



Peran Dan Etika Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis Internasional

Nabila Rizki Erjani

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email : nabilaerjani26@gmail.com

***Abstract** The emergence of international business is because no single country can afford all the needs of its country, both in terms of goods and services, so that international trade arises as a result of the interaction between competitive demand and supply. International business provides changes and new colors in the business world. Social responsibility in international business has a very big role, because the company's main goal, apart from making a profit, is to attract interest. This research uses a qualitative approach, namely describing and explaining the role of ethics and social responsibility in international business.*

Keywords: Role, Social Responsibility Ethics, International Business

Abstrak Munculnya bisnis internasional ini karena tidak ada satupun negara yang mampu semua kebutuhan dinegaranya baik dari kebutuhan barang maupun jasa sehingga perdagangan internasioanal timbul akibat dari interaksi antara permintaan dan penawaran yang bersaing. Bisnis internasional memberikan perubahan dan warna baru dalam dunia bisnis. Tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional mempunyai peranan yang sangat besar, karena tujuan utama perusahaan selain mendapatkan keuntungan adalah dapat menarik minat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu mendeskripsikan dan menguraikan peran etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional.

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

PENDAHULUAN

Bisnis internasional terjadi salah satunya karena ketidakmampuan suatu negara dalam memenuhi semua kebutuhan dinegaranya, maka dari itu munculah gagasan untuk menjalin kerjasama antar suatu negara dengan negara lainnya guna untuk memenuhi kebutuhan barang atau jasa yang tidak dapat dihasilkan dan diperoleh didalam suatu negara karena faktor tertentu.

Bisnis internasional memberikan perubahan dan warna baru dalam dunia bisnis. karena cakupan bisnis yang semakin luas dan melibatkan dua atau beberapa negara, dan menghindari timbulnya kecurangan atau hal-hal yang dapat menimbulkan konflik maka diperlukan etika bisnis agar tatanan ekonomi dunia semakin baik.

Pada dasarnya peran etika bisnis dalam aktivitas ekonomi tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang besar namun, juga dapat memberikan hidup yang lebih baik dilingkungan bisnis tersebut. 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 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 kebiasaannya. Nah, biasanya hal ini cenderung menimbulkan konflik dalam suatu tim, jika perusahaan tersebut tidak menerapkan etika bisnis tentunya hal ini akan menjadi permasalahan dalam bisnis tersebut.

Menurut Susanto (2007), terdapat tiga faktor utama yang dapat menciptakan suasana etika dalam perusahaan, yaitu; pertama, terciptanya budaya perusahaan yang baik. Kedua, membangun kepercayaan dan kejujuran dalam suatu tim dalam perusahaan. Ketiga, terbentuknya silaturahmi yang baik antar karyawan maupun dengan pemimpinnya.

Selain etika dalam berbisnis ada juga tanggung jawab sosial perusahaan atau sering dikenal dengan Corporate Social Responsibility. Tanggung jawab sosial sangat diperlukan perusahaan untuk menciptakan penilaian yang baik terhadap image perusahaan. Tanggung jawab sosial ini juga akan memberikan dampak yang baik terhadap perkembangan perusahaan.

Tanggung jawab sosial merupakan kewajiban perusahaan dalam melindungi dan memberikan kesejahteraan pihak-pihak dilingkungan perusahaan. Perusahaan dapat menerapkan tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap lingkungan alam dan kesejahteraan sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu mendeskripsikan dan menguraikan peran etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan, dimana penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari bukubuku, jurnal-jurnal ilmiah, internet dan publikasi lainnya yang layak menjadi sumber penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis internasional merupakan perdagangan yang cakupannya sangat luas yaitu perdagangan yang terjadi antar atau lintas negara yang didalam kegiatan perdagangan mencakup ekspor dan impor. Bisnis internasional ini merupakan bentuk kerja sama antar dua negara atau lebih yang dapat memberikan manfaat secara langsung, yang berupa pemenuhan kebutuhan masing-masing negara yang tidak dapat dipenuhi hanya dengan mengandalkan produksi dalam negeri sendiri. Bisnis internasional ini melibatkan seluruh negara-negara didunia, munculnya bisnis internasional ini karena tidak ada satupun negara yang mampu

semua kebutuhan dinegaranya baik dari kebutuhan barang maupun jasa sehingga perdagangan internasional timbul akibat dari interaksi antara permintaan dan penawaran yang bersaing.

Dalam menjalankan bisnis internasional harus dibarengin dengan etika bisnis yang tepat. Yang termasuk Etika Bisnis, yaitu bersikap jujur, menyebutkan nama ketika bertemu dengan relasi bisnis, berpakaian rapi, menggunakan bahasa yang baik, berdiri saat berjabat tangan, membayarkan biaya pertemuan, mengucapkan terima kasih. Adapun alasan pentingnya etika dalam bisnis, antara lain :

1. Untuk menghindari konflik dari karyawan maupun rekan bisnis yang berbeda budaya.
2. Meminimalisir risiko terjadinya kecurangan yang mungkin dilakukan oleh Perusahaan asing.
3. Menghindari eksploitasi yang berlebihan dari pihak Perusahaan
4. Melindungi aturan atau norma-norma yang telah disepakati Bersama.

Peran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional

Corporate social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen berkesinambungan perusahaan untuk berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas. Sementara itu, menurut, CSR adalah konsep yang mengacu pada tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan di luar tujuan utama untuk menghasilkan laba. Dalam konteks bisnis internasional, peran CSR menjadi semakin penting karena perusahaan beroperasi di berbagai negara dan budaya yang berbeda dengan tantangan sosial dan lingkungan yang berbeda pula.

Peran utama CSR dalam bisnis internasional adalah untuk meningkatkan nilai, reputasi, dan citra perusahaan. Perusahaan yang melaksanakan CSR dianggap lebih bertanggung jawab pada segi sosial dan lingkungan oleh masyarakat dan konsumen, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Penerapan CSR dalam operasi bisnis dapat menciptakan citra merek dan hubungan yang positif dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) perusahaan.

Kemudian CSR juga berperan dalam meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan melalui peningkatan kesejahteraan pelanggan, pemasok, karyawan, komunitas, serta lingkungannya dengan mengacu pada konsep Triple Bottom Line (TBL). Konsep ini menekankan pada tiga dimensi berkelanjutan, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan yang bertujuan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan secara lebih holistik, sehingga tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi semata. Berikut ini merupakan makna mengenai tiga dimensi TBL, antara lain:

- Dimensi ekonomi : dimensi ini menekankan pada profitabilitas Perusahaan, di mana Perusahaan harus mempertimbangkan keuntungan ekonomi untuk memastikan keberlanjutan bisnis secara jangka Panjang.
- Dimensi social : dimensi ini menekankan pada hubungan dan tanggung jawab social Perusahaan terhadap Masyarakat dan karyawan termasuk hak asasi manusia, keadilan, kesetaraan dan hak-hak pekerja.
- Dimensi lingkungan : dimensi ini menekankan pada dampak lingkungan dari kegiatan bisnis Perusahaan. Pada dimensi ini, Perusahaan harus mempertimbangkan dampak kegiatan bisnis mereka terhadap lingkungan, seperti emisi gas, rumah kaca, penggunaan sumber daya alam yang berlebihan dan polusi.

Kegiatan CSR yang baik dalam pelaksanaan bisnis internasional juga berperan dalam mengurangi risiko dan mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan. Dengan mempertimbangkan tidak hanya aspek ekonomi, tetapi juga etika dan lingkungan, organisasi dapat memiliki merek yang lebih kuat, serta berbagai peluang untuk berinovasi dan mengurangi risiko sosial. Selain itu, kegiatan bisnis yang memperhatikan dampak lingkungan dapat mengurangi risiko penalti dan tuntutan hukum terkait pelanggaran regulasi lingkungan di negara setempat.

Penerapan CSR dalam kegiatan usaha juga dapat meningkatkan inovasi dan produktivitas dengan mendorong karyawan untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan lingkungan, serta mengembangkan solusi kreatif untuk masalah-masalah sosial dan lingkungan. Peningkatan keterlibatan kerja yang dirasakan oleh karyawan dalam pelaksanaan CSR perusahaan kemudian berperan dalam menurunkan tingkat turnover rate.

Perusahaan dapat mengimplementasikan tanggung jawab sosial kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap lingkungan alam dan kesejahteraan sosial dimana perusahaan tersebut beroperasi. Perusahaan harus menyadari bahwa peran dari tanggung jawab sosial ini sangat penting. Berikut ini beberapa pihak yang mendapatkan hak dari tanggung jawab sosial, antara lain :

1. Stackholker Perusahaan

Stackholker perusahaan merupakan pihak-pihak yang dipengaruhi langsung oleh praktik perusahaan dimana prioritas utamanya adalah konsumen, karyawan dan investor.

2. Lingkungan dan Alam

Di era globalisasi banyak sekali perusahaan yang tidak atau kurang peduli terhadap alam dan lingkungan sekitar. Contohnya, pembuangan limbah sembarangan sehingga

mencemarkan lingkungan sekitar. Dengan adanya Undang-Undang yang mengatur pembuangan limbah diharapkan perusahaan lebih bertanggung jawab atas limbah perusahaannya.

3. Kesejahteraan Sosial

Pada dasarnya perusahaan ingin menarik minat konsumen dengan menyelenggarakan program-program amal dan mendukung kegiatan-kegiatan perayaan dan bermanfaat bagi sekitar sehingga mampu membuat citra perusahaan menjadi baik dikalangan perusahaan.

Tanggung jawab sosial dalam bisnis internasional mempunyai peranan yang sangat besar. Untuk itu perusahaan harus mampu membangun kepercayaan konsumen dengan mensejahterakannya dan memberikan hak-haknya sebagai konsumen. Karena citra perusahaan tercipta dari hasil penilaian konsumen pada sebuah perusahaan yang tercipta dari keseluruhan aktivitas bisnis yang membentuk nilai dan kepercayaan konsumen bagi perusahaan. Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu:

1. *Public Relations*

Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh Perusahaan.

2. Strategi defensive

Usaha yang dilakukan Perusahaan guna menangkis anggapan negative komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan Perusahaan, dan biasanya untuk melawan 'serangan' negative dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.

3. Kegiatan yang berasal dari visi Perusahaan

Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar Perusahaan atau kegiatan Perusahaan yang berbeda dari hasil dari Perusahaan itu sendiri.

Jadi, etika dan tanggungjawab sosial ini memiliki peranan yang sangat penting dalam bisnis. Suatu bisnis tidak akan mampu berkembang tanpa adanya peran dari konsumen, karena tujuan utama perusahaan selain mendapatkan keuntungan adalah dapat menarik minat. konsumen dan mendapatkan kepercayaan konsumen maupun rekan bisnis. Jika perusahaan tidak mampu menjalankan etika bisnis dan tanggung jawab sosial dengan baik maka akan mempengaruhi bisnis dan perusahaan tersebut.

KESIMPULAN

Peran tanggung jawab sosial dalam bisnis sangatlah penting. Untuk itu perusahaan harus mampu membangun kepercayaan konsumen dengan mensejahterakannya dan memberikan hak – haknya sebagai konsumen. Dengan memperlakukan stakeholder perusahaan, dan lingkungan alam dengan penuh tanggung jawab maka perusahaan juga harus mampu mendorong kesejahteraan sosial umum masyarakat tersebut. Karena citra perusahaan tercipta dari hasil penilaian konsumen pada sebuah perusahaan yang tercipta dari keseluruhan aktivitas bisnis yang membentuk nilai dan kepercayaan konsumen bagi perusahaan.

Ketika beroperasi pada lingkungan dan negara tertentu, perusahaan juga harus mempertimbangkan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan setempat. Dengan menerapkan CSR dalam operasionalnya, perusahaan akan mampu mengembangkan kegiatan yang berkelanjutan dan bermanfaat positif bagi masyarakat dan lingkungan di seluruh dunia. Perusahaan yang mengintegrasikan etika bisnis, keberlanjutan, dan CSR ke dalam strategi bisnisnya dapat memperoleh manfaat jangka panjang, seperti memperkuat reputasi perusahaan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memastikan keberlangsungan bisnis jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Gumilar, A. (2018). ANALISIS BISNIS INTERNASIONAL DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 2(2), 141–154.
- Budhi Wilardjo, Setia. 2011. Menjalankan Bisnis Secara Etis Dan Bertanggung Jawab. *Jurnal Unimus Vol 7, No 2*.
- Setyawan, Kadek Agus, dkk. 2022. Peranan Etika dan tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis. *Prosiding Webinar Nasional Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, ISSN : 2830-5310.
- Daniri, A. 2016. *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Indonesia : Kadin Indonesia*. 1–36.
- Manajemen, J. E. 2021. *Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol.16. No.2 Desember 2021*. 16(2). 78–90.
- Triastity, Rahayu. 2010. Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal ekonomi dan Kewirausahaan Vol 10, No 1*.