

Tantangan Etika Dalam Bisnis Internasional Yang Penuh Persaingan Di Era Globalisasi

Arlupi Yulia Madyasari, Yuliani
PASCASARJANA IAIN KEDIRI, INDONESIA
arlupiy@gmail.com

Abstrak

Artikel ini membahas tantangan etika yang dihadapi dalam bisnis internasional yang penuh persaingan di era globalisasi. Dalam konteks globalisasi yang semakin berkembang, perusahaan menghadapi konflik kepentingan antara mencapai keuntungan maksimal dan menjalankan bisnis dengan integritas. Persaingan yang ketat juga dapat mendorong perusahaan untuk mengabaikan prinsip-prinsip etika dalam upaya mencapai keunggulan kompetitif. Tantangan lainnya adalah perbedaan budaya dan sistem nilai di berbagai negara. Praktik bisnis yang diterima dengan baik di satu negara mungkin dianggap tidak etis di negara lain. Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan norma dan nilai lokal tanpa mengabaikan prinsip-prinsip etika yang mendasar. Perusahaan juga dihadapkan pada risiko penyalahgunaan kekuasaan, pelanggaran hak asasi manusia, dan masalah lingkungan. Dalam persaingan global yang ketat, terkadang perusahaan tergoda untuk mencapai keuntungan dengan cara yang tidak etis atau mengeksploitasi masyarakat dan lingkