



Peranan Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis Internasional

Nur Halisah Fajarini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Hendra Ibrahim

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi : ichahalisah9@gmail.com

Abstract .The inability of a country to meet the needs of its own country encourages business people to create an idea which is expected to solve this problem. One form of the idea is to do international business, with international business there will be cooperation between countries in meeting each other's needs. The existence of relationships with other countries will give rise to differences both in terms of applied business ethics and social responsibility. This research aims to determine the role of ethics and social responsibility in international business. The method used in this research is a qualitative research method that describes and explains the role of ethics and social responsibility in international business. The data collection technique used in this research is literature study, where this research is carried out by collecting data related to research originating from scientific journals and other publications that are suitable as research sources. The results of this research show that ethics and social responsibility have the same role which aims to improve the company's image and develop the company. A business will not be able to develop well without the role of consumers, because the company's main goal, apart from making a profit, is to attract consumer interest and gain trust and build a good image from consumers and business partners.

Keywords: *Business Ethics, Social Responsibility, International Business*

Abstrak .Adanya ketidakmampuan dari suatu negara untuk memenuhi kebutuhan dari negaranya sendiri, mendorong para pelaku bisnis menciptakan suatu ide dimana hal ini diharapkan dapat menyelesaikan masalah tersebut. Salah satu bentuk idenya yaitu dengan berbisnis internasional, dengan bisnis internasional maka akan terjadi suatu jalinan kerja sama antar negara dalam memenuhi kebutuhan satu sama lain. Adanya jalinan hubungan dengan negara lain, akan melahirkan perbedaan baik dari segi etika bisnis yang diterapkan dan tanggung jawab sosialnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode penelitian kualitatif yang menggambarkan dan menguraikan peran etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur, di mana penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari jurnal ilmiah dan publikasi lain yang layak menjadi sumber penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika dan tanggung jawab sosial memiliki peran yang sama yang bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan dan mengembangkan perusahaan. Sebuah bisnis tidak akan dapat berkembang dengan baik tanpa peran konsumen, karena tujuan utama perusahaan selain mendapatkan keuntungan adalah untuk dapat menarik minat konsumen dan mendapatkan kepercayaan dan terbangunnya citra yang baik dari konsumen dan mitra bisnis.

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

PENDAHULUAN

Bisnis internasional terjadi karena suatu negara tidak mampu memenuhi seluruh kebutuhannya sendiri. Oleh karena itu, terciptalah gagasan untuk menjalin kerjasama antara satu negara dengan negara lain guna memenuhi kebutuhan baik berbentuk barang dan jasa yang tidak dapat diproduksi dan tersedia di dalam negeri karena faktor faktor tertentu. Bisnis internasional membawa perubahan dan warna baru dalam dunia bisnis. Seiring dengan semakin berkembangnya ruang lingkup bisnis dan melibatkan banyak negara, maka etika bisnis

diperlukan untuk memperbaiki tatanan perekonomian dunia agar terhindar dari berbagai gejolak terutama dalam hal penipuan dan konflik lainnya. Pada dasarnya peran etika bisnis dalam kegiatan perekonomian tidak hanya sekedar mengejar keuntungan yang tinggi, namun juga dapat memberikan kehidupan yang lebih baik dalam lingkungan bisnis. Para pelaku etika bisnis akan memberikan pelayanan dan bertanggung jawab terhadap masyarakat yang ada disekitar lingkungan perusahaannya baik secara eksternal maupun internal.

Etika bisnis merupakan tata cara maupun perilaku pengusaha dalam menjalankan bisnisnya. Pada umumnya etika bisnis ini dapat menciptakan lingkungan kerja yang baik sehingga tidak menimbulkan konflik kepada pengusaha dan bisnis yang dijalankan. Dalam suatu perusahaan tentunya memiliki banyak karyawan yang berbeda budaya dan kebiasaanya. Dan biasanya hal ini cenderung menimbulkan konflik dalam suatu tim, jika perusahaan tersebut tidak menerapkan etika bisnis dengan baik tentu akan berdampak pada timbulnya permasalahan dalam bisnis tersebut.

