

Arti Pentingnya Etika dan Tanggung Jawab Sosial Di Perusahaan Dalam Menghadapi Bisnis Internasional

¹Nugrhainy Hidayana, ²Hendra Ibrahim
^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

¹Nugrhainyhidayana@gmail.com, ²Hendra@ishlahiyah.ac.id

ABSTRAK

Bisnis internasional terjadi karena negara tidak mampu memenuhi seluruh kebutuhannya, mendorong kerja sama antar negara. Penelitian ini fokus pada peran etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis global dengan pendekatan kualitatif, menggambarkan bagaimana hal tersebut berperan dalam mengembangkan citra perusahaan. Dilakukan dalam metode analisis deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui studi literatur dari sumber seperti jurnal ilmiah. Hasilnya menunjukkan bahwa etika dan tanggung jawab sosial penting untuk citra dan pertumbuhan bisnis, dan bahwa perilaku etis dalam bisnis sangat penting untuk keberlangsungan jangka panjang. Etika bisnis bukan hanya tentang hukum, tetapi juga tentang standar moral yang lebih tinggi. Islam juga memberikan contoh tentang etika bisnis melalui ajaran Rasulullah SAW. Overall, etika bisnis merupakan upaya merumuskan dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam hubungan ekonomi manusia. Di tengah globalisasi, bisnis internasional semakin rumit, memunculkan perlunya memprioritaskan etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial. Penelitian ini mengeksplorasi peran masing-masing aspek tersebut dalam konteks bisnis internasional.

Kata Kunci: Bisnis Internasional, Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial.

PENDAHULUAN

Dalam melakukan bisnis, penting untuk mematuhi etika agar dianggap sebagai bisnis yang baik. Bisnis beretika mengacu pada nilai-nilai luhur, menggunakan nurani, empati, dan norma dalam pengelolaannya. Bisnis internasional terjadi ketika negara tidak bisa memenuhi semua kebutuhan, memunculkan kerjasama antarnegara. Pelaku etika bisnis bertanggung jawab pada masyarakat, menciptakan lingkungan kerja yang baik, serta mengatasi konflik budaya di perusahaan. Budaya perusahaan, kepercayaan, kejujuran, dan penghindaran konflik menjadi faktor penting dalam menciptakan suasana etika dalam perusahaan.

Bisnis internasional membawa perubahan dalam ekonomi dunia, namun juga memerlukan etika bisnis untuk menghindari kecurangan. Etika bisnis tidak hanya tentang keuntungan besar, tetapi juga memberikan kehidupan yang lebih baik dalam lingkungan bisnis. Ini melibatkan segala aspek yang berhubungan dengan individu, perusahaan, industri, dan masyarakat.

Teknologi yang pesat mendorong negara untuk mengembangkan bisnis baru dalam cakupan internasional, sementara pemerintah memiliki peran penting dalam mengawasi perdagangan internasional. Perusahaan internasional harus mengatasi rintangan politik dan beradaptasi dengan sistem hukum yang berbeda di pasar internasional. Selain etika, tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) penting untuk citra perusahaan dan

perkembangannya. Ini mencakup perlindungan dan kesejahteraan lingkungan serta pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaan.

Manajer dalam bisnis global harus seimbang antara tanggung jawab global dan kondisi lokal yang berbeda. Etika bisnis fokus pada moralitas dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis, melebihi standar hukum minimal. Dalam konteks etika bisnis internasional, tiga pandangan utama muncul untuk menangani perbedaan norma di berbagai negara: menyesuaikan diri dengan norma setempat, menghormati norma moral global, dan memberikan panduan etika bisnis bagi pebisnis lintas negara. Dana Persia, pendiri DP Image Consulting, memberikan wawasan tentang panduan etika bisnis bagi mereka yang berinteraksi dengan pebisnis dari berbagai negara.

Menurut Hill dan Jones pada tahun 1998, etika bisnis adalah sebuah doktrin yang membantu pemimpin perusahaan dalam membuat keputusan strategis yang melibatkan isu-isu moral yang kompleks dengan membedakan tindakan yang benar dan yang salah.

Perilaku etis dalam dunia bisnis menjadi krusial untuk kelangsungan bisnis itu sendiri. Bisnis yang tidak mematuhi prinsip-prinsip etis dapat merugikan dirinya sendiri, terutama jika dilihat dari perspektif jangka panjang. Sebuah bisnis yang sukses bukan hanya yang menghasilkan keuntungan semata, melainkan juga yang bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip moral. Perilaku yang baik dalam konteks bisnis adalah perilaku yang sejalan dengan nilai-nilai moral.

Bisnis memiliki keterkaitan dengan hukum yang kompleks. Banyak masalah muncul dalam ranah hukum terkait bisnis, baik di tingkat nasional maupun internasional. Meskipun norma hukum dan etika saling terkait, ketinggalan dalam hukum, dibandingkan dengan etika, membuka celah masalah baru terutama seiring perkembangan teknologi. Kini, pelanggaran etika bisnis menjadi hal umum dan tampaknya tidak disadari, terutama dalam aktivitas bisnis di Indonesia. Pelanggaran etika bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis yang tidak bertanggung jawab menjadi bagian dari persaingan yang tidak sehat, yang bertujuan untuk dominasi pasar, perluasan pangsa pasar, dan mencari keuntungan.

TINJAUAN PUSTAKA

Bisnis Internasional

Bisnis internasional adalah perdagangan lintas negara yang melibatkan ekspor dan impor, merupakan bentuk kerja sama antar negara untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi hanya dengan produksi dalam negeri. Keterlibatan semua negara dalam bisnis internasional terjadi karena tidak ada negara yang mampu memenuhi semua kebutuhannya sendiri, baik barang maupun jasa, sehingga perdagangan internasional muncul dari interaksi permintaan dan penawaran yang bersaing di pasar global.

Teori permintaan mengatakan bahwa perubahan harga disebabkan oleh perubahan dalam permintaan barang. Jika harga barang naik, permintaannya akan turun. Sementara teori penawaran menyatakan bahwa ketika harga yang ditawarkan naik, permintaan barang juga naik.

Kegiatan perdagangan internasional melibatkan ekspor dan impor. Ekspor merujuk pada penjualan barang dari suatu negara ke negara lainnya untuk meningkatkan devisa negara, mendukung pertumbuhan industri lokal, dan mematuhi regulasi yang berlaku. Di sisi lain, impor adalah pembelian barang dari luar negeri untuk memenuhi kebutuhan domestik dengan mematuhi peraturan impor yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Etika Bisnis

Kepuasan diartikan sebagai suatu keadaan yaitu harapan para pelanggan terhadap suatu layanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada setiap pelanggan. Jika pelayanan jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa.

Begitu juga sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa senang. Harapan para pelanggan dapat diketahui dari pengalamannya sendiri pada saat merasakan pelayanan, dan informasi dari orang lain atau informasi media periklanan. Kepuasan ialah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Etika adalah sekumpulan nilai-nilai yang terkait dengan cara hidup yang baik atau sebagai aturan dan kebiasaan yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Bisnis melibatkan proses meningkatkan nilai melalui layanan, perdagangan, dan produksi untuk mendapatkan keuntungan. Ini adalah entitas yang menciptakan barang atau layanan yang bermanfaat bagi penggunanya. Etika dan peraturan diperlukan untuk menjaga keberlangsungan bisnis dan lingkungan di sekitarnya.

Etika bisnis adalah pandangan mengenai moralitas, membedakan antara hal yang baik, buruk, benar, dan salah dalam konteks bisnis. Pelaku bisnis diharapkan untuk mematuhi dan berkomitmen pada etika yang terkait dengan bisnis mereka.

Etika bisnis mencakup prinsip-prinsip yang menjadi pedoman dalam mencapai tujuan bisnis:

- 1) Prinsip Otonomi menekankan kemampuan manusia untuk membuat keputusan yang bijaksana guna hasil yang baik.
- 2) Prinsip kejujuran, sebagai inti dari kekuatan perusahaan, memegang peran penting dalam mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk dan menghindari kecurangan.
- 3) Prinsip keadilan menekankan perlakuan yang adil terhadap seluruh karyawan demi memastikan penghargaan terhadap kontribusi mereka.
- 4) Prinsip saling menguntungkan menekankan perlunya perencanaan matang guna mendapatkan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat dalam bisnis.
- 5) Prinsip integritas moral menekankan pentingnya kepatuhan pada aturan dan menjaga reputasi baik baik pimpinan maupun perusahaan.

Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial dalam bisnis merupakan strategi yang sangat terkait dengan kesinambungan perusahaan dalam jangka panjang. Ini merujuk pada semua upaya bisnis untuk mencapai keseimbangan antara komitmen terhadap berbagai kelompok atau individu di lingkungan sosialnya, seperti karyawan, investor, pelanggan, pemasok, dan komunitas lokal, yang sering kali menjadi pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis tersebut.

1. Karyawan

Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap karyawannya meliputi pemberian keadilan, menganggap karyawan sebagai bagian penting dari perusahaan, menghormati, serta memberikan kesejahteraan. Perusahaan berupaya mencari, merekrut, melatih, dan memajukan karyawan yang memiliki kualitas kerja yang baik.

2. Investor

Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap investor dengan mematuhi prosedur akuntansi sesuai dengan perjanjian, memberikan informasi yang akurat mengenai kinerja keuangan, serta menjaga dan melindungi hak-hak investor. Keterbukaan dan kejujuran perusahaan diperlukan dalam mengevaluasi profitabilitas, pertumbuhan laba, dan nilai saham, sambil

menghindari aktivitas sensitif seperti insider trading, manipulasi harga saham, dan menyembunyian informasi keuangan.

3. Pelanggan

Perusahaan bertanggung jawab kepada pelanggannya dengan memberikan layanan terbaik, mempromosikan produk secara jujur, menetapkan harga yang adil, menjamin keamanan dalam pengiriman barang, menghormati garansi, dan menjaga kualitas produk yang ditawarkan.

4. Pemasok

Hubungan antara manajer dengan pemasok harus didasarkan pada kerjasama yang baik. Salah satunya adalah dengan tidak memanfaatkan pemasok melalui penjadwalan pengiriman bahan baku yang tidak realistis atau terus-menerus menurunkan margin laba serta menekan harga seminimal mungkin. Banyak perusahaan saat ini mengakui pentingnya perjanjian kemitraan yang saling menguntungkan dengan pemasok. Oleh karena itu, perusahaan selalu berkomunikasi mengenai rencana masa depan, bernegosiasi jadwal pengiriman bahan baku dan harga secara adil berdasarkan kesepakatan bersama, serta hal-hal lain yang terkait.

5. Komunikasi Lokal

Selain sebagai tanggung jawab, komunikasi lokal juga merupakan bentuk apresiasi perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya serta upaya mempertahankan kedudukannya dalam lingkungan tersebut. Biasanya, perusahaan memberikan sumbangan dalam bentuk program atau kegiatan yang memberi manfaat bagi masyarakat di sekitar perusahaan. Melalui inisiatif amal dan kegiatan yang bermanfaat ini, masyarakat akan memberikan penghargaan kepada perusahaan. Penghargaan ini membantu perusahaan dalam mempertahankan keberadaannya dan meraih penilaian yang positif karena dianggap peduli terhadap lingkungan sekitar.

METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan metode kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan serta menjelaskan peranan etika dan tanggung jawab sosial dalam konteks bisnis internasional. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi kepustakaan, dimana informasi yang relevan diperoleh dari buku-buku, jurnal ilmiah, dan sumber publikasi lain yang dianggap sebagai sumber yang valid untuk penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis internasional telah menjadi tidak terhindarkan di seluruh dunia karena telah tersebar luas dan menjadi sumber utama pendapatan bagi perusahaan dan negara, sambil juga memberikan manfaat kepada masyarakat. Oleh karena itu, tak mengherankan jika setiap negara bersaing untuk masuk ke pasar internasional. Saat ini, bisnis internasional telah berkembang dari sekadar memenuhi kebutuhan yang tak tercukupi di negara sendiri menjadi hubungan simbiosis mutualis di antara beberapa negara. Melalui kegiatan ekspor dan impor, bisnis internasional mampu menciptakan lapangan kerja baru, mendorong industrialisasi, memajukan sektor transportasi, serta membawa masuk perusahaan-perusahaan internasional ke dalam negara kita, dan hal-hal sejenisnya.

Dalam menjalankan bisnis internasional, penting untuk mematuhi etika bisnis yang tepat karena setiap negara memiliki budaya dan peraturan yang berbeda. Berikut adalah alasan pentingnya etika dalam bisnis internasional:

- 1) Mencegah konflik antara karyawan atau mitra bisnis yang berasal dari latar belakang

budaya yang berbeda.

- 2) Mengurangi risiko terjadinya tindakan curang yang mungkin dilakukan oleh perusahaan asing.
- 3) Mencegah eksploitasi berlebihan dari pihak perusahaan.
- 4) Melindungi aturan atau norma-norma yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Etika memiliki peran krusial dalam bisnis, karena “seorang pengusaha yang memiliki banyak rekan tidak bisa terlepas dari prinsip-prinsip etika yang baik.” Artinya, untuk menarik minat mitra bisnis, penting bagi kita untuk menjaga etika yang baik. Di sisi lain, dalam bisnis internasional, perbedaan budaya dari berbagai negara sering menyebabkan perbedaan pendapat dalam menangani permasalahan tertentu.

Dengan kemajuan teknologi yang pesat, sistem operasional perusahaan semakin canggih, tetapi hal ini juga bisa berdampak negatif. Perusahaan yang menerapkan etika bisnis yang kuat dapat mengurangi risiko yang mungkin timbul. Selain etika bisnis yang baik, penting bagi perusahaan untuk memiliki tanggung jawab terhadap individu yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Salah satunya adalah tanggung jawab sosial perusahaan, yang merupakan serangkaian kewajiban perusahaan dalam melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan. Manajer perusahaan yang beroperasi di pasar internasional harus mencapai keseimbangan yang tepat antara tanggung jawab sosial global dan kondisi lokal yang memerlukan pendekatan yang berbeda di negara-negara tempat perusahaan berbisnis.

Perusahaan menerapkan tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap lingkungan dan kesejahteraan sosial di tempat operasinya. Tanggung jawab sosial ini memiliki peran yang vital bagi perusahaan. Beberapa pihak yang mendapatkan manfaat dari tanggung jawab sosial termasuk:

a)Stakeholder Perusahaan, merupakan pihak yang langsung terpengaruh oleh praktik perusahaan dan memiliki kepentingan terhadap kinerja perusahaan tersebut. Ini meliputi konsumen, investor, dan terutama karyawan.

b)Lingkungan Alam, yang seringkali diabaikan oleh beberapa perusahaan dalam hal pengelolaan limbah. Namun, perusahaan kini lebih menyadari dampak negatif limbahnya. Banyak regulasi yang mengatur penanganan limbah, mendorong perusahaan untuk bertanggung jawab atas limbah yang dihasilkan. Beberapa perusahaan juga mengembangkan cara-cara untuk mengurangi dampak seperti hujan asam dan pemanasan global serta menciptakan metode alternatif untuk mendaur ulang limbah.

c)Kesejahteraan sosial umum, di mana perusahaan seringkali mengadakan program amal dan mendukung kegiatan bermanfaat di sekitar lingkungan perusahaan untuk menarik minat konsumen dan membangun citra perusahaan yang positif di mata masyarakat.

Tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional memiliki peran yang signifikan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu membangun kepercayaan konsumen dengan memastikan kesejahteraan dan memberikan hak-hak yang mereka miliki sebagai konsumen. Citra sebuah perusahaan ditentukan oleh penilaian konsumen yang dihasilkan dari aktivitas bisnis secara keseluruhan, yang membentuk nilai dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut.

Jadi, etika dan tanggung jawab sosial memegang peran yang sangat vital dalam bisnis internasional. Pertumbuhan sebuah bisnis tidaklah mungkin tanpa partisipasi konsumen, karena

selain mencari keuntungan, tujuan utama perusahaan adalah menarik minat serta memperoleh kepercayaan dari konsumen dan mitra bisnisnya. Kegagalan perusahaan dalam menerapkan etika bisnis dan tanggung jawab sosial dengan baik akan berdampak pada bisnis dan kelangsungan perusahaan tersebut.

Kita sering mendengar bahwa kita hidup dalam era globalisasi ekonomi di mana kegiatan ekonomi melibatkan seluruh dunia, hampir setiap negara terlibat dalam “pasar internasional”. Globalisasi ekonomi ini memiliki dampak baik dan buruk; di satu sisi, bisa meningkatkan hubungan antarbangsa dan memperpanjang tradisi perdagangan internasional yang sudah ada. Namun, di sisi lain, globalisasi juga bisa menyebabkan konflik dan permusuhan karena bertentangan ekonomi dan perang dagang yang menghadirkan kepentingan besar. Dalam bisnis internasional saat ini, aspek etika juga semakin menjadi sorotan. Khususnya, perhatian terhadap aspek etis dalam bisnis internasional meningkat belakangan ini. Dalam lingkup bisnis internasional, pemahaman akan praktik-praktiknya dapat menghaluskan proses lobi secara efektif. Contohnya, dalam beberapa budaya, seperti di negara Arab, berjabat tangan dianggap wajar, tetapi berjabat tangan dengan perempuan yang mengenakan pakaian tradisional atau jilbab dilarang. Di India, kontak fisik antara laki-laki dan perempuan di ruang publik sangat dibatasi, kecuali untuk berjabat tangan. Di Jepang, orang yang sudah tua mungkin merasa tidak nyaman berjabat tangan dengan orang asing dari Barat, yang sebaiknya juga menjaga jarak fisik. Sementara di Argentina, biasanya perempuan yang mengambil inisiatif untuk berjabat tangan dengan pria.

Terkadang, perusahaan internasional cenderung hanya mempraktikkan apa yang dianggap dapat dilakukan di negara asalnya, tanpa menyesuaikan diri dengan norma etis yang berbeda di tempat lain. Ada pandangan bahwa apa yang dianggap baik di suatu negara tidak selalu baik di negara lain. Namun, pandangan ini mungkin kurang mempertimbangkan bahwa situasi yang berbeda juga memengaruhi pengambilan keputusan.

KESIMPULAN

Dalam bisnis internasional, penting untuk mempraktikkan etika bisnis yang sesuai karena setiap negara memiliki budaya dan peraturan yang berbeda. Alasan pentingnya etika bisnis termasuk untuk menghindari konflik dari perbedaan budaya di antara karyawan dan rekan bisnis, meminimalisir risiko kecurangan yang dapat dilakukan oleh perusahaan asing, mencegah eksploitasi yang berlebihan dari pihak perusahaan, dan melindungi aturan atau norma yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Peran Tanggung Jawab Sosial dalam bisnis internasional sangat krusial. Untuk itu, perusahaan harus bisa membangun kepercayaan konsumen dengan memperhatikan kesejahteraan dan memberikan hak-hak mereka sebagai konsumen. Dengan memperlakukan stakeholder perusahaan dan lingkungan alam dengan penuh tanggung jawab, perusahaan dalam lingkup internasional juga harus mampu menggalang kesejahteraan sosial masyarakat secara umum di negara tersebut. Hal ini karena citra perusahaan terbentuk dari penilaian konsumen yang merupakan hasil dari keseluruhan aktivitas bisnis yang membentuk nilai dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam era persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini, pentingnya etika bisnis menjadi sorotan utama.

Dalam era informasi yang begitu terbuka dan luas, reputasi sebuah bisnis dapat tersebar cepat dan luas, baik buruknya. Menempatkan karyawan, konsumen, pemasok, pemodal, dan masyarakat umum secara etis dan jujur adalah kunci untuk bertahan dalam lingkungan bisnis saat ini. Persaingan yang ketat menyebabkan beberapa pelaku bisnis kurang memperhatikan etika dalam bisnis.

Etika bisnis memiliki dampak besar terhadap tingkat kepercayaan dari setiap elemen di dalam lingkaran bisnis. Setiap elemen harus memelihara etika agar prinsip kepercayaan tetap terjaga. Etika bisnis ini mencakup seluruh aspek, menjaga kepercayaan dalam kerjasama, yang akan

mempengaruhi reputasi perusahaan, baik dalam skala kecil maupun besar. Meskipun manfaatnya tidak terlihat secara instan, namun hal ini merupakan investasi jangka panjang bagi semua elemen di dalam lingkaran bisnis.

Kesadaran dan integritas personal dalam perusahaan sangat diperlukan untuk menerapkan etika bisnis guna mencegah kecurangan atau ketidakjujuran yang dapat merugikan perusahaan. Adopsi sanksi atau hukuman yang tegas bagi pelanggar etika menjadi penting agar etika bisnis dapat berjalan dengan baik dan lancar di dalam perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada kedua orang tua dan partner hidup saya yang paling berjasa karena telah memberikan do'a, dukungan, motivasi, dan dana nya sehingga saya bisa berada di titik ini.

Terimakasih juga kepada bapak Dosen Hendra Ibrahim, M.A yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan jurnal ini.

REFERENSI

Badroen, Faishal dkk, 2007, Etika Bisnis Dalam Islam, Jakarta, Kencana.

Basvir. Ahmad Azhar. 2000. Asas-Asas Hukum Muamalat. Yogyakarta, Ull Press.

Budhi Wilardjo, Setia. 2011. Menjalankan Bisnis Secara Etis Dan Bertanggung Jawab. Jurnal Unimus Vol 7. No 2.

Durin, Ramzi. 2020. Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis. Jurnal Valuta Vol. 6, No 1.

Raharjo, M. Dawam, 1995, Etika Bisnis Menghadapi Globalisasi. Jakarta, LP3ES.

Suseno, Franz Magnis. 1994, Etika Bisnis Dasar Dan Aplikasinya, Jakarta, Gramedia

Triastity, Rahayu. 2010. Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial. Jurnal ekonomi dan Kewirausahaan Vol 10, No 1.