bentuk seperti, logo perusahaan, misi perusahaan, tujuan perusahaan, hingga karakteristik kantor perusahaan.
- c. *conscious contract and norms*, terrefleksikan dalam bentuk seperti aturan prosedur yang mengatur interaksi antar karyawan, termasuk kebijakan perusahaan.
- d. *implicit assumptions*, hubungan manusia dengan lingkungan sekitarnya

Keempat elemen Kim yang telah disebutkan di atas merupakan elemen yang umumnya di miliki oleh perusahaan. Dalam penelitian ini dua dari empat elemen tersebut akan digunakan untuk melihat bentuk budaya LGBTQ perusahaan, tujuannya adalah untuk mengetahui budaya LGBTQ apa yang sering dilakukan oleh perusahaan global.

Budaya perusahaan menurut John Kotter berifat dinamis yaitu mampu beradaptasi di berbagai kondisi, khususnya bagi perusahaan yang memiliki budaya kuat yaitu seluruh manajer dan pemimpin perusahaan berbagai serangkaian nilai yang relatif konsisten, hingga pegawai baru cepat dalam mengadopsi nilai perusahaan. John juga berpendapat bahwa budaya perusahaan yang telah tertanam keseluruhan unit perusahaan, serta perusahaan yang sangat peduli dengan sumber daya manusianya, investornya, dan konsumennya maka perusahaan mampu meningkatkan performa keuangannya (Kotter dan Heskett, 1992).

Logika yang dibangun oleh John ialah budaya perusahaan yang baik dan tepat, akan meningkatkan produktivitas sekaligus loyalitas karyawan, dan perusahaan mampu meningkatkan produktivitasnya dan berhasil meningkatkan penerimaan performa perusahaan. Hal itu akan terjadi apabila adanya dukungan penuh perusahaan bagi karyawannya, sehingga karyawan dapat merasa aman dan

diperhatikan selama bekerja di perusahaan tersebut, Dukungan perusahaan terhadap karyawan adalah upaya perusahaan mewujudkan kesejahteraan karyawannya (Robert and Huntington. 1986).

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki budaya kuat secara tidak langsung akan memberikan dukungan terhadap karyawannya dan mampu meningkatkan penerimaan keuangan perusahaan.

2.2 *Organizational Support*

Organizational support di definisikan oleh Robert Eisenberg sebagai tindakan kepedulian dan penghargaan dan yang diberikan oleh perusahaan terhadap karyawannya dengan tujuan mensejahterahkan kehidupan karyawannya (Robert and Huntington). Colakoglu juga memberikan pendefinisian atas dukungan perusahaan yakni tentang mengenai kepedulian perusahaan terhadap karyawannya (Ukler Colakoglu, 2010). Aninda Rahman juga menambahkan bahwa dukungan perusahaan juga mengenai seberapa besar perusahaan memperhatikan kehidupan karyawannya (Anninda Rachman, 2017). Berdasarkan definisi yang telah disebutkan dukungan perusahaan adalah tindakan penghargaan dan perhatian yang diberikan oleh perusahaan yang berupaya mensejahterahkan kehidupan karyawan.

Rhoades dan Eisenberger membangun indikator dalam mengukur tingkat dukungan yang diberikan perusahaan terhadap karyawannya (Rhoades, 2002)

- a. perusahaan menghargai kontribusi karyawan.
- b. perusahaan menghargai usaha ekstra yang telah karyawan berikan.

- c. perusahaan memperhatikan segala keluhan karyawan.
- d. perusahaan peduli dengan kesejahteraan karyawan.
- e. perusahaan peduli dengan kepuasan secara umum terhadap pekerjaan karyawannya.
- f. perusahaan memberitahu karyawan apabila bekerja tidak benar.
- g. perusahaan memberikan perhatian yang besar terhadap karyawan.
- h. perusahaan merasa bangga atas keberhasilan karyawan.

Rhoades dan Eisenberger lebih lanjut menyatakan terdapat tiga bentuk dukungan perusahaan (Rhoades dan Eisenberger,2002):

- a. keadilan prosedural, tindakan perusahaan dalam menentukan pendistribusian sumberdaya dengan adil. Cropanza membagi keadilan prosedural menjadi dua hal yaitu *pertama* struktural yang mencakup peraturan formal dan keputusan tentang karyawan seperti melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. *Kedua* aspek sosial atau keadilan interaksional meliputi mengenai bagaimana perusahaan menghormati dan menghargai keberadaan karyawan. (Russel and Jerrald,1997)
- b. penghargaan dan kondisi kerja; Pengakuan seperti gaji dan promosi, memberikan pelatihan terhadap karyawannya.
- c. dukungan atasan, yaitu berarti dukungan dari atasan sebagai perwakilan perusahaan untuk menunjukkan sikap peduli kepada karyawan akan pekerjaannya seperti memotivasi karyawan dan memahami dengan benar apa tujuan karyawan.

Baverly L dalam penelitiannya menemukan bahwa perusahaan yang membangun budaya saling menghormati dan perusahaan yang menghargai

karyawannya akan menciptakan karyawannya memiliki kinerja tinggi, terlibat dalam proses pengembangan perusahaan sehingga perusahaan mampu mencapai tujuannya dan mereka mampu menghadapi kompetisi global (Gartini Nurcholis dan Widjajaning.2020). Pernyataan Beverly semakin diperkuat oleh penelitian Gartini yang menemukan pengaruh positif signifikan antara budaya perusahaan dan dukungan perusahaan dengan keterlibatan karyawan (Gartini dan Widjajaning). Berdasarkan hasil penelitian tersebut penelitian ini akan melakukan uji atas dukungan perusahaan atas karyawan LGBTQ dengan penerimaan performa keuangan mereka di perdagangan internasional.

2.3 Perusahaan Global

Michael Porter menggambarkan perusahaan global sebagai aktor yang memiliki aktivitas kegiatan bisnis yang memiliki set kebijakan global (Michael Porter, 1998). Guilherme juga berpendapat bahwa perusahaan global menjalankan kegiatan bisnisnya dengan cara membangun kantor pusat di suatu negara, serta memiliki tujuan ekonomi (Guilherme Azevedo, 2019). Barlett dan Ghospel menambahkan pendapat Guilherme dengan mengatakan bahwa kantor pusat merupakan penghubung atau jantung yang memiliki tugas memastikan seluruh perusahaan global menerapkan kebijakan yang sama dengan kantor pusat (Barlett dan Ghospel, 1997). Perusahaan global adalah aktor yang memiliki kegiatan bisnis dengan tujuan ekonomi yang diperoleh apabila seluruh perusahaan pusat dan cabang menerapkan kebijakan bersama.

Perusahaan global melalui aktivitas bisnisnya telah membantu negara-negara berkembang untuk menggerakkan ekonominya. (Hyoung Tae, 2007)

Hinrich membedakan perusahaan global kedalam dua bentuk:

- b. perusahaan yang proses produksi dan distribusinya di lakukan di suatu tempat.
- c. perusahaan yang proses produksi dan distribusinya melibatkan berbagai negara dengan tujuan penetrasi pasar dapat dilakukan dengan mudah (Hinrich dan John, 2013).

Stephen Hink berpendapat bahwa perusahaan global saat ini terbagi kedalam dua bentuk(Hinrich) yakni *multinational company* (MNC) dan *transnational company* (TNC):

- a. *multinational company*, yakni perusahaan yang beroperasi di dua atau lebih negara, serta memiliki dua *home country* untuk melakukan seluruh rangkain proses produksi dan distribusi komoditas. John Dunning juga berpendapat bahwa perusahaan dapat dikaterogikan MNC: *Pertama*, terlibat atau memiliki arus investasi lintas negara. *Kedua*, Memiliki kontrol dalam proses penambahan nilai atas suatu komoditas di berbagai wilayah. *Ketiga*, Negara masih ikut terlibat dalam manajemen perusahaan tetapi pemegang saham tersebar di seluruh negara (John dan Sarianna, 2008).
- a. *transnational company*, yakni perusahaan yang hanya memilih satu negara sebagai *home country*. Perusahaan dapat disebut sebagai TNC apabila memiliki ciri; (UNCTD) *Pertama*, pemimpin perusahaan, pemegang saham, karyawan terdiri dari berbagai warga negara yang berbeda. *Kedua*, perputaran aset yang dilakukan oleh perusahaan melewati batas batas negara.

2.4 Rezim Perusahaan Global

Rezim perusahaan global dalam perkembangannya mengalami perubahan baik dalam konteks tujuan hingga latar belakang awalnya konsep ini hadir pada *International Food Corporate Regimes* (IFCR) pada tahun 1945 hingga 1970 yang membawa perubahan teknologi pada industri pangan dunia. Pada tahun 1980 aktor non negara memiliki pengaruh yang cukup kuat pada industri pangan dunia sehingga lahir rezim internasional yang memiliki anggota non negara seperti perusahaan dan individu. Rezim ini memiliki prinsip, norma, peraturan bersama bagi seluruh anggotanya yang mana bertindak menciptakan cara atau tahapan dalam setiap pembuat keputusan bagi perusahaan pangan dunia (Michael Phillip, 2017).

Friedman berpendapat bahwa rezim perusahaan internasional tercipta karena adanya tuntutan dari masyarakat dunia untuk menciptakan *fair trade* dan kemauan berbagai perusahaan global untuk membuat sebuah rezim bersama (Harrit Friedman, 1982). Friedman juga berpendapat bahwa perusahaan global saat itu telah cukup berhasil dalam menguasai rantai produksi dan distribusi kebutuhan masyarakat dunia sehingga mereka berkeinginan menjaga rantai tersebut dengan membuat sebuah rezim bersama. Hal ini menunjukkan bahwa rezim perusahaan dapat lahir atas inisiasi perusahaan tersebut atau pasar menuntut terciptanya rezim.

Rezim perusahaan global juga mulai terlihat pada *Businnes Statement for Transgender Equality*. Rezim yang terdiri dari organisasi internasional non pemerintahan dan perusahaan global yang memiliki berbagai kesamaan prinsip, norma dan tujuan yakni kebijakan anti diskriminasi terhadap kelompok LGBTQ dunia. Rezim internasional di atas berperan dalam mendukung kelompok LGBTQ

global baik secara hukum maupun non hukum yakni dengan cara merencanakan dan menyusun upaya bahkan kebijakan penghapusan diskriminasi yang sering diterima kelompok LGBTQ. Rezim ini hadir bukan atas tuntutan kelompok LGBTQ namun inisiasi perusahaan global (Dave dan HRC,2018). Berbagai rezim yang ada di dunia umumnya mencoba dan berupaya untuk membentuk sebuah sistem baru yang mengikat unit unit di sistem internasional. Rezim perusahaan ini berpotensi mampu menciptakan kondisi sistem yang ramah atas LGBTQ.

Ketergabungan perusahaan pada *Bussiness Statement for Transgener Equality* dilandasi oleh dua faktor, yakni: (Dave dan HRC,2018)

- a. faktor internal yakni, keragaman dan inklusivitas baik dalam menggerakkan bisnis, kelompok LGBTQ merupakan potensi pasar baru bagi komoditas perusahaan. gagasan atau inisiasi dari para pemimpin perusahaan
- b. faktor eksternal yakni, negara tidak mampu bersikap adil terhadap kelompok LGBTQ bahkan terkadang menerapkan kebijakan diskriminatif, diskriminasi yang sering diterima oleh kelompok ini oleh masyarakat, loyalitas kelompok LGBTQ atas perusahaan yang memberi dukungan terhadap mereka.

Kedua faktor tersebut menurut peneliti menunjukkan bahwa perusahaan global mulai menjaga, merawat sekaligus mencoba menemukan potensi pasar baru dan terlihat mengenal karakteristik pasar.

Businnes Statement for Transgender Equality juga memiliki berbagai peran bagi LGBTQ dan pasar internasional yakni (BSFTE):

- a. mempromosikan nilai-nilai LGBTQ di pasar internasional.

- b. memberi perlindungan bagi kelompok LGBTQ.
- c. menciptakan pasar yang ramah atas nilai nilai LGBTQ.
- d. mempengaruhi, berdialog hingga mendorong negara untuk menghormati kelompok LGBTQ.
- e. mendorong transparansi dan terlibat dalam proses pembuatan kebijakan publik di Amerika Serikat.

2.5 Performa Keuangan Perusahaan.

Performa perusahaan didefinisikan oleh Lesban dan Euske yakni kumpulan berbagai indikator keuangan maupun non keuangan perusahaan yang memiliki informasi berisi tentang tingkat keberhasilan perusahaan dalam menggerakkan bisnisnya (Michael dan Euske,2005). Peterson juga menambahkan bahwa performa perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sekaligus mengeksploitasi segala sumber daya perusahaan yang dimiliki secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan (Peterson,2003). Berdasarkan dua definisi di atas peneliti menyimpulkan bahwa performa perusahaan adalah kumpulan berbagai indikator yang menggambarkan kemampuan perusahaan menjalankan bisnisnya dan mengelola segala sumber dayanya untuk mencapai tujuannya.

John B Guared membangun beberapa indikator yang mampu mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia dan non sumber daya manusia menjadi profit : (John, 2005)

- a. *assets* yang terdiri dari tiga hal, *pertama*, *current assets* yang mana menggambarkan kepemilikan uang tunai, hutang perusahaan,

inventoris, serta barang-barang yang dapat dijadikan uang. *Kedua*, *fixed assets* yang terdiri dari modal perusahaan, bangunan perusahaan, dan pabrik perusahaan. *other assets* yang terdiri dari hak paten dan cipta, kepemilikan *franchise*, dan merek dagang.

- b. *shareholder equity* yang terdiri dari *current liabilities* berupa hutang terhadap bank, catatan yang telah dibayarkan ke bank. *fixed liabilities* berupa obligasi.

Pamela Peterson juga menjelaskan beberapa indikator dalam mengukur performa keuangan perusahaan: (Pamela Peterson, 1996)

- A. *return on investment ratio* indikator ini digunakan untuk mengukur keefektifan perusahaan dalam mengelolah *assetnya* dalam kegiatan operasional. Adapun beberapa rumus yang digunakan.

$$\text{basic earning power ratio;} \quad \frac{\text{earning before tax and interest}}{\text{total assets}}$$

$$\text{return on assets:} \quad \frac{\text{net income}}{\text{total assets}}$$

$$\text{return on equality:} \quad \frac{\text{net income}}{\text{book value of equity}}$$

- B. *Tobins'q* indikator ini mampu mengukur nilai yang tepat yang diciptakan oleh perusahaan. selain itu juga indikator ini mampu menjelaskan kepemilikan asset perusahaan yang tidak terwujud, kekuatan pasar perusahaan, serta peluang investasi di masa depan.

$$\text{Tobins'q:} \quad \frac{\text{market value of asset}}{\text{replacement cost of asset}}$$

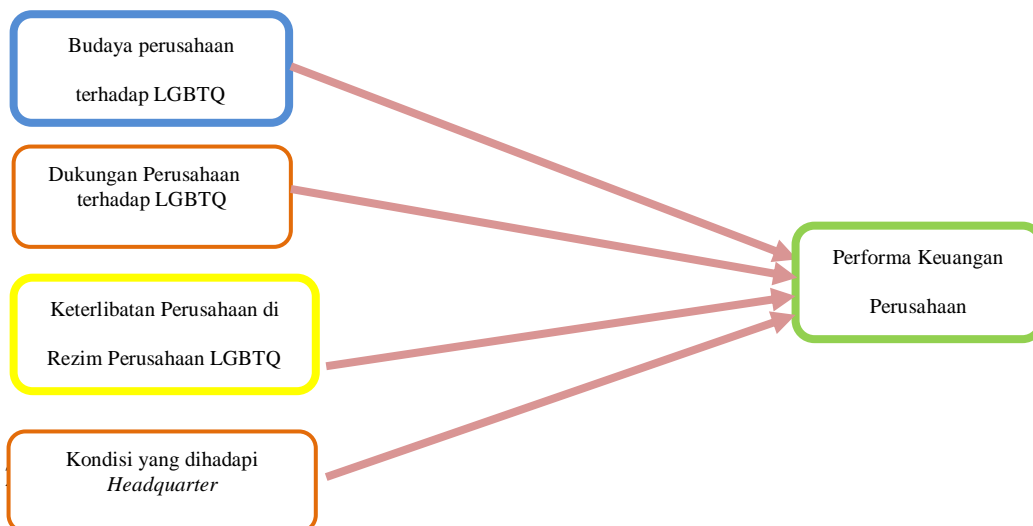
Dave Wade juga berpendapat bahwa dalam performa keuangan dapat ditingkat dengan mengelolah modal uang yang mereka miliki dan kemampuan mereka dalam menggandakan sekaligus meningkatkan penerimaan *cash flow*

perusahaan. seperti penerimaan *return of asset*, *return off equaty* hingga harga perlembar saham perusahaan (David Wade,2008).

Performa perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam mengelolah segala aset yang mereka miliki menjadi modal dan aset baru. Performa keuangan perusahaan merupakan gambaran kondisi kesehatan perusahaan atau kemampuan perusaahan dalam menciptakan keuntungan. Perusahaan yang baik ialah yang mampu menerapkan kebijakan perusahaan dengan efisien dan efektif sehingga mampu meningkatkan serta menggandakan modal yang mereka miliki. Performa keuangan perusahaan pada penelitian ini akan dijadikan sebagai variabel dependen yakni variabel di pengaruhi oleh variabel independen.

2.6 Kerangka Pemikiran

Gambar 2 1 Model Kerangka Pemikiran



2.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan prediksi atas terjadinya sebuah kejadian dan memprediksi hubungan antar variabel yang telah ditetapkan (John Creswell, 2018). Penelitian ini akan melakukan uji pengaruh hubungan antar variabel sehingga memerlukan adanya hipotesis. Adapun Hipotesis pada penelitian ini adalah:

$H_1(X_1)$: budaya perusahaan terhadap LGBTQ berpengaruh signifikan terhadap performa keuangan perusahaan.

$H_0(X_1)$: budaya perusahaan terhadap LGBTQ tidak berpengaruh signifikan terhadap performa keuangan perusahaan.

$H_1(X_2)$: dukunagn perusahaan terhadap LGBTQ berpengaruh signifikan terhadap performa keuangan perusahaan.

$H_0(X_2)$: dukungan perusahaan terhadap LGBTQ tidak berpengaruh signifikan terhadap performa keuangan perusahaan

$H_1(X_3)$: keterlibatan perusahaan di rezim perusahaan LGBTQ berpengaruh signifikan terhadap performa keuangan perusahaan.

$H_0(X_3)$: keterlibatan perusahaan di rezim perusahaan LGBTQ tidak berpengaruh signifikan terhadap performa keuangan perusahaan.

$H_1(X_4)$: kondisi yang dihadapi *Headquarter* berpengaruh signifikan terhadap performa keuangan perusahaan.

$H_0(X_4)$: kondisi yang dihadapi *Headquarter* tidak berpengaruh signifikan terhadap performa keuangan perusahaan

Nilai Signifikan yang digunakan (*two-tiled*) t-value 1.96

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif yang dalam pemikiran Creswell merupakan sebuah pendekatan yang memiliki alur logika deduktif dan terstruktur yang akan melakukan uji teori dengan cara memeriksa hubungan antar variabel yang umumnya memiliki indikator yang dapat diukur sehingga data yang diperoleh akan dianalisis dengan alat bantu statistika.

Pada penelitian ini data yang digunakan juga cenderung bersifat numerik dan akan mentransform data non numerik menjadi data numerik (John Creswell, 2018). Penelitian ini juga akan menggunakan 40 perusahaan global dari Amerika Serikat dan Non Amerika Serikat sebagai sample penelitian hal ini ditetapkan untuk memperoleh keumuman serta keragaman sample penelitian, sehingga diharapkan dapat mampu menjelaskan dengan baik tentang fenomena budaya dukungan perusahaan terhadap LGBTQ. Penelitian ini akan fokus terhadap pengujian hubungan dan pengaruh antara budaya dukungan perusahaan terhadap LGBTQ terhadap performa keuangan perusahaan dengan melibatkan *business statement for transgender equality* dan kondisi yang dihadapi perusahaan utama sebagai variabel kontrol.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah sekumpulan karakteristik atau atribut dari individu organisasi yang dapat diukur atau diamati (John Creswell, 2018). Sebuah variabel untuk dapat diukurnya harus memiliki berbagai faktor pembangun sekaligus indikator. Pada penelitian ini jenis variabel yang akan digunakan adalah: Variabel independen yang didefinisikan oleh Creswell yakni variabel yang mempengaruhi sebuah hasil dari penelitian eksperimental, variabel yang sengaja dibentuk untuk menguji variabel dependen. Variabel dependen menurut Creswell adalah variabel yang bergantung terhadap variabel independen, variabel ini merupakan hasil pengaruh dari variabel independen. Penelitian ini juga melibatkan variabel kontrol yaitu sebuah variabel yang memiliki kemampuan untuk memperkuat maupun memperlemah hubungan antara variabel. (John Creswell) Variabel yang akan digunakan pada penelitian ini:

- A. variabel independen: budaya perusahaan terhadap LGBTQ, dukungan perusahaan terhadap LGBTQ, keterlibatan perusahaan di rezim perusahaan LGBTQ, kondisi yang dihadapi *headquarter*.
- B. variabel dependen: performa keuangan perusahaan global.

Definisi operasional merupakan rangkaian prosedur dalam mengukur sebuah konsep lebih spesifik (Earl Babbies, 2014). Definisi operasional menurut peneliti adalah sebuah teknik atau langkah langkah bagi seseorang peneliti dalam melakukan proses penelitian, yang mampu membantu dalam menganalisis sebuah konsep ataupun variabel lebih spesifik seperti dengan memperjelas faktor dan indikator dari sebuah variabel, sehingga akan mengurangi kesalahan pengukuran dan pengamatan.

Tabel 3 1Definisi Operasional

Variabel	Elemen	Definisi	Indikator	Pengukuran dan Skala
Budaya Perusahaan atas kelompok LGBTQ (Independent)	<i>Artifact</i>	Budaya perusahaan terefleksi dalam bentuk: logo, misi, statement perusahaan, tujuan perusahaan, hingga karakteristik kantor perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Ada atau tidaknya budaya tentang memproduksi komoditas dengan logo LGBTQ/<i>Diversity</i> - Ada atau tidaknya budaya tentang memproduksi komoditas dengan slogan LGBTQ/<i>Diversity</i>. - Ada atau tidaknya budaya memproduksi iklan dengan nilai nilai LGBTQ. - Ada atau tidaknya statement petinggi perusahaan bahwa perusahaan ramah LGBTQ. 	<ul style="list-style-type: none"> - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya <p>Skala Nominal (0-1)</p>
	<i>Conscious Contrate and Norms</i>	Budaya perusahaan berupa aturan-aturan prosedur yang mengatur interaksi antar karyawan, termasuk kebijakan perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Ada atau tidaknya ketergabungan CEO perusahaan di The CEO Action and Diversity. - Ada atau tidaknya budaya tentang penerimaan karyawan LGBTQ. - Ada atau tidaknya budaya perusahaan memberikan advokasi terhadap LGBTQ. - Ada atau tidaknya budaya perusahaan berpartisipasi pada acara <i>pride parade</i> LGBTQ. 	<ul style="list-style-type: none"> - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya <p>Skala Nominal (0-1)</p>
	Budaya pendanaan acara LGBTQ	Segala bentuk budaya pemberian dana investasi pada acara yang berhubungan dengan LGBTQ	<ul style="list-style-type: none"> - Ada atau tidaknya menjadi sponsor pada organisasi internasional LGBTQ - Ada atau tidaknya budaya perusahaan memberi dana pendidikan terhadap LGBTQ. 	<ul style="list-style-type: none"> - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya - 0 = tidak ada budaya 1 = ada budaya <p>Skala Nominal (0-1)</p>
Dukungan Perusahaan	Dukungan perusahaan terhadap karyawan LGFBT.	Bentuk tindakan perusahaan yang berupaya mensejahterakan	<ul style="list-style-type: none"> - Ada atau tidaknya dukungan perusahaan yang memperbolehkan 	<ul style="list-style-type: none"> - 0 = tidak ada dukungan 1 = ada dukungan

		karyawan LGBTQ.	<p>pembentukan serikat pekerja LGBTQ.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ada atau tidaknya tentang pemberian benefit kepada karyawan LGBT - Ada atau tidaknya pelatihan karyawan LGBTQ 	<ul style="list-style-type: none"> - 0 = tidak ada dukungan - 1 = ada dukungan <p>Skala Nominal (0-1)</p>
Rezim Perusahaan Internasional (Independen)	Terlibat pada reim perusahaan global	Akan menilai apakah keterkaitan perusahaan terhadap rezim/norma internasional mempengaruhi performa keuangan.	<ul style="list-style-type: none"> - Apakah perusahaan bergabung pada <i>Bussiness statement for transgender equality</i>. - Apakah perusahaan tergabung di Global Bussiness Coalition LGBT. 	<ul style="list-style-type: none"> - 0=tidak bergabung - 1=bergabung <p>Skala Nominal</p>
	Pengimplementasian <i>Standar of Conduct for Bussiness on Tackling Discrimination Againts LGBTQ People</i>	Akan melihat apakah ada peran <i>Standar of Conduct for Bussiness on Tackling Discrimination Againts LGBTQ Peopler</i> terhadap performa keuangan	<ul style="list-style-type: none"> = Perusahaan menghormati Hak Asasi Manusia dari pekerja, customer, community LGBTQ - Perusahaan menghapuskan diskriminasi atas LGBTQ di tempat kerja - Perusahaan mendukung karyawan LGBTQ di tempat kerja - Perusahaaa tidak melakukan disriminasi terhadap customer, supplier, distributor LGBTQ - Perusahaan membela hak asasi manusia atas LGBTQ di tempat mereka melakukan bisnis/ 	<ul style="list-style-type: none"> - 0 = tidak - 1 = ya - 0 = tidak - 1 = ya - 0 = tidak - 1 = ya - 0 = tidak - 1 = ya <p>Skala Nominal</p>
Kondisi Hone Coutry Perusahaan	Situasi yang di hadapi oleh <i>Home Country</i> Perusahaan		<ul style="list-style-type: none"> - Apakah <i>Home Country</i> berada di negara yang memiliki UU Non Diskriminasi LGBTQ - Apakah masyarakat di <i>home country</i> menerima LGBTQ 	<ul style="list-style-type: none"> - 0 = tidak - 1 = ya - 0 = tidak - 1 = ya <p>Skala Nominal</p>
Performa Perusahaan (Dependent)	<i>Return of Asset</i>	Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total asset yang mereka miliki	Persentase dari keuntungan dagang yang diperoleh setelah laba bersih perusahaan dibagi	Persen Skala Rasio

			dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan	
	<i>Return of Equity</i>	Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk para investor dengan menggunakan modal sendiri	Persentase dari keuntungan dagang yang diperoleh setelah ekuitas rata rata pemegang saham dibagi dengan laba bersih perusahaan	Persen Skala Rasio
	Saham	Kondisi pergerakan Saham perusahaan di Bursa Saham	Harga perlembar saham yang di jual di pasar saham	US\$ Skala Rasio

3.3 Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan unit penelitian yang telah dipilih untuk dilakukan pengujian (John Creswell,2018). Sample dipilih dengan pertimbangan ketersediaan data perusahaan, dan tujuan penelitian agar data yang diperoleh nanti lebih terwakilkan serta cukup menggambarkan secara global.

Tabel 3 2 Populasi Penelitian

Perusahaan Amerika Serikat	Perusahaan non Amerika Serikat
Walmart, Amazon, Apple, Microsoft, Bank of America, Dell Technology, Johnson & Johnson, Boeing, Intel Corporation, The Walt Disney Company, Facebook, Pepsi Co, Sysco Corporation, Cisco System, Manulife Financial, Coca-Cola, Mondelez International, Starbuck, Subaru, Uber.	Royal Dutch Sell, Toyota Motor, Samsung Electronic, Honda Motor, HSBC Holdings, Nestle, Airbus, Alibaba Group, Panasonic, Unilever, Lenovo Group, AIA Group, Tata Group, Adidas, Accenture, Spotify, Deutches Bank.