Menurut Susanto (2007), ada tiga faktor utama yang dapat menciptakan iklim etis dalam suatu perusahaan, yaitu; Pertama, ciptakan budaya perusahaan yang baik. Kedua, menciptakan kepercayaan dan kejujuran dalam tim di dalam perusahaan, ketiga, berkembangnya hubungan baik antara karyawan dan manajernya.

Selain etika bisnis, ada juga tanggung jawab sosial yang diterapkan perusahaan dan biasa dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan sangat diperlukan bagi perusahaan untuk membangun reputasi baik bagi perusahaan. Tanggung jawab sosial ini juga memberikan pengaruh yang baik bagi perkembangan perusahaan. Tanggung jawab sosial merupakan tanggung jawab perusahaan untuk melindungi dan menjamin kesejahteraan dalam perusahaan. Perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawab sosial kepada pihak pihak yang berkepentingan terhadap lingkungan alam dan kesejahteraan sosial.

Kompleksitas pengelola bisnis internasional harus mempunyai kesinambungan ideal antara tanggung jawab global dan kondisi lokal yang dapat menimbulkan perbedaan. Pendekatan ke berbagai negara tempat perusahaan mendirikan dan menjalankan aktivitasnya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat mendorong setiap negara untuk mengembangkan usaha usaha baru yang dapat menghasilkan keuntungan besar dalam skala internasional. Dalam hal ini, pemerintah juga berperan sangat penting dalam memantau arus perdagangan ataupun bisnis internasional yang meliputi kegiatan ekspor dan impor. Kita juga tahu bagaimana perusahaan multinasional harus berusaha mengatasi berbagai hambatan dan kendala dalam menghadapi sistem politik yang tidak mereka kenal dan tidak dikenal di negara lain. Demikian pula, perusahaan harus beradaptasi dengan sistem hukum yang berbeda di pasar internasional.

Meskipun sistem hukum setiap negara memiliki batasan tersendiri terhadap aktivitas baik individu maupun perusahaan, namun tidak ada sistem hukum yang dapat menjamin bahwa seseorang atau perusahaan tidak melakukan aktivitas abnormal.

Ketika suatu perusahaan siap memasuki pasar internasional, berarti perusahaan tersebut juga siap beradaptasi dengan budaya dan aturan dari berbagai negara yang terlibat. Semakin besar peluang maka semakin besar pula tantangan bagi perusahaan dalam pengembangan usahanya. Dengan menerapkan etika bisnis yang baik dan tanggung jawab sosial semaksimal mungkin, diharapkan perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain di masa depan.

KAJIAN TEORI

Bisnis Internasional

Bisnis internasional adalah bisnis yang melintasi batas negara (Gumilar 2018). Di sisi lain, perdagangan internasional juga merupakan penggunaan transaksi lintas batas yang melibatkan aktivitas barang, jasa, informasi, teknologi, modal, dan manajemen (Satyarini 2014). Perdagangan internasional dipraktikkan dengan menghilangkan hambatan komunikasi dan perdagangan untuk mengakses pasar dunia secara budaya, politik, dan ekonomi (Sihite 2016). Sejumlah alasan memaksa suatu perusahaan untuk terlibat dalam bisnis internasional, termasuk memperluas perusahaan di luar pasar dalam negerinya untuk mendapatkan sumber daya dan memperluas pangsa pasar dengan mendiversifikasi bisnis.

Etika Bisnis

Menurut (Wahyu 2006) etika dari bahasa Yunani kuno “ethos” artinya “kebiasaan” . dan etika diartikan sebagai cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep konsep seperti hak, salah, baik, jahat dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu tentang kejahatan serta moral hak dan kewajiban. Menurut (Bekum Rafik Issa 2004) etika dapat diartikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang jahat. Etika adalah suatu disiplin ilmu yang bersifat normatif karena berperan dalam menentukan apa yang harus atau tidak boleh dilakukan seseorang.

Dari hasil analisis (Bertens 2004) disimpulkan bahwa etika mempunyai tiga kedudukan, yaitu:

- a. Sebagai sistem nilai, atau nilai dan norma yang menjadi pedoman pengaturan bagi seseorang atau kelompok dan berkaitan dengan perilaku mereka.
- b. Etika, yaitu seperangkat prinsip atau nilai moral.
- c. Filsafat moral, yaitu ilmu tentang baik atau buruk.

Di sini kita menemukan hubungan antara etika sebagai sistem filosofis dan artikulasi budaya. Selain itu, filsafat menganalisis terkait mengapa dan bagaimana manusia hidup di dunia serta mengatur tingkat *mikrokosmos* (antara manusia/alam semesta kecil) dan

makrokosmos (antara alam dan Tuhan/alam semesta besar). Sebagai suatu sistem pemikiran, ketika mempelajari etika, konsep konsep dasar filsafat secara alami digunakan dalam keseimbangan kreativitas, rasa dan tujuan. Hubungan ini dilandasi oleh gagasan dasar ontologi, epistemologi, dan aksiologi.

(Nugroho, 2015) sederhananya, etika bisnis dimaksud sebagai suatu tata cara yang digunakan dalam mengimplementasikan kegiatan bisnis, dan hal tersebut yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri, dan juga masyarakat. Hal hal tersebut mengartikan bagaimana seseorang pelaku bisnis menjalankan bisnis secara tertata, adil sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat. (Suprpto & al, 2023) berkaitan dengan bisnis Internasional, etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan yang mengatur standar moral pelaku bisnis pada aspek produksi, distribusi, dan konsumsi secara khusus.

Bisnis dalam segala bentuknya terjadi dalam kehidupan kita sehari hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2009), bisnis diartikan sebagai usaha, melakukan usaha dalam dunia usaha dan dalam bidang usaha. (B.F. Skinner 1938) mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau menguntungkan.

Menurut (Anoraga, Pandji. Janti 1996), bisnis pada dasarnya berarti “jual beli barang dan jasa”. Menurut (Straub, J.T. & Attner 1994), perusahaan adalah suatu organisasi yang bergerak dalam produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan. Barang yang dimaksud adalah produk yang mempunyai bentuk fisik (dirasakan oleh indera), sedangkan jasa adalah kegiatan yang memberikan manfaat bagi konsumen atau pedagang (Yusanto M.I dan M.K 2002).

Kewirausahaan adalah suatu kegiatan yang menciptakan nilai tambah dengan cara menyediakan jasa, memperdagangkan atau mengolah (produksi) suatu barang. Dalam terminologi pembahasan ini, keuangan adalah pembiayaan aktif dan pasif yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah, sedangkan bisnis adalah kegiatan dalam bentuk jasa, perdagangan dan industri untuk memaksimalkan nilai pendapatan. (Anoraga, Pandji. Janti 1996) mendefinisikan bisnis sebagai pembelian dan penjualan barang dan jasa. (Straub, J.T. & Attner 1994) mendefinisikan bisnis sebagai organisasi yang bergerak dalam produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan (Muhammad Abdul Ghani 2005).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan kewajiban berkelanjutan perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan peningkatan

kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas (Nurlela 2019).

Sedangkan menurut (Fitriyana 2019) Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan pendekatan korporasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan yang menekankan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan.

Gagasan di balik tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang sering dianggap sebagai inti etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab finansial dan hukum (yaitu, pemegang saham), namun juga tanggung jawab terhadap pihak berkepentingan lainnya (stakeholder) di atas panggilan tugas, karena perusahaan tidak dapat berjalan sendiri tanpa bantuan pihak lain. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah pengambilan keputusan suatu perusahaan yang berkaitan dengan nilai-nilai etika, kepatuhan terhadap aturan dan keputusan yang timbul dari hukum, serta penghormatan terhadap manusia, masyarakat, dan lingkungan. Beberapa topik tanggung jawab sosial perusahaan adalah manajemen, perlindungan lingkungan perusahaan, kondisi dan standar kerja karyawan, hubungan perusahaan masyarakat dan investasi sosial perusahaan. Oleh karena itu, tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya menyangkut pembangunan sosial dan ekonomi, tetapi juga lingkungan hidup.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini yaitu dengan menggunakan kualitatif yang menggambarkan dan menguraikan peran etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur, di mana penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari jurnal ilmiah dan publikasi lain yang layak menjadi sumber penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengimplementasian kegiatan bisnis internasional tidak dapat dihindari di negara manapun, karena bisnis internasional ini sudah menyebar luas dan merupakan sumber perusahaan maupun negara untuk meraup pendapatan dan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan. Selain itu masyarakatnya juga ikut menikmati manfaat dari aktivitas tersebut. Jadi tidak heran lagi apabila setiap negara di dunia berlomba-lomba untuk memasuki pasar internasional.

Namun kini tujuan perdagangan dan bisnis internasional bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi di dalam negeri sendiri, namun juga menjadi hubungan

simbiosis antar beberapa negara. Padahal kegiatan ekspor dan impor dalam kegiatan bisnis internasional dapat menciptakan lapangan kerja baru, mendorong industrialisasi, kemajuan di bidang transportasi dan hadirnya perusahaan multinasional di negara kita, dan lain lain.

Melakukan bisnis secara internasional melibatkan kepatuhan terhadap etika bisnis yang benar karena setiap negara memiliki budaya dan aturan yang berbeda. Berikut alasan mengapa etika penting dalam bisnis internasional, antara lain:

- a. Untuk menghindari konflik dari karyawan maupun rekan bisnis yang berbeda budaya.
- b. Meminimalisir risiko terjadinya kecurangan yang mungkin dilakukan oleh perusahaan asing.
- c. Menghindari eksploitasi yang berlebihan dari pihak perusahaan .
- d. Melindungi aturan atau norma norma yang telah disepakati bersama dari kedua belah pihak.

Banyak hal yang bisa terjadi dalam dunia bisnis, oleh karena itu peranan etika dalam berbisnis sangatlah penting, karena “perusahaan yang mempunyai banyak partner tidak lepas dari etika yang baik”. Artinya jika kita ingin mendapatkan partner di perusahaan maka kita harus mempunyai etika yang baik agar partner tersebut tertarik untuk berbisnis dengan kita. Selain itu, dalam bisnis internasional, seringkali terjadi perbedaan pendapat mengenai hal tersebut karena perbedaan budaya masing masing negara.

Tak hanya itu, semakin cepat perkembangan teknologi maka semakin maju pula sistem operasi perusahaan, namun hal ini juga dapat memberikan dampak buruk bagi perusahaan. Jika suatu perusahaan mengikuti etika bisnis yang baik, perusahaan dapat meminimalkan potensi risiko. Selain etika bisnis yang baik, perusahaan juga harus mempunyai rasa tanggung jawab terhadap masyarakat yang berkepentingan dengan perusahaan tersebut.

Etika dapat mencakup banyak hal, salah satunya adalah tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial adalah serangkaian tanggung jawab perusahaan untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di lingkungan bisnis. Kompleksitas manajer yang beroperasi di pasar internasional memerlukan keseimbangan ideal antara tanggung jawab sosial global dan kondisi lokal yang mungkin memerlukan pendekatan berbeda di berbagai negara tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan dapat menerapkan tanggung jawab sosial kepada pihak pihak yang mempunyai kepentingan terhadap lingkungan hidup dan kesejahteraan sosial dimana perusahaan beroperasi. Perusahaan harus memahami bahwa peran tanggung jawab sosial sangatlah penting.

Berikut ini beberapa pihak yang mendapatkan hak dari tanggung jawab sosial, antara lain:

- a. Stakeholder Perusahaan, adalah pihak pihak yang dipengaruhi langsung oleh praktik perusahaan dan memiliki kepentingan terhadap kinerja perusahaan tersebut. Biasanya prioritas utamanya adalah konsumen, karyawan dan investor.

- b. Lingkungan Alam, belakangan banyak perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan alam, seperti membuang limbah sembarangan padahal dalam hal ini perusahaan menyadari akan bahayanya limbah tersebut. Kini banyak undang undang yang telah mengatur pembuangan limbah materi, sehingga perusahaan lebih bertanggung jawab atas limbah perusahaannya. Beberapa perusahaan juga mengembangkan cara cara yang layak dan etis untuk menghindari hujan asam dan pemanasan global dan mengembangkan metode alternatif untuk mendaur ulang limbah yang bersifat mengganggu dan lain sebagainya.
- c. Kepedulian sosial secara umum, sehingga biasanya perusahaan berusaha membangkitkan minat konsumen dengan mengadakan program amal dan mendukung kegiatan kegiatan yang positif dan bermanfaat di sekitar perusahaan.

Hal ini tentu saja memberikan reputasi yang baik bagi perusahaan di mata masyarakat. Tanggung jawab sosial memainkan peran yang sangat penting dalam bisnis internasional. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu membangun kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kesejahteraannya dan menawarkan hak haknya sebagai konsumen. Karena citra perusahaan tercipta dari hasil penilaian konsumen terhadap perusahaan, yang tercipta dari seluruh aktivitas bisnis yang membentuk nilai konsumen dan kepercayaan terhadap perusahaan.

Oleh karena itu, etika dan tanggung jawab sosial memainkan peran yang sangat penting dalam bisnis internasional. Tanpanya, perusahaan tidak bisa berkembang dengan maksimal. Hal tersebut juga berpengaruh pada peran konsumen, karena tujuan utama perusahaan selain memperoleh keuntungan adalah membangkitkan minat konsumen dan meraih kepercayaan konsumen dan mitra usaha. Apabila suatu perusahaan tidak menerapkan etika bisnis dan tanggung jawab sosial dengan baik maka akan berdampak pada bisnis dan perusahaan.

KESIMPULAN

Etika bisnis penting untuk terus diterapkan dalam bisnis internasional untuk mampu menyesuaikan standarisasi kegiatan bisnis dengan aturan aturan yang berlaku disetiap negara karena setiap negara memiliki budaya dan aturan yang berbeda. Alasan mengapa etika bisnis itu penting antara lain:

- a. Menghindari konflik antara karyawan dan mitra bisnis yang berbeda budaya.
- b. Meminimalkan risiko kemungkinan terjadinya penipuan oleh perusahaan asing.
- c. Untuk menghindari eksploitasi berlebihan terhadap perusahaan .
- d. Untuk melindungi aturan atau standar yang disepakati kedua belah pihak.

Peran tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional sangatlah penting. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu membangun kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kesejahteraan dan membangun citra baiknya sesuai kode etik yang berlaku. Dengan memperlakukan pihak bisnis dan alam secara bertanggung jawab, perusahaan juga harus mampu meningkatkan kesejahteraan sosial penduduk negara tersebut secara umum dalam skala internasional. Karena citra perusahaan tercipta dari hasil penilaian konsumen terhadap perusahaan yang tercipta dari seluruh aktivitas bisnis yang membentuk nilai konsumen dan kepercayaan terhadap perusahaan.

REFERENSI

- Anoraga, Pandji. Janti, Sugiastuti. 1996. *Pengantar Bisnis Modern, Kajian Dasar Manajemen Perusahaan*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- B.F. Skinner. 1938. *The Behavior of Organisms: An Experimental Analysis*. Cambridge, Massachusetts: B.F. Skinner Foundation.
- Bekum Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islami (Terjemahan Muhammad)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bertens, K. 2004. *Etika*. Jakarta: Gramedia.
- Fitriyana, R. 2019. "IMPLEMENTASI ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA LIDA JAYA KONVEKSIPADURENAN GEBOG KUDUS TAHUN 2018." *Institut Agama Islam Negeri Kudus*.
- Muhammad Abdul Ghani. 2005. *The Sprituality in Business*. Jakarta: PENA.
- Nurlela, L. W. 2019. *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Myria Publisher.
- Nugroho, Arissetyanto. 2015. "Etika Bisnis: Pemahaman Teori Secara Komprehensif dan Implementasinya". Bogor: Penerbit IPB Press.
- Straub, J.T. & Attner, R.K. 1994. *Introduction to Business*. California: Wadworth Publishing Company.
- Suprpto, Yandi, et al. "Peran Etika, Keberlanjutan, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional". *SEIKO: Journal of Management & Business* 6.1 (2023).
- Wahyu, Y. Istiyono dan Ostaria Silaban. 2006. *Kamus Pintar Bahasa Indonesia*. Batam: Kharisma Publishing Group.
- Yusanto M.I dan M.K. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani.