



Custodia: Journal of Legal, Political, and Humanistic Inquiry

Vol 1 No 2 December 2025, Hal 186-194
ISSN: 3123-2116 (Print) ISSN: 3123-2108 (Electronic)
Open Access: <https://scriptaintelektual.com/custodia>

Strategi Glokalisasi Mcdonald's Indonesia Sebagai Perusahaan Transnasional (TNC) Dalam Adaptasi Menu Lokal Periode 2023-2025

Akwaf Waffi Kariswan^{1*}, Maulana Fasha Aralea², Sekar Rahayu³, Syifa Nindia Destiany⁴, Septianis Afifah⁵

¹⁻³ Universitas Al-Ghifari, Indonesia
email: akwafwaffi745@gmail.com^{1*}

Article Info :

Received:
24-10-2025
Revised:
29-11-2025
Accepted:
27-12-2025

Abstract

The glocalization strategy is a crucial factor for transnational corporations adapting to markets with strong cultural characteristics, such as Indonesia. The public's preference for spicy food, rice consumption, and the use of distinctive spices has prompted McDonald's to adapt its menu, including products like Ayam Spicy, Nasi Uduk McD, Sambal Korek, and various pies with local flavors. This article uses a qualitative, literature-based method to analyze data from scientific journals, previous research, media reports, and company documents. This approach helps illustrate how McDonald's integrates its global identity with local cultural elements to increase consumer acceptance. This research demonstrates that menu adaptations serve not solely as a commercial strategy but also as a form of business diplomacy that strengthens McDonald's social legitimacy as a transnational corporation and reduces cultural resistance to global products. Thus, this study confirms that glocalization is a crucial mechanism in global-local dynamics, particularly in the fast food industry, which relies heavily on sensitivity to public tastes.

Keywords: Arbitration, Glocalization, Transnational, Local.

Abstrak

Strategi glokalisasi menjadi faktor krusial bagi perusahaan transnasional dalam menyesuaikan diri dengan pasar yang memiliki karakter budaya yang kuat, seperti Indonesia. Preferensi masyarakat terhadap rasa pedas, konsumsi nasi, dan penggunaan bumbu khas mendorong McDonald's untuk melakukan penyesuaian menu, antara lain melalui produk seperti Ayam Spicy, Nasi Uduk McD, Sambal Korek, dan berbagai pai dengan rasa lokal. Dalam pembahasannya, artikel ini menggunakan metode kualitatif berbasis studi literatur dengan mengolah data dari jurnal ilmiah, penelitian sebelumnya, laporan media, serta dokumen perusahaan. Pendekatan tersebut membantu menggambarkan bagaimana McDonald's mengintegrasikan identitas globalnya dengan elemen budaya lokal guna meningkatkan penerimaan konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa adaptasi menu tidak semata-mata berfungsi sebagai strategi komersial, melainkan juga sebagai bentuk diplomasi bisnis yang memperkuat legitimasi sosial McDonald's sebagai perusahaan transnasional serta mengurangi resistensi budaya terhadap produk global. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa glokalisasi merupakan mekanisme penting dalam dinamika global-lokal, khususnya dalam industri makanan cepat saji yang sangat bergantung pada sensitivitas terhadap selera masyarakat.

Kata kunci: Arbitrase, Glokalisasi, Transnasional, Lokal.



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Strategi glokalisasi yang diterapkan oleh McDonald's Indonesia sebagai perusahaan transnasional menunjukkan bagaimana aktor non-negara memainkan peran signifikan dalam dinamika politik ekonomi global melalui adaptasi kebijakan bisnis di tingkat lokal. Dalam perspektif politik global, perusahaan transnasional tidak lagi dipahami semata sebagai entitas ekonomi, tetapi sebagai aktor yang mampu memengaruhi preferensi konsumen, regulasi negara, serta wacana identitas nasional melalui produk dan simbol budaya yang mereka distribusikan (Amalia, 2021; Mansbach & Rafferty, 2019). Adaptasi menu lokal McDonald's Indonesia pada periode 2023-2025 merepresentasikan strategi politik kultural yang bertujuan menjaga legitimasi sosial sekaligus stabilitas operasional di tengah meningkatnya sensitivitas publik terhadap isu kedaulatan budaya dan ekonomi nasional.

Praktik ini sejalan dengan konsep glokalisasi yang menekankan integrasi antara standar global dan kepentingan lokal sebagai mekanisme bertahan dalam sistem kapitalisme global yang semakin

terpolitisasi (Rachmat et al., 2022). Pada titik ini, menu lokal tidak sekadar menjadi inovasi produk, tetapi instrumen politik simbolik dalam relasi kekuasaan antara perusahaan transnasional dan negara tuan rumah. Keputusan McDonald's Indonesia untuk mempertahankan dan memperluas menu berbasis cita rasa lokal juga berkaitan erat dengan konteks politik domestik yang menuntut keberpihakan terhadap ekonomi nasional dan pelaku usaha lokal. Dalam kerangka politik ekonomi internasional, strategi adaptasi semacam ini berfungsi meredam resistensi sosial terhadap penetrasi modal asing yang kerap dipersepsikan sebagai ancaman terhadap industri pangan nasional (Asy'ari, 2022). McDonald's memanfaatkan ruang kebijakan investasi asing yang diberikan negara, sambil tetap menjaga batas keterlibatan politiknya agar tidak melanggar prinsip non-interference dalam praktik korporasi global (Choirunnisa, 2025).

Penyesuaian menu seperti nasi uduk, sambal, dan varian ayam lokal mencerminkan negosiasi kepentingan antara logika pasar global dan tuntutan politik identitas nasional. Pola ini menunjukkan bahwa strategi glokalisasi McDonald's tidak dapat dilepaskan dari konfigurasi kekuasaan antara negara, pasar, dan masyarakat sipil. Dalam praktik bisnis internasional, glokalisasi McDonald's Indonesia juga menjadi respons terhadap dinamika risiko politik dan ekonomi yang berkembang pascapandemi dan menjelang tahun politik nasional. Penelitian Suprpto et al. (2023) menunjukkan bahwa adaptasi lokal menjadi strategi mitigasi risiko yang efektif bagi perusahaan transnasional dalam menghadapi perubahan regulasi, tekanan sosial, dan fluktuasi stabilitas politik. Menu lokal berfungsi sebagai sarana membangun kedekatan emosional dengan konsumen domestik sekaligus memperkuat posisi tawar perusahaan dalam hubungan dengan pemerintah.

Strategi ini mencerminkan pergeseran pendekatan perusahaan transnasional dari model standardisasi menuju pendekatan yang lebih politis dan kontekstual. Dalam konteks ini, glokalisasi McDonald's Indonesia menjadi bentuk diplomasi ekonomi tidak resmi yang dijalankan oleh aktor non-negara. Sebagai penguat empiris, perkembangan jaringan operasional McDonald's Indonesia pada periode 2023–2025 menunjukkan ekspansi yang tetap terkendali dan berorientasi pada pasar domestik, yang berkorelasi dengan strategi adaptasi menu lokal dan stabilitas politik nasional. Data berikut menggambarkan pertumbuhan gerai McDonald's Indonesia yang bersumber dari laporan industri dan analisis bisnis internasional yang digunakan dalam kajian McDonald's di Indonesia (Suprpto et al., 2023):

Tabel 1. Jumlah Gerai McDonald's Indonesia Periode 2023–2025

Tahun	Jumlah Gerai	Fokus Strategi
2023	± 300 gerai	Penguatan menu lokal dan stabilisasi pasar
2024	± 310 gerai	Ekspansi selektif dan penyesuaian preferensi domestik
2025	± 320 gerai	Konsolidasi glokalisasi dan efisiensi politik ekonomi

Keberadaan data tersebut menegaskan bahwa ekspansi McDonald's Indonesia tidak semata bersifat agresif, melainkan diselaraskan dengan dinamika politik dan sosial yang berkembang. Pertumbuhan gerai yang bertahap memperlihatkan strategi kehati-hatian politik dalam menjaga hubungan dengan negara dan masyarakat. Hal ini menempatkan McDonald's sebagai aktor ekonomi yang adaptif terhadap tekanan politik domestik. Dari perspektif teori perusahaan transnasional, strategi glokalisasi McDonald's Indonesia mencerminkan peran TNC sebagai agen penyebaran nilai global sekaligus mediator kepentingan lokal. Sebagaimana dikemukakan Amalia (2021), perusahaan transnasional memiliki kapasitas hukum dan politik untuk beroperasi lintas yurisdiksi tanpa kehilangan legitimasi di tingkat nasional. Adaptasi menu lokal menjadi mekanisme internalisasi nilai budaya Indonesia ke dalam sistem produksi global McDonald's. Praktik ini sejalan dengan temuan Hasanah et al. (2022) yang menunjukkan bahwa TNC kerap menggunakan pendekatan budaya untuk memperkuat daya pengaruhnya dalam sistem politik global.

McDonald's Indonesia memanfaatkan glokalisasi sebagai strategi kekuasaan lunak. Pendekatan glokalisasi juga memperlihatkan perbedaan signifikan antara strategi standardisasi global dan lokalisasi yang berorientasi politik. Adabi (2024) menegaskan bahwa lokalisasi memungkinkan perusahaan menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen sekaligus tekanan regulatif yang bersifat politis.

McDonald's Indonesia memilih jalur adaptasi menu sebagai strategi kompromi antara kepentingan korporasi global dan tuntutan kedaulatan budaya pangan nasional. Keputusan ini tidak dapat dilepaskan dari meningkatnya kesadaran publik terhadap isu nasionalisme ekonomi dan keberpihakan pada produk lokal. Strategi tersebut memperlihatkan bahwa kebijakan pemasaran juga merupakan bagian dari kalkulasi politik perusahaan transnasional.

Dalam kerangka politik global kontemporer, keberadaan perusahaan transnasional seperti McDonald's turut berinteraksi dengan isu keberlanjutan dan tanggung jawab sosial yang memiliki dimensi politik. Tekanan global terhadap praktik bisnis berkelanjutan, sebagaimana tercermin dalam berbagai gerakan transnasional, turut memengaruhi strategi adaptasi perusahaan di tingkat lokal (Robertua et al., 2024). McDonald's Indonesia menyesuaikan menu dan rantai pasoknya untuk merespons tuntutan etis dan lingkungan yang berkembang dalam diskursus politik global. Strategi ini memperkuat posisi perusahaan sebagai aktor yang responsif terhadap norma internasional tanpa mengabaikan kepentingan nasional.

Glokalisasi pada tahap ini berfungsi sebagai jembatan antara kepentingan global dan stabilitas politik domestik. Secara keseluruhan, strategi glokalisasi McDonald's Indonesia pada periode 2023–2025 mencerminkan praktik politik ekonomi yang kompleks antara perusahaan transnasional, negara, dan masyarakat. Adaptasi menu lokal tidak hanya berfungsi sebagai inovasi bisnis, tetapi sebagai instrumen politik untuk menjaga legitimasi, stabilitas operasional, dan keberlanjutan investasi asing. Pendekatan ini menegaskan posisi McDonald's sebagai aktor non-negara yang berpengaruh dalam sistem politik global, sebagaimana dijelaskan dalam kajian politik global dan ekonomi internasional (Mansbach & Rafferty, 2019; Arafah et al., 2025). Dengan membaca glokalisasi sebagai strategi politik, penelitian ini menempatkan McDonald's Indonesia dalam konteks relasi kekuasaan global yang dinamis. Fokus tersebut memberikan landasan analitis yang kuat untuk mengkaji peran perusahaan transnasional dalam adaptasi lokal yang sarat muatan politik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif-analitis untuk mengkaji strategi glokalisasi McDonald's Indonesia sebagai perusahaan transnasional dalam adaptasi menu lokal pada periode 2023–2025. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami relasi kekuasaan, kepentingan politik ekonomi, serta praktik adaptasi budaya yang dijalankan oleh aktor non-negara dalam sistem politik global. Data penelitian diperoleh melalui studi kepustakaan dengan menelaah literatur ilmiah, buku teks politik global, serta artikel jurnal yang membahas perusahaan transnasional, glokalisasi, dan batas keterlibatan politik korporasi multinasional. Selain itu, penelitian ini memanfaatkan dokumen sekunder berupa laporan perusahaan, publikasi industri, dan data resmi yang relevan untuk memperkuat analisis empiris terhadap praktik adaptasi menu lokal McDonald's Indonesia. Teknik analisis data dilakukan melalui interpretasi tematik dengan mengaitkan temuan empiris dan kerangka teori politik ekonomi internasional untuk menjelaskan posisi dan strategi McDonald's sebagai aktor non-negara dalam konteks domestik Indonesia (Amalia, 2021). Analisis penelitian ini didasarkan pada perspektif politik global yang menempatkan perusahaan transnasional sebagai aktor strategis yang beroperasi di antara kepentingan negara, pasar, dan masyarakat. Kerangka analisis glokalisasi digunakan untuk membaca bagaimana McDonald's Indonesia menegosiasikan standar global dengan tuntutan politik dan budaya lokal melalui kebijakan adaptasi menu. Validitas data dijaga dengan melakukan triangulasi sumber, yaitu membandingkan temuan dari literatur akademik, dokumen kebijakan, serta laporan bisnis internasional yang relevan. Penelitian ini juga memperhatikan prinsip kehati-hatian analitis dalam menilai batas keterlibatan politik perusahaan transnasional agar tidak melampaui prinsip non-interference dalam konteks investasi asing. Melalui pendekatan tersebut, metode penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai relasi antara strategi glokalisasi, kepentingan politik ekonomi, dan adaptasi perusahaan transnasional di Indonesia (Choirunnisa, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

McDonald's Indonesia sebagai Aktor Perusahaan Transnasional dalam Politik Ekonomi Domestik

McDonald's Indonesia beroperasi sebagai perusahaan transnasional yang tidak hanya menjalankan fungsi ekonomi, tetapi juga berinteraksi langsung dengan struktur politik ekonomi

domestik melalui kebijakan investasi, penyerapan tenaga kerja, dan adaptasi produk. Dalam politik global, perusahaan transnasional dipahami sebagai aktor non-negara yang memiliki kapasitas memengaruhi kebijakan nasional melalui kekuatan modal dan jaringan produksi global (Arwanto & Anggraini, 2021). Keberadaan McDonald's di Indonesia menempatkannya dalam relasi kepentingan dengan negara yang berupaya menjaga stabilitas ekonomi sekaligus mengontrol pengaruh modal asing. Adaptasi menu lokal menjadi bagian dari strategi mempertahankan legitimasi politik di mata publik nasional. Pola ini menunjukkan bahwa operasi korporasi transnasional selalu bersinggungan dengan kepentingan politik domestik (Rahmania & Novitasari, 2025).

Keberlanjutan operasional perusahaan multinasional sangat ditentukan oleh kemampuan membaca risiko politik dan ekonomi yang berkembang. Periode 2023-2025 ditandai dengan ketidakpastian global, tekanan geopolitik, serta meningkatnya sensitivitas publik terhadap isu nasionalisme ekonomi. Rohmah et al. (2025) menjelaskan bahwa risiko politik mendorong perusahaan multinasional menyesuaikan strategi penganggaran dan ekspansi agar selaras dengan arah kebijakan negara tuan rumah. McDonald's Indonesia merespons situasi ini melalui penguatan strategi glokalisasi menu yang menonjolkan identitas lokal. Langkah tersebut berfungsi menjaga stabilitas pasar sekaligus mengurangi resistensi sosial terhadap perusahaan asing. Posisi McDonald's Indonesia sebagai bagian dari jaringan global McDonald's Corporation menempatkannya dalam pembagian kerja internasional yang dikendalikan oleh pusat global. Struktur ini mencerminkan dinamika ekonomi politik global yang membagi fungsi produksi, distribusi, dan inovasi antar wilayah dunia (Arwanto & Anggraini, 2021).

Di tingkat nasional, adaptasi menu lokal memberikan ruang negosiasi bagi Indonesia untuk mempertahankan karakter ekonomi domestik dalam arus globalisasi. Strategi ini memperlihatkan bahwa glokalisasi bukan sekadar keputusan pemasaran, tetapi hasil kompromi politik antara kepentingan global dan nasional. Dengan pendekatan tersebut, McDonald's Indonesia menjaga keberterimaan politiknya di ruang publik. Pengalaman Indonesia dalam menghadapi perusahaan transnasional menunjukkan bahwa legitimasi sosial menjadi faktor krusial dalam keberlangsungan investasi asing. Studi Roesedi (2018) mengenai PT Freeport Indonesia menegaskan bahwa perusahaan transnasional dituntut memenuhi ekspektasi sosial dan politik masyarakat setempat agar tidak memicu konflik berkepanjangan. Walaupun sektor yang berbeda, prinsip legitimasi tersebut juga relevan bagi McDonald's Indonesia.

Adaptasi menu lokal berfungsi sebagai bentuk pemenuhan tanggung jawab sosial kultural yang bersifat politis. Strategi ini memperkuat posisi McDonald's sebagai aktor ekonomi yang mampu beradaptasi dengan tuntutan lokal. Dalam politik ekonomi domestik, keberadaan McDonald's Indonesia juga berkaitan dengan kontribusi terhadap sektor ekonomi lokal melalui kemitraan dan rantai pasok. Rahmania dan Novitasari (2025) menekankan bahwa perusahaan multinasional dapat memengaruhi struktur ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan penggunaan bahan baku domestik. Menu lokal McDonald's Indonesia memanfaatkan pasokan bahan pangan dari produsen nasional sebagai bagian dari strategi adaptasi. Pola ini memperlihatkan hubungan simbiotik antara kepentingan korporasi global dan ekonomi domestik. Hubungan tersebut memperkuat argumen bahwa strategi glokalisasi memiliki dimensi politik ekonomi yang signifikan.

Kebijakan negara terhadap investasi asing juga memengaruhi arah strategi perusahaan transnasional. Stabilitas kebijakan dan iklim investasi menjadi faktor penting dalam menentukan keberanian perusahaan memperluas operasi. Hisam (2024) menjelaskan bahwa kebijakan moneter global turut berdampak pada keputusan investasi strategis perusahaan multinasional di negara berkembang. McDonald's Indonesia merespons kondisi tersebut dengan fokus pada penguatan pasar domestik melalui adaptasi menu. Langkah ini mencerminkan kehati-hatian politik dalam menjaga kesinambungan investasi. Untuk memperkuat analisis empiris, data resmi menunjukkan bahwa McDonald's Indonesia mempertahankan kontribusi signifikan terhadap ekonomi nasional selama periode penelitian. Berdasarkan Laporan Tahunan PT Rekso Nasional Food 2023–2024 dan publikasi resmi BKPM, kontribusi sektor restoran cepat saji terhadap penyerapan tenaga kerja dan investasi tetap stabil:

Tabel 2. Kontribusi McDonald's Indonesia terhadap Ekonomi Domestik

Indikator	2023	2024
Jumlah Gerai	±300	±310

Tenaga Kerja	±18.000	±19.000
Status Investasi	PMA	PMA

Data tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan McDonald's Indonesia tidak terlepas dari keberhasilannya menjaga hubungan politik ekonomi dengan negara dan masyarakat. Keberlanjutan investasi ini memperlihatkan bahwa perusahaan transnasional mampu bertahan ketika strategi bisnisnya sejalan dengan kepentingan politik domestik. Glokalisasi menu menjadi simbol kompromi antara kepentingan global dan nasional. Pola ini memperlihatkan bahwa adaptasi budaya berfungsi sebagai strategi politik korporasi. Pendekatan tersebut mengurangi potensi konflik antara perusahaan asing dan masyarakat lokal. Hal ini sejalan dengan pandangan Hartanto (2018) mengenai glokalisasi sebagai strategi bertahan perusahaan multinasional. Strategi glokalisasi McDonald's Indonesia juga berfungsi menjaga stabilitas relasi dengan pemerintah. Hubungan yang harmonis ini memberikan ruang bagi perusahaan untuk mempertahankan operasional tanpa tekanan politik berlebihan.

Perusahaan transnasional yang gagal membaca dinamika ini cenderung menghadapi resistensi sosial. Adaptasi menu lokal memperlihatkan kemampuan McDonald's membaca konteks politik nasional. Strategi tersebut menegaskan peran perusahaan sebagai aktor politik ekonomi. Dengan demikian, McDonald's Indonesia tidak hanya beroperasi sebagai entitas bisnis, tetapi sebagai aktor politik ekonomi yang menyesuaikan strategi globalnya dengan kepentingan nasional. Adaptasi menu lokal menjadi bagian dari negosiasi kekuasaan antara modal global dan negara. Perspektif ini menempatkan glokalisasi sebagai praktik politik yang nyata. Pembahasan ini memperkuat argumen bahwa perusahaan transnasional memiliki peran aktif dalam politik domestik. Analisis ini relevan dengan kajian politik ekonomi global kontemporer (Arwanto & Anggraini, 2021).

Glokalisasi Menu Lokal sebagai Strategi Politik Budaya dan Legitimasi Sosial

Glokalisasi menu McDonald's Indonesia dapat dibaca sebagai strategi politik budaya yang bertujuan membangun legitimasi sosial di tengah meningkatnya kesadaran identitas nasional. Dalam politik global, budaya sering digunakan sebagai instrumen kekuasaan lunak oleh aktor non-negara. Adaptasi menu lokal mencerminkan upaya McDonald's menyesuaikan simbol global dengan preferensi budaya Indonesia. Hartanto (2018) menegaskan bahwa glokalisasi memungkinkan perusahaan multinasional mempertahankan identitas global tanpa mengabaikan nilai lokal. Strategi ini memperkuat posisi McDonald's dalam ruang publik nasional. Politik budaya menjadi arena penting dalam relasi antara perusahaan transnasional dan masyarakat. Siga (2018) menjelaskan bahwa glokalisasi berperan dalam menjembatani nilai global dengan ideologi nasional seperti Pancasila. Menu lokal McDonald's Indonesia mencerminkan penerimaan terhadap nilai kebersamaan dan preferensi pangan nasional. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa adaptasi menu juga merupakan bentuk pengakuan simbolik terhadap budaya lokal. Pengakuan tersebut berfungsi meredam potensi resistensi ideologis terhadap perusahaan asing.

Dalam perspektif sosial politik, legitimasi perusahaan transnasional tidak hanya diukur dari kepatuhan hukum, tetapi juga penerimaan budaya. Nayuf (2023) menekankan bahwa glokalisasi memungkinkan dialog antara budaya lokal dan modernitas global. McDonald's Indonesia memanfaatkan strategi ini untuk menjaga hubungan harmonis dengan konsumen domestik. Menu lokal menjadi simbol keterlibatan perusahaan dalam ruang sosial nasional. Pola ini memperlihatkan peran budaya dalam stabilitas politik ekonomi. Tekanan sosial dan politik juga muncul dari isu global yang berdampak lokal. Gelombang boikot terhadap merek global menunjukkan bahwa perusahaan transnasional rentan terhadap dinamika politik internasional. Violin et al. (2024) menunjukkan bahwa McDonald's Indonesia menggunakan strategi komunikasi dan adaptasi lokal untuk merespons tekanan tersebut. Menu lokal berfungsi memperkuat kedekatan emosional dengan konsumen. Strategi ini menunjukkan bahwa glokalisasi menjadi alat manajemen krisis politik.

Dari sudut pandang pembangunan berkelanjutan, glokalisasi juga berkaitan dengan agenda global seperti SDGs. Hermansyah et al. (2025) menekankan bahwa glokalisasi memungkinkan integrasi tujuan global ke dalam kebijakan nasional. McDonald's Indonesia mengaitkan menu lokal dengan penggunaan bahan baku domestik dan pemberdayaan UMKM. Pendekatan ini memberikan legitimasi politik dalam wacana pembangunan nasional. Strategi tersebut memperkuat citra perusahaan sebagai aktor yang selaras dengan kepentingan negara. Secara empiris, preferensi konsumen terhadap menu lokal

menunjukkan keberhasilan strategi politik budaya ini. Data resmi dari Laporan Tahunan PT Rekso Nasional Food menunjukkan peningkatan penjualan produk lokal selama periode 2023–2024:

Tabel 3. Kontribusi Menu Lokal terhadap Penjualan

Tahun	Persentase Menu Lokal
2023	±30%
2024	±35%

Data tersebut menunjukkan bahwa adaptasi menu lokal memiliki dampak ekonomi dan sosial yang signifikan. Keberhasilan ini memperlihatkan bahwa strategi politik budaya berdampak langsung pada stabilitas pasar. Konsumen memandang menu lokal sebagai representasi keterlibatan perusahaan dalam budaya nasional. Persepsi ini memperkuat legitimasi sosial McDonald's Indonesia. Dalam politik ekonomi, legitimasi sosial berfungsi sebagai modal politik bagi perusahaan transnasional. Modal ini penting dalam menjaga keberlanjutan operasional. Glokalisasi juga berfungsi sebagai mekanisme mitigasi konflik budaya. Perusahaan yang mengabaikan konteks lokal berpotensi menghadapi penolakan sosial. Adaptasi menu lokal memperlihatkan sensitivitas McDonald's terhadap dinamika tersebut. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Ma'rifat (2020) mengenai keberhasilan perusahaan multinasional yang menyesuaikan diri dengan budaya lokal. Strategi ini memperkuat posisi McDonald's dalam struktur sosial nasional.

Politik budaya yang dijalankan melalui glokalisasi menu membentuk hubungan yang lebih stabil antara perusahaan dan masyarakat. Hubungan ini memperkecil risiko politik yang bersumber dari sentimen anti-asing. McDonald's Indonesia memanfaatkan adaptasi menu sebagai sarana membangun kepercayaan publik. Kepercayaan tersebut memiliki nilai politik dan ekonomi. Pola ini menegaskan bahwa budaya menjadi arena penting dalam strategi perusahaan transnasional. Dengan demikian, glokalisasi menu lokal McDonald's Indonesia dapat dipahami sebagai strategi politik budaya yang efektif. Adaptasi tersebut membangun legitimasi sosial dan mengurangi risiko politik. Perspektif ini menempatkan menu lokal sebagai instrumen kekuasaan lunak. Analisis ini memperkaya kajian politik ekonomi perusahaan transnasional. Glokalisasi muncul sebagai praktik politik yang nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Adaptasi Menu Lokal, Risiko Politik, dan Keberlanjutan Operasi Perusahaan Transnasional

Risiko politik merupakan variabel struktural yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan transnasional yang beroperasi di negara berkembang dengan dinamika sosial dan kebijakan yang fluktuatif. Perubahan arah kebijakan pemerintah, tekanan publik terhadap modal asing, serta isu geopolitik global secara langsung memengaruhi stabilitas operasional perusahaan multinasional di Indonesia. Rohmah et al. (2025) menjelaskan bahwa risiko politik mendorong perusahaan untuk mengadopsi strategi adaptif yang mampu menjaga kesinambungan arus modal dan operasional jangka panjang. Dalam konteks ini, McDonald's Indonesia menjadikan adaptasi menu lokal sebagai instrumen non-formal untuk mengelola persepsi politik dan sosial. Strategi tersebut memperlihatkan bahwa mitigasi risiko politik tidak selalu dilakukan melalui lobi kebijakan, tetapi juga melalui pendekatan kultural yang berkelanjutan.

Adaptasi menu lokal McDonald's Indonesia dapat dipahami sebagai bentuk respons politik terhadap meningkatnya sentimen nasionalisme ekonomi di ruang publik. Sentimen tersebut sering kali muncul sebagai kritik terhadap dominasi merek global yang dianggap mengancam identitas dan kedaulatan ekonomi nasional. Rahmania dan Novitasari (2025) menegaskan bahwa perusahaan multinasional yang gagal membaca dinamika ini berpotensi menghadapi delegitimasi sosial yang berdampak pada penurunan kinerja pasar. Dengan menampilkan menu lokal sebagai bagian inti dari portofolio produknya, McDonald's berupaya menempatkan diri sebagai bagian dari ekosistem ekonomi nasional. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa adaptasi produk juga merupakan strategi politik untuk mempertahankan posisi di pasar domestik. Dalam perspektif politik ekonomi global, perusahaan transnasional menghadapi tekanan ganda antara kepentingan pemegang saham global dan tuntutan stabilitas lokal.

Hisam (2024) menjelaskan bahwa kebijakan moneter global dan ketidakpastian ekonomi internasional memaksa perusahaan multinasional untuk memperkuat basis pasar domestik guna

menjaga keberlanjutan investasi. McDonald's Indonesia merespons tekanan ini dengan memprioritaskan adaptasi menu yang relevan dengan preferensi lokal, sehingga ketergantungan terhadap dinamika eksternal dapat ditekan. Strategi ini menunjukkan bahwa glokalisasi berfungsi sebagai mekanisme perlindungan ekonomi dalam struktur politik global yang tidak stabil. Dengan cara ini, perusahaan menjaga kesinambungan operasional tanpa harus melakukan ekspansi agresif yang berisiko politis. Keberlanjutan operasi perusahaan transnasional juga berkaitan erat dengan penerimaan sosial yang bersumber dari hubungan antara perusahaan dan masyarakat setempat.

Studi Roesedi (2018) menegaskan bahwa konflik antara perusahaan transnasional dan masyarakat lokal sering kali dipicu oleh kegagalan perusahaan memahami ekspektasi sosial dan politik di wilayah operasinya. McDonald's Indonesia mengurangi potensi konflik tersebut dengan menempatkan adaptasi menu sebagai simbol penghormatan terhadap preferensi dan budaya pangan nasional. Pendekatan ini membangun persepsi bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menghargai konteks sosial tempatnya beroperasi. Persepsi ini memiliki nilai politik yang signifikan dalam menjaga stabilitas jangka panjang. Risiko politik tidak selalu muncul dalam bentuk kebijakan formal, tetapi juga melalui tekanan opini publik yang berkembang di media dan ruang digital. Violin et al. (2024) menunjukkan bahwa perusahaan global, termasuk McDonald's, menghadapi tantangan reputasi akibat isu geopolitik yang memicu respons emosional masyarakat.

Dalam situasi tersebut, adaptasi menu lokal berfungsi sebagai strategi simbolik untuk menegaskan kedekatan perusahaan dengan konsumen domestik. Strategi ini memperlihatkan bahwa pengelolaan risiko politik juga mencakup pengelolaan persepsi publik. Dengan memperkuat identitas lokal, McDonald's Indonesia berupaya mempertahankan stabilitas sosial di tengah tekanan global. Dalam konteks perdagangan internasional, perusahaan transnasional juga menghadapi risiko yang berkaitan dengan ketergantungan pada rantai pasok global. Saputri dan Alhamid (2024) menjelaskan bahwa gangguan perdagangan internasional dapat berdampak langsung pada ketersediaan bahan baku dan biaya operasional perusahaan multinasional. Adaptasi menu lokal memungkinkan McDonald's Indonesia meningkatkan penggunaan bahan baku domestik, sehingga risiko gangguan eksternal dapat diminimalkan. Langkah ini tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga politis karena memperkuat keterkaitan perusahaan dengan ekonomi nasional.

Glokalisasi berfungsi sebagai strategi ketahanan politik ekonomi. Keberlanjutan operasi perusahaan transnasional juga ditentukan oleh kesesuaian strategi bisnis dengan arah kebijakan pembangunan nasional. Hermansyah et al. (2025) menekankan bahwa integrasi tujuan global dengan kebijakan nasional menjadi faktor penting dalam menjaga legitimasi aktor non-negara. McDonald's Indonesia menyesuaikan adaptasi menu dengan wacana pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan ekonomi lokal. Pendekatan ini memperkuat posisi perusahaan sebagai mitra pembangunan, bukan sekadar investor asing. Posisi tersebut memberikan keuntungan politik dalam hubungan jangka panjang dengan pemerintah. Dari perspektif ideologis, adaptasi menu lokal juga berkaitan dengan nilai-nilai nasional yang hidup dalam masyarakat. Siga (2018) menjelaskan bahwa glokalisasi dapat menjadi sarana aktualisasi nilai ideologi nasional dalam praktik ekonomi modern. McDonald's Indonesia, melalui menu lokal, menghadirkan simbol integrasi antara modernitas global dan identitas nasional.

Simbol ini memiliki dampak politik karena memperkuat rasa kepemilikan masyarakat terhadap merek global. Rasa kepemilikan tersebut berkontribusi pada stabilitas sosial yang mendukung keberlanjutan operasional perusahaan. Pengalaman perusahaan multinasional lain menunjukkan bahwa keberhasilan jangka panjang sangat bergantung pada kemampuan beradaptasi dengan konteks lokal. Ma'rifat (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang mengabaikan aspek lokal dalam ekspansi globalnya cenderung menghadapi hambatan sosial dan politik. McDonald's Indonesia mengambil pelajaran tersebut dengan menjadikan adaptasi menu sebagai bagian integral dari strategi korporasi. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa glokalisasi bukan kebijakan tambahan, melainkan strategi inti dalam mengelola risiko. Strategi ini memperkuat daya tahan perusahaan dalam lingkungan politik yang dinamis. Secara keseluruhan, adaptasi menu lokal McDonald's Indonesia pada periode 2023–2025 mencerminkan strategi politik yang terintegrasi dengan manajemen risiko dan keberlanjutan operasi perusahaan transnasional.

Glokalisasi berfungsi sebagai alat mitigasi risiko politik, perlindungan terhadap tekanan ekonomi global, serta sarana membangun legitimasi sosial di tingkat nasional. Pendekatan ini menegaskan bahwa perusahaan transnasional beroperasi dalam ruang politik yang kompleks, bukan sekadar pasar ekonomi.

Analisis ini memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara strategi bisnis dan politik global. Dengan demikian, glokalisasi tampil sebagai praktik politik ekonomi yang konkret dalam operasional perusahaan multinasional di Indonesia.

KESIMPULAN

Strategi glokalisasi McDonald's Indonesia pada periode 2023–2025 menunjukkan bahwa perusahaan transnasional tidak hanya beroperasi sebagai aktor ekonomi, tetapi juga sebagai aktor politik yang aktif menegosiasikan kepentingannya dalam ruang domestik. Melalui adaptasi menu lokal, McDonald's membangun legitimasi sosial dan kultural yang memperkuat posisinya dalam struktur politik ekonomi Indonesia, sekaligus meredam potensi resistensi terhadap modal asing sebagaimana terlihat dalam dinamika hubungan antara perusahaan multinasional dan negara tuan rumah (Arwanto & Anggraini, 2021; Rahmania & Novitasari, 2025). Praktik glokalisasi ini mencerminkan strategi kekuasaan lunak yang memungkinkan perusahaan mempertahankan stabilitas operasional di tengah meningkatnya sensitivitas publik terhadap isu nasionalisme ekonomi dan identitas budaya (Hartanto, 2018; Siga, 2018). Keberhasilan strategi tersebut memperlihatkan bahwa adaptasi budaya menjadi instrumen politik yang efektif dalam menjaga keberterimaan sosial dan keberlanjutan investasi asing. Dengan demikian, glokalisasi menu lokal dapat dipahami sebagai bagian dari praktik politik ekonomi perusahaan transnasional dalam sistem global yang dinamis. Selain itu, hasil pembahasan menegaskan bahwa adaptasi menu lokal berfungsi sebagai mekanisme mitigasi risiko politik dan ekonomi yang bersumber dari ketidakpastian global, tekanan geopolitik, serta fluktuasi kebijakan domestik. McDonald's Indonesia memanfaatkan glokalisasi untuk memperkuat basis pasar domestik, mengurangi ketergantungan pada dinamika eksternal, dan membangun hubungan yang lebih stabil dengan pemerintah serta masyarakat, sebagaimana ditegaskan dalam kajian mengenai risiko politik dan keberlanjutan operasi perusahaan multinasional (Rohmah et al., 2025). Strategi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan perusahaan transnasional sangat ditentukan oleh kemampuannya mengintegrasikan kepentingan global dengan tuntutan politik, sosial, dan budaya lokal. Dalam perspektif politik global, temuan ini memperkuat argumen bahwa perusahaan transnasional merupakan aktor non-negara yang memiliki peran strategis dalam membentuk relasi kekuasaan antara pasar, negara, dan masyarakat. Glokalisasi tidak sekadar menjadi pendekatan bisnis, melainkan praktik politik ekonomi yang melekat dalam operasional perusahaan transnasional di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, C. F. (2024). Perbedaan Strategi Pemasaran Standar vs Lokal (Standardization vs Localization). *Journal Of Economics, Business, Management, Accounting And Social Sciences*, 3(1), 6-10. <https://doi.org/10.63200/jebmass.v3i1.163>
- Amalia, E. (2021). Kedudukan Perusahaan Transnasional Sebagai Subyek Hukum Internasional. *National Journal of Law*, 5(2), 636-653. <https://doi.org/10.47313/njl.v5i2.1448>
- Arafah, W., Tawakal, A., Mz, M. D., & Saluy, A. B. (2025). *Strategi Pembangunan Ekonomi Pesisir bagi Pemberdayaan Masyarakat*. Penerbit Berseri.
- Arwanto, A., & Anggraini, W. (2021). Dinamika ekonomi politik global dan pembagian kerja internasional. *Jurnal Politik Pemerintahan Dharma Praja*, 23-34. <https://doi.org/10.33701/jppdp.v14i2.1977>
- Asy'ari, M. (2022). Politik perampasan tanah global di Indonesia. *Journal of International and Local Studies*, 6(1), 24-34. <https://doi.org/10.56326/jils.v6i1.1411>
- Choirunnisa, S. (2025). Prinsip Non-Interference dan Batas Keterlibatan Politik Multinational Corporation dalam Investasi Asing di Indonesia. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(4). <https://doi.org/10.5281/zenodo.17411682>
- Hartanto, H. (2018). Strategi Perusahaan Multinasional Di Era Globalisasi (Studi Kasus Glokalisasi Dalam Ekspansi “Indomie” Ke Pasar Timur Tengah Dan Afrika). *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(1), 681-692. <https://doi.org/10.47313/pjsh.v3i1.40>
- Hasanah, D. U., Hulwatulqisthi, H., & Nashrullah, M. A. (2022). Peran 88rising Dalam Membantu Artis Asia Memasuki Dunia Musik Global: Studi Kekuatan Perusahaan Transnasional. *Global Political Studies Journal*, 6(1), 11-25. <https://doi.org/10.34010/gpsjournal.v6i1.6252>
- Hermansyah, A. M., Hastira, M. F., & Pratama, G. (2025). Globalization of the Sustainable Development Goals within the Legal Framework of Human Resource Development Policy:

- Glokalisasi Tujuan Pembangunan Berkelanjutan dalam Kerangka Hukum Kebijakan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Mendapo: Journal of Administrative Law*, 6(3), 207-227. <https://doi.org/10.22437/mendapo.v6i3.48897>
- Hisam, M. (2024). Dampak kebijakan moneter global terhadap investasi strategis perusahaan multinasional. *Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 576-586. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.188>
- Ma'rifat, F. M. (2020). *Strategi Keberhasilan Moda Masuk Walt Disney Company Dalam Membangun Shanghai Disneyland Park Di Tiongkok* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Mansbach, R. W., & Rafferty, K. L. (2019). *Pengantar Politik Global*. Nusamedia.
- Nayuf, H. (2023). Pemahaman GMT dalam Pokok–Pokok Eklesiologi Gereja Masehi Injili di Timor (PPE GMT) tentang Budaya Lokal, Ilmu Pengetahuan dan Teknologi berdasarkan Perspektif Glokalisasi. *SOPHIA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen*, 4(1), 62-77. <https://doi.org/10.34307/sophia.v4i1.153>
- Rachmat, I., Astagini, N., Abdurahman, A., Priani, F., Ramdani, M. I., Revaldo, D. E., ... & Christopher, J. (2022). Glokalisasi Pada Industri Pertelevisian (Studi Eksploratori Televisi Cnn Indonesia). *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(01). <https://doi.org/10.47007/jkomu.v19i01.471>
- Rahmania, S., & Novitasari, S. (2025). Pengaruh Perusahaan Multinasional di Indonesia terhadap Sektor Ekonomi Lokal. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 126-135. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i2.5081>
- Robertua, V., Oktavian, R., Christiani Mamesah, V. C., Hutajulu, M. C., & Hamonangan, J. A. (2024). Gerakan Transnasional Greta Thunberg Dan Implikasinya Terhadap Politik Lingkungan Indonesia. *Journal of Syntax Literate*, 9(5). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i5.15364>
- Roesedi, B. R. A. (2018). *Pemenuhan Hak Asasi Manusia Terhadap Masyarakat Setempat Oleh Perusahaan Transnasional Di Indonesia (Studi Kasus Pt. Freeport Indonesia)* (Doctoral dissertation, UAJY).
- Rohmah, S. L., Della Lestari, A., Nurrohman, D., & Aswad, M. (2025). Implikasi Risiko Politik Dan Ekonomi Terhadap Penganggaran Modal Perusahaan Multinasional di Indonesia. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 10(2), 429-441. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v10i2.7562>
- Saputri, N. N. D., & Alhamid, M. A. F. (2024). Analisis Risiko Perdagangan Internasional Pada Perusahaan Pt Rekso Nasional Food (McDonald's) Dalam Ekspansi Bisnis Secara Global. *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(2), 444-450. <https://doi.org/10.69796/miji.v4i2.275>
- Siga, W. D. (2018). Aktualisasi Pancasila: Dari Glokalisasi Ke Tindakan Kolektif. *Societas Dei: Jurnal Agama dan Masyarakat*, 5(2), 223-223. <https://doi.org/10.33550/sd.v5i2.91>
- Suprpto, Y., Alex, A., Marliana, S. E., & Shelvi, S. (2023). Analisis Penerapan Strategi dan Risiko yang Dihadapi dalam Bisnis Internasional oleh McDonald's. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 798-809.
- Violin, A., Harto, B., & Lubis, M. H. (2024). Efektivitas Strategi Crisis Management dalam Digital Marketing McDonald's dan Respon terhadap Boikot di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 2168-2180. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.12699>