3.4 Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Data sendiri dapat berupa numerik dan non numerik yang mengandung informasi dan bukti yang telah dikumpulkan secara cermat sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang umumnya berupa data statistik yang dirujuk dari berbagai laporan, dokumen

dan data-data yang berasal dari penelitian terdahulu, seperti : Laporan tahunan perusahaan, Website resmi perusahaan, The Gartner, PwC network serta berbagai report tentang *rainbow capitalism*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan elemen utama dalam suatu penelitian. Data dapat diperoleh dari berbagai sumber data baik primer atau sekunder. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dari berbagai laporan perusahaan, dokumen online, berita online, data-data dari peneliti sebelumnya, website resmi perusahaan, berbagai website yang relevan. Penelitian ini berfokus untuk mengkaji hubungan kebijakan perusahaan atas kelompok LGBTQ dengan performa perusahaan dan melibatkan rezim perusahaan LGBTQ.

3.5 Teknik Analisis Data

Pada sebuah penelitian uji pengaruh yang model penelitiannya memiliki lebih dari satu variabel dependen, dibutuhkan alat atau metode analisis selain regresi. Salah satu metode yang bisa di gunakan dalam menganalisis persamaan jalur adalah *Structural Equation Model (SEM)*(Rahmad dan suhardi,2019). SEM merupakan salah satu teknik analisis yang digunakan untuk melakukan pengujian dan estimasi pada hubungan kausal dengan mengintegrasikan analisis jalur dan analisis faktor. Terdapat dua jenis SEM yaitu *Covariance-Based Structural Equation Modeliing (CB-SEM)* dan *Partial Least Square Path Modelling (PLS-SEM)*, pada penelitian ini jenis yang akan digunakan adalah PLS SEM yang mampu melakukan pengujian hubungan prediktif antar variabel dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar variabel tersebut. PLS SEM juga tidak mensyaratkan jumlah sampel besar serta menggunakan skala pengukuran nominal,

ordinal dan *continuous*, selain itu juga tidak mensyaratkan data terdistribusi normal, mengabaikan efek multikolinieritas antar indikator, dan variabel latennya, bahkan estimasi parameter dapat dengan langsung dilakukan tanpa persyaratan kriteria *goodness of fit*. PLS SEM juga cocok dalam menguji model penelitian dengan dasar teori yang lemah. Analisis PLS adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antar variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan pada spesifikasi data: sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang. Terdapat dua tahap evaluasi model pengukuran pada PLS-SEM dengan tujuan menilai validitas dan reliabilitas suatu model.

a. Tahap Pertama Model Pengukuran (Outer Model)

Pada PLS-SEM tahapan ini dikenal dengan uji validitas variabel yang terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Hubungan yang kuat antar variabel dan item-item pertanyaanya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya, merupakan salah satu cara untuk menguji validitas variabel, yang terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Uji Validitas Variabel

Validitas Konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran-pengukuran dari suatu variabel seharusnya berkorelasi tinggi. Program SmartPLS dapat melakukan uji validitas indikator reflektif dengan melihat nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan antara 0.6-0.7 untuk penelitian yang

bersifat *exploratory*, serta nilai *average variance inflation factor* (AVE) harus lebih besar dari 0.5.

Validitas Diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran-pengukuran variabel yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Validitas diskriminan dapat dilihat dengan melihat nilai *cross loading*. Dengan setiap variabel harus lebih besar dari 0.70.

Uji Reliabilitas

Pengujian ini berfungsi untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur variabel. Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dengan dua cara: *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (CR)*. *Rule of Thumb* untuk menilai reliabilitas variabel adalah dengan nilai CR harus lebih dari 0.70.

b. Tahap Kedua Model Struktural (Inner Model)

Terdapat beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural yaitu *R-Square* dan *Signifikansi*. Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. *R-Square* 0.75, 0.50 dan 0.25 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, moderate, dan lemah. Nilai Signifikan yang digunakan (*two-tailed*) t-value 1.65 yakni level signifikan 10%, 1,96 yakni level signifikan 5%, 2.58 yakni level signifikan 1%.

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir penelitian yang akan berisi rangkuman dan inti dari penelitian ini. Bab ini terdiri dari sub-bab kesimpulan, saran dan rekomendasi. Sub-bab kesimpulan akan berisi hasil sekaligus temuan dari penelitian ini, sub-bab saran dan rekomendasi akan berisi cara-cara yang berkaitan dengan LGBTQ yang diperlukan perusahaan dalam meningkatkan performa keuangannya.

5.1 Kesimpulan

Berbagai tahapan dari perumusan masalah hingga pemaparan hasil uji telah dilakukan pada penelitian ini guna menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan. Adapun kesimpulan yang akan disampaikan ialah:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer-Model*)

Pada tahapan ini indikator yang telah dibangun oleh peneliti mampu merepresentasikan keseluruhan variabel yang telah ditetapkan hanya satu indikator yang tidak memenuhi standar dan peneliti tidak melibatkan lagi indikator tersebut. Performa keuangan perusahaan pada penelitian ini memiliki nilai R-Square sebesar 0.360 atau 36%, maknanya variabel dependen dapat dijelaskan oleh seluruh variabel independen sebesar 36%.

Sedangkan sisanya yakni 64% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini

2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer-Model*)

Tahapan kedua dalam penelitian ini ialah uji pengaruh, hasil uji menunjukkan bahwa budaya perusahaan atas LGBTQ dan tantangan yang dihadapi perusahaan utama di *homecountry* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan keuangan perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai T statistic 2.407 dan 3.315.

5.2 Saran dan Rekomendasi

Hasil analisis dari pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini kemudian membentuk saran dan rekomendasi. Saran dan rekomendasi merupakan bagian dari manfaat penelitian ini, yang mana akan diberikan pada keilmuan hubungan internasional, perusahaan dan masyarakat, serta peneliti lainnya yang berencana akan melanjutkan atau membutuhkan penelitian dengan tema serupa.

1. Penelitian ini setelah melakukan uji pengaruh terhadap hal hal apa saja yang berpengaruh terhadap peningkatan performa perusahaan. Saran yang dapat peneliti berikan kepada perusahaan adalah dengan berfokus terhadap pembentukan dan penyebaran budaya perusahaan atas LGBTQ di negara-negara yang menerima nilai nilai LGBTQ. Serta mulai bertahap menyebarluaskan ke perusahaan cabang di negara-negara yang menolak nilai-nilai LGBTQ secara impisit sehingga tidak menimbulkan penolakan yang besar bahkan menimbulkan perdebatan

di masyarakat yang menolak adanya nilai-nilai LGBTQ. Penelitian ini juga merekomendasikan bagi perusahaan yang belum menerapkan budaya perusahaan LGBTQ agar mulai menerapkan budaya tersebut, karena hal ini merupakan salah satu kesempatan bagi perusahaan untuk dapat terus berkompentensi di perdagangan dan juga berpeluang memperoleh karyawan berkualitas tinggi.

2. Bagi Masyarakat yang kontra terhadap LGBTQ, Peneliti saat ini belum mampu untuk memberikan saran ataupun rekomendasi. Peneliti hanya ingin menyampaikan bahwa setelah melihat perilaku berbagai perusahaan yang mendukung nilai LGBTQ. Peneliti menarik sebuah kesimpulan bahwa hingga saat ini perusahaan perusahaan diatas hanya menerapkan budaya tersebut di internal perusahaan dan hanya menyebarkan budaya tersebut di negara-negara yang sudah mulai menerima nilai LGBTQ.

5.3 *Limitation of Research*

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan seperti penelitian pada umumnya. Kekurangan ini diharapkan menjadi sarana pembelajaran dan perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Peneliti juga berharap kekurangan ini dapat diperbaiki oleh peneliti ataupun penelit lain yang tertarik dengan tema pada penelitian ini. Berikut beberapa batasan pada penelitian ini :

1. Peneliti ini menggunakan metode *partial least square*, sebuah metode yang mensyaratkan model kerangka pemikiran yang dibangun harus berdasarkan teori ataupun konsep yang sudah teruji hubungannya, selain itu juga konsep yang digunakan harus memiliki indikator yang

sangat jelas. Konsep yang relatif belum banyak dikembangkan serta meskipun telah melakukan berbagai *litelature review* peneliti belum mampu menemukan konsep yang tepat digunakan dalam penelitian ini. Indikator yang telah dibangun juga terlihat tumpang tindih bahkan terdapat indikator yang berasal bukan dari konsep. Kekurangan diatas diharapkan mampu diperbaiki oleh penelitian selanjutnya.

2. Ketersediaan data serta belum banyak peneliti yang mengkaji tema ini. Peneliti mengakui data yang digunakan pada penelitian ini sangat jauh dari kata sempurna, subjektivitas peneliti dan keterbatasan waktu dalam memperoleh data menjadi hambatan dalam memperoleh data yang baik dan sempurna. Sumber penelitian terdahulu yang relatif sedikit menjadi salah satu hambatan dan membuat penelitian ini jauh dari kata sempurna. Sample pada penelitian yang hanya berjumlah 37 perusahaan global juga menurut peneliti belum mampu menjelaskan kondisi yang utuh dan kompleks mengenai budaya perusahaan LGBTQ.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Azevedo, G. (2019). *From Multinational to Global Companies: Identifying The Dimensions of The Change*. Rio De Janero: Pontificia Universidade Catolica do Rio de Janero.

Babbies, E. (2014). *The Basics of Social Research*. Ohio: Wadsworth Publishing.

Carlos A Ball, 2019, *The Queering of Corporate America ; How Big Business Went From LGBTQ adversary to Ally*, Boston : Beacon Press

Christopher A Barlett & Sumantra Ghoshal, 1997, "*The Individualized Corporation*", London: William Heinemman.

David Wade, 2008, *Corporate Performance Management : How to Build a Better Organization Through*, Oxford : Butterworth Heinemann.

Development, W. B. (2018). *A Survey of WBCSD members and Global Networks Partners*. Jenewa: WBCSD Head Office.

Edgar H Schein, 2009, *The Corporate Culture Survival Guide*, San Fransisco : Jossey Bass, Hal 40

Guilherme Azevedo, 2019, *From Multinational to Global Companies: Identifying The Dimensions of The Change*. Pontificia Universidade Catolica do Rio de Janero

Geordeler, K. P. (2017). *The KPMG Survey of Corporate Social Responsibility Reporting 2017*. Belanda: KPMG Central Service.

Ghoshal, C. A. (1997). *The Individualized Corporation*. London: William Heinemman.

- John B Guared, 2005, *Corporate Financial Policy and R&D Management*,
Canada: John & Wiley Sons
- John H Dunning & Sarianna, 2008, *Multinational enterprise and the Global
Economy 2nd Edition*, Inggris : Edward Elgar Publishing
- John Mikler, 2013, *The Handbook of Global Companies*, Inggris : John & Wiley
Publishing.
- John W Creswell, 2018, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed
Methods Approach 5ed*, California: Sage Publication. Hal 42.
- Kim S Cameron, R. E. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Culture*.
San Fransisko: Jossey Bayy.
- Kotter, J. P. (1992). *Corporate Culture and Performance*. New York: The Free
Press.
- Mc Michael Philip, 2017, *Development and Social Change*, New York : Sage
Publication.
- Michael E Porter, 1998, “*Competitive Strategy : Techniques From Analyzing
Industries and Competitor*”, New York: The Free Press
- Michael Lebas, Euske, 2007, *A Conceptual and Operational Delineation of
Performance, Performance Measure: Theory and Practice*, Cambridge :
Cambridge University Press.
- Mikler, J. (2013). *The Handbook of Global Companies*. London: John & Wiley
Publishing.
- Pamela P Peterson, 1996, *Company Performance and Measure Value Added*,
Virginia: CFA Instititue.

- Peterson W, 2003, *An Organizational Performance Assessment System For Agricultural Research Organization Concept, Methods Procedur*, Waginengen : The International Service for National Agriculture Research
- Rahmad Salling Hamid dan Suhardi M Anwar, 2019, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta : PT Inkubator Penulis Indonesia
- Robert Eisenberg & Robin Huntington, 1986, *Perceived Organizational Support*, *Journal of Applied Psychology*, Vol 71, Washington : American Psychological Association.
- Robert Jackson & Georg Sorensen, 2013, *Introduction to International Relations Theories and Approaches 5 Ed*, London : Oxford Press, Hal 99-117.
- Sarianna, J. H. (2008). *Multinational enterprise and the Global Economy 2nd Edition*. London: Edward Elgar Publishing.
- Steans, J. *An Introduction to International Theory: Perspective and Themes*. London: Pearson.
- Wayne Visser, 2014, *CSR 2.0 Transforming Corporate Sustainability and Responsibility*, London: Kaleidoscope Future Lab.
- Victoria W Miroshnik & Dipak Basu, 2014, *Corporate Culture in Multinational Companies : A Japanese Perspective*, London: Palgrave Macmillan, Hal 5.

Jurnal

- Anninda Rachamn, 2017, Pentingnya Perceived Organizational Support Terhadap Employee Work Attitude, *Drs J Tanzil & Associates*, Surabaya : Drs Tanzil & Associates
- Beverly Little dalam Gartini Nurcholis & Widjajaning, 2020, The Impact of Organizational Culture and Perceived Organizational Support on Employee Engagement, *Education and Humanities Research Vol 395*, Paris: Atlantis Press
- Blessing, M. O. (2016). Effects of Customer Value Co-Creation on Customer Loyalty in the Nigerian Service Industry. *International Journal Business and Management, Vol 11* , 77.
- Chintrakan, P. (2018). Do LGBT-Supportive Corporate Policies Improve Credit Rating? An Instrumental-Variable Analysis. *Journal of Economic Litelature* .
- Development, W. B. (2018). *A Survey of WBCSD members and Global Networks Partners*. Jenewa: WBCSD Head Office.
- Harriet Friedman, 1982, The Political Economy of Food: The Rise and Fall of The Postwar International Food Order, *American Journal of Sociology, Vol 88*, Chicago : University Chicago Pers
- Gartini Nurcholis & Widjajaning, 2020, The Impact of Organizational Culture and Perceived Organizational Support on Employee Engagement, *Education and Humanities Research Vol 395*, Paris : Atlantis Press
- Geordeler, K. P. (2017). *The KMPG Survey of Corporate Social Responsibility Reporting 2017*. Belanda: KPMG Central Service.

Linda Rhoades & Robert Eisenberger, 2002, Perceived Organizational Support: A Review of The Literature, *Journal of Applied Psychology*, Vol 87, Washington : American Psychological Association

Mohammed Hossain, Muhammad Atif, Ammed Ahmed, dan Lokman Mia, 2019, Do LGBT Workplace Diversity Policies Create Value For Firms?, *Journal of Business Ethic*, New York ; Springer.

Shan Liwei, Shan Fu, dan Lu Zheng, 2016, Corporate Sexual Equality and Firm Performance, *Strategic Management Journal*, New Jersey : Wiley.

Russel Cropanza & Jerald Greenberg, 1997, Progress in Organizational Justice: Tunneling Through The Maze, *International Review of Industrial and Organizational Psychology Vol 12*, New York: John & Wiley.

Shaun Pichler, (2016). "Do LGBT – Supportive Corporate Policies Enhance Firm Performance? *Human Resource Management, Vol 57, Issue 1*.

Ukler Colakoglu *et,al*, 2010, The Effects Of Perceived Organizational Support on Employees Affective Outcomes: Evidence From Hotel Industry, *Tourism and Hospitality Management*, Vol 6, Opatija: University of Rijeka

Veda Fatmy. (2016). Does Gay and Lesbian Friendliness Pay Off?: A New Look at LGBTQ Policies and Firm Performance. *School of Business* .

Laporan

Coca-Cola, 2019, *Business & Sustainability Report The Coca Cola Company*,
Georgia : Coca Cola.

Dave Huges dan Stephen Peters, New: Nearly 180 Companies Oppose Alarming
Effort to erase Transgender people from legal protection. *The Human Right
Campaign*, Amerika Serikat : HRC

Human Right Campaign. Corporate Equality Index 2019 : Rating Workplace on
Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Queer Equality, *Corporate
Equality Index*, Washington Dc : HRC.

Klynveld Peat Marvick Geordeler, 2017, The KMPG Survey of Corporate Social
Responsibility Reporting 2017, *KPMG The Road a Head*, Amsterdam :
KPMG Central Service

Nestle, 2019, *Nestle Enchancing Quality of Life and Contributing to Healthier
Future*, Vevey : Nestle.

Unilever, 2019, *Unilever Annual Report an Account 2019I*, London: Unilever.

Unilever, 2020, *Open Innovation: Bringing the best solution to billions consumer*,
London; Unilever.

United Nations Confence of Trade and Development, 2007, *The Universe of the
Largest Transnational Corporation*, Jenewa : United Nations Publication.

World Business Council for Suistanble Development, 2018, A Survey of
WBCSD members and Global Networks Partners, *Business and the SDGs*,
Jenewa : WBCSD Head Office

Website dan Situs Internet Resmi

Boeing	http://investors.boeing.com/investors/investor-
Coca-Cola	https://www.coca-colacompany.com"
Forbes	https://www.forbes.com/sites"
Harper Bazaar	https://www.harpersbazaar.com
Huffingpost	https://www.huffingtonpost.com
Human Right Watch	https://www.hrc.org/blog/nearly-180-
Nestle	https://www.nestle.com/investor"
Republika	https://republika.co.id/berita/qc
Starbuck	https://www.starbuck.com
TATA	https://tata.com/diversity
Time	https://time.com
The New Arab	https://english.alaraby.co.uk/english
Uber	https://uber.com/diversity
TradeMap	https://trademaps.com