

Terbit : 24 Desember 2023

# Analisis Etika Dalam Konteks Lintas Budaya Dalam Bisnis Internasional

Annisa Uljannah<sup>1</sup>, Hendra Ibrahim<sup>2</sup>  
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[nisauljanah01@gmail.com](mailto:nisauljanah01@gmail.com)<sup>1</sup>, [hendra@ishlahiyah.ac.id](mailto:hendra@ishlahiyah.ac.id)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana bisnis dapat bersikap etis di berbagai negara dan budaya. Para peneliti menggunakan buku dan artikel untuk mempelajari bagaimana etika dan budaya berhubungan. Mereka menemukan bahwa penting bagi bisnis untuk mengikuti aturan dan nilai-nilai budaya lokal. Budaya juga mempengaruhi cara bisnis beriklan dan bekerja sama dengan perusahaan lain. Bertanggung jawab dan melakukan hal-hal baik bagi masyarakat juga dapat membantu bisnis memiliki reputasi yang baik di seluruh dunia. Para peneliti menyarankan agar perusahaan mempelajari budaya yang berbeda, mengikuti pedoman etika, dan melakukan hal-hal yang baik bagi lingkungan. Penelitian ini dapat membantu perusahaan menjadi lebih baik dengan bersikap etis dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis, Bisnis Internasional

## PENDAHULUAN

Saat kita berbisnis, kita harus bersikap baik dan adil agar orang mengira kita melakukan pekerjaan dengan baik. Bisnis yang etis berarti mengikuti serangkaian nilai-nilai baik yang berasal dari sikap baik hati, memahami perasaan orang lain, dan mengikuti aturan (Jeffry et al., 2023). Etika bisnis berarti menjalankan bisnis dengan cara yang baik dan adil. Hal ini mencakup kepatuhan terhadap peraturan dan bersikap jujur serta baik kepada orang lain, perusahaan, dan dunia (Durin, 2020).

Dalam dunia bisnis, penting bagi orang untuk menjadi baik dan melakukan hal yang benar. Hal ini termasuk mengikuti peraturan dan memperlakukan orang lain dengan adil. Ketika bisnis beretika, hal ini akan membantu mereka dan dunia di sekitar mereka (Bamanty et al., 2020). Cara suatu bisnis berperilaku dan memperlakukan pihak lain dapat memengaruhi seberapa baik bisnis tersebut dapat bergaul dengan bisnis lain dan orang-orang yang berinteraksi dengannya (Alkahfi & Nawawi, 2023).

Dalam bisnis internasional, penting untuk mengetahui bagaimana orang-orang dari berbagai negara melakukan bisnis. Hal ini karena budaya masyarakat dapat mempengaruhi apa yang ingin mereka beli (Putri & Yuliani, 2023). Ide ini adalah tentang bagaimana orang-orang dari latar belakang berbeda berbicara, bertindak, dan melakukan sesuatu dengan cara mereka sendiri yang khusus. Ini bukan hanya tentang bahasa yang mereka gunakan atau hal-hal yang mereka rayakan, namun juga tentang peraturan yang mereka ikuti dan hal-hal yang mereka yakini ketika mereka bekerja sama atau berbisnis (Suprpto et al., 2023).

Budaya asal seseorang dapat memengaruhi cara mereka memahami dan berpikir tentang sesuatu, serta apa yang membuat mereka ingin membeli sesuatu (Surya et al., 2022). Ketika perusahaan menjalankan bisnis di seluruh dunia, mereka harus bekerja dengan orang-orang yang berpikir dan bertindak berbeda karena budaya mereka. Artinya, perusahaan perlu memikirkan dan memahami budaya yang berbeda agar sukses dalam bisnisnya (Suhairi et al., 2023).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

(Suseno, 1994) Adapun prinsip-prinsip etika bisnis yaitu sebagai berikut :

1. Prinsip Otonomi
2. Prinsip otonomi berarti perusahaan dapat mengambil keputusan sendiri berdasarkan apa yang mereka lakukan dan apa yang ingin mereka capai. Keputusan-keputusan ini harus membantu perusahaan berkembang dan bermanfaat bagi orang-orang yang bekerja di sana dan komunitas di mana mereka menjadi bagiannya.
3. Kesatuan (*Unity*)  
Persatuan berarti menyatukan semua bagian kehidupan, seperti uang, pemerintahan, dan cara hidup masyarakat, agar semuanya serasi. Ini tentang membuat semuanya bekerja sama dengan baik dan memastikan semuanya terorganisir dan masuk akal.
4. Kehendak Bebas (*Free Will*)  
Kebebasan sangat penting bagi bisnis untuk melakukan hal yang benar, namun mereka tidak boleh melakukan hal-hal yang merugikan orang lain. Setiap orang boleh melakukan apa yang diinginkannya, namun tidak boleh memanfaatkan orang lain. Ketika tidak ada batasan berapa banyak uang yang dapat dihasilkan seseorang, hal ini memotivasi orang untuk bekerja keras dan menggunakan semua keterampilan dan kemampuannya.
5. Kebenaran (Kebajikan dan (Kejujuran)  
Kebenaran dalam konteks ini berarti jujur dan melakukan hal yang benar. Dalam bisnis, ini berarti memiliki niat baik dan bersikap adil dalam membuat kesepakatan dan mencoba menghasilkan uang. Bersikap jujur dalam bisnis membantu melindungi semua orang yang terlibat agar tidak kehilangan sesuatu.
6. Prinsip Keadilan/ Keseimbangan (*Equilibrium*)  
Perusahaan perlu memperlakukan semua orang yang terlibat dalam bisnisnya dengan adil. Ini berarti membayar sejumlah uang kepada karyawan untuk pekerjaan yang mereka lakukan dan memperlakukan pelanggan dengan cara yang sama.
7. Tanggung Jawab (*Responsibility*)  
Tanggung jawab sosial berarti bahwa perusahaan mempunyai kewajiban untuk memperhatikan orang-orang yang membeli produknya, orang-orang yang bekerja pada perusahaan tersebut, orang-orang yang memiliki perusahaan, masyarakat tempat mereka beroperasi, dan lingkungan. Artinya mereka perlu memikirkan bagaimana tindakan mereka dapat mempengaruhi hal-hal tersebut dan mencoba melakukan hal yang benar.

## Budaya Dalam Lingkup Bisnis Internasional

Secara terminologi Kebudayaan adalah segala sesuatu yang menjadikan sekelompok orang istimewa dan berbeda dari orang lain. Ini mencakup hal-hal seperti keyakinan, aturan, dan hal-hal yang mereka buat. Budaya juga mempengaruhi bagaimana bisnis dijalankan dalam masyarakat. Cara orang dalam suatu masyarakat melakukan sesuatu menentukan bagaimana perusahaan dalam masyarakat tersebut harus beroperasi (Gunanto, 2014).

Ada hal-hal tertentu yang perlu diketahui oleh para manajer yang menjalankan bisnis di berbagai negara tentang masyarakat dan adat istiadat mereka. Hal ini penting karena mempengaruhi cara bisnis dilakukan secara internasional:

- a) Budaya itu seperti seperangkat aturan dan cara melakukan sesuatu yang dipelajari orang satu sama lain dan diteruskan kepada orang lain dalam kelompoknya.
- b) Unsur-unsur budaya saling berkaitan satu sama lain.
- c) Kebudayaan sanggup menyesuaikan diri (*adaptive*), artinya kebudayaan berubah sesuai dengan kekuatan- kekuatan eksternal yang mempengaruhi masyarakat tersebut.
- d) Budaya itu seperti kelompok khusus yang kita semua ikuti. Jika kita memiliki budaya yang sama, kita adalah bagian dari kelompok. Namun jika kita tidak mempunyai budaya yang sama, kita bukan bagian dari kelompok tersebut.

Berikut beberapa pendapat lain tentang karakteristik budaya, adalah sebagai berikut:

- a) Dipelajari: Kebudayaan bukanlah sesuatu yang Anda miliki sejak lahir atau yang ada di dalam tubuh Anda. Sebaliknya, budaya adalah sesuatu yang Anda pelajari dan peroleh dari hal-hal yang Anda lihat dan lakukan.
- b) Dibagi: Komunitas adalah seperti sekelompok besar orang yang menjadi satu karena mereka mempunyai kesamaan, seperti menjadi bagian dari organisasi yang sama atau berbagi budaya yang sama. Budaya adalah cara sekelompok orang melakukan sesuatu dan berpikir tentang dunia, dan budaya tidak hanya dimiliki oleh satu orang, tetapi milik banyak orang secara bersamaan.
- c) Perubahan generasi: Budaya adalah seperti kumpulan besar hal-hal yang diwariskan dari orang tua kepada anak-anaknya dan kemudian dari anak-anak tersebut kepada anak-anak mereka sendiri.

## METODOLOGI PENELITIAN

(Hasan, 2013) riset kepustakaan adalah ketika mencari informasi dalam buku, artikel, dan sumber lain untuk mempelajari lebih lanjut tentang suatu topik tertentu. Mengumpulkan informasi dan kemudian mempelajarinya untuk menghasilkan ide-ide baru dan mendukung temuan penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dan pembahasan penelitian ini meliputi sebagai berikut:

### 1. Integrasi Etika Bisnis dalam Konteks Lintas Budaya

Hasil analisis menunjukkan bahwa integrasi etika bisnis dalam konteks lintas budaya memiliki dampak positif terhadap citra perusahaan (Sibarani et al., 2023). Perusahaan yang mampu menyelaraskan kebijakan bisnisnya dengan nilai-nilai budaya

masyarakat setempat cenderung mendapatkan dukungan lebih besar. Ini tercermin dalam prinsip-prinsip otonomi, kesatuan, kehendak bebas, kebenaran, keadilan, dan tanggung jawab yang menjadi dasar etika bisnis .

Pembahasan terkait integrasi etika bisnis menekankan pentingnya penyesuaian strategi perusahaan dengan keunikan budaya setiap pasar. Misalnya, prinsip keadilan memerlukan penyesuaian upah yang adil sesuai kontribusi karyawan, sesuai dengan nilai-nilai budaya setempat.

## 2. Peran Budaya dalam Bisnis Internasional

Analisis menyoroti peran besar budaya dalam bisnis internasional. Pemahaman mendalam terhadap perbedaan budaya membantu perusahaan mengoptimalkan strategi pemasaran, menyusun pesan yang lebih relevan, dan membangun hubungan yang saling menguntungkan. Faktor budaya seperti bahasa, norma, dan nilai-nilai mempengaruhi keputusan konsumen, motivasi pembelian, dan persepsi terhadap merek (Surya et al., 2022).

Pembahasan menekankan perlunya adaptasi terhadap budaya lokal, bukan hanya dalam produk dan layanan, tetapi juga dalam komunikasi dan interaksi bisnis secara umum. Perusahaan yang mampu menggabungkan aspek budaya dalam strategi bisnisnya memiliki peluang lebih besar untuk sukses di pasar internasional.

## 3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Konteks Global

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memiliki peran signifikan dalam membentuk citra perusahaan di tingkat internasional. Konsep CSR mencakup tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan. Perusahaan yang menerapkan CSR dengan baik memiliki peluang lebih besar untuk diterima dan dihormati di berbagai budaya.

Pembahasan menyoroti bahwa CSR bukan hanya aspek filantropi, tetapi juga bagian integral dari strategi bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan perlu mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnisnya serta berkontribusi positif terhadap masyarakat setempat.

## 4. Implikasi Praktis bagi Perusahaan Global

Hasil penelitian memberikan implikasi praktis bagi perusahaan global. Perusahaan diharapkan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip etika bisnis, memahami perbedaan budaya, dan menerapkan CSR sebagai bagian integral dari strategi mereka. Ini mencakup pengembangan pelatihan untuk karyawan terkait etika bisnis dan sensitivitas budaya, serta pengembangan kebijakan CSR yang sesuai dengan tuntutan lokal.

Pembahasan menegaskan bahwa perusahaan global yang berhasil adalah yang mampu beradaptasi dengan fleksibel terhadap perbedaan budaya dan memiliki komitmen jangka panjang terhadap tanggung jawab sosial. Keseluruhan, hasil dan pembahasan penelitian ini memberikan landasan bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka di tingkat internasional melalui praktik-praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, analisis terhadap integrasi etika bisnis dalam konteks lintas budaya dalam bisnis internasional menyoroti urgensi perusahaan untuk memahami dan

mengadaptasi nilai-nilai budaya setempat. Prinsip-prinsip etika bisnis, seperti otonomi, kesatuan, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), menjadi landasan yang vital untuk membangun citra perusahaan yang positif di tingkat global.

Peran budaya dalam bisnis internasional tidak dapat diabaikan, mempengaruhi strategi pemasaran dan interaksi bisnis secara keseluruhan. Kesadaran terhadap perbedaan budaya menjadi kunci sukses dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

Implikasi praktis bagi perusahaan global mencakup perlunya integrasi nilai etika dalam strategi bisnis, adaptasi terhadap budaya lokal, dan implementasi CSR sebagai komitmen terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, perusahaan dapat mencapai keberhasilan jangka panjang sambil membangun reputasi positif di pasar internasional.

Penelitian ini memberikan landasan yang kuat bagi perusahaan untuk mengambil langkah-langkah konkret dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka melalui praktik-praktik beretika, kesadaran budaya, dan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan. Kesimpulan ini menggarisbawahi pentingnya integrasi nilai-nilai universal etika bisnis dengan dinamika budaya lokal dalam menghadapi tantangan bisnis internasional.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alkahfi, M. A., & Nawawi, Z. M. (2023). Peran Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi. *Visa: Journal of Visions and Ideas*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/visa.v3i1.1538>
- Bamanty, Marantika, M., Lestari, P., & Novianti, D. (2020). Model Kompetensi Komunikasi Bisnis Lintas Budaya Indonesia Dan Jerman. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1). <https://doi.org/10.31315/Jik.V17i1.3507>.
- Durin, R. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis. *Jurnal Valuta*, 6(1), 32–40. <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/5284>
- Gunanto, E. (2014). Pengaruh Lintas Budaya Pada Pemasaran Internasional Dengan Pendekatan Perilaku Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(2).
- Hasan, M. I. (2013). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian*. Hasan, M.I. 2013. Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia Hasbullah.
- Jeffry, Junaidi, Suprpto, Y., & Sebastian. (2023). Analisa Penerapan Etika Bisnis Dalam Bisnis Internasional Pada Perusahaan Indofood. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 321–326. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.4669>
- Putri, D. F., & Yuliani. (2023). Implikasi Etika Bisnis Dalam Perdagangan Internasional: Tinjauan Terhadap Kegiatan Ekspor Dan Impor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 119–130. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i2.457>
- Sibarani, J., Kurnia, T., & Purba, B. (2023). Tantangan Etika Dalam Globalisasi Ekonomi : Perspektif Keadilan Sosial. *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 236–245.
- Suhairi, Lubis, A. A., Viantika, D. S., Hasibuan, E. A., Tarigan, A. P., & Harahap, F. (2023). Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Bisnis Internasional. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(1), 24–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i1.1019>
- Suprpto, Y., Winnerko, F., Andrian, & Jessyka. (2023). Pengaruh Lingkungan Budaya Terhadap Implementasi Bisnis Skala Internasional. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 10–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.3932>

- Surya, E., Barkah, C. S., Sukoco, I., & Auliana, L. (2022). Analisis Penerapan Komunikasi Lintas Budaya Dalam Perusahaan Multinasional (Suatu Telaah Pustaka). *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, Dan Strategi Bisnis*, 2(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.32897/dimmensi.v2i2.1572>
- Suseno, F. M. (1994). *Etika Bisnis : Dasar Dan Aplikasinya*. Gramedia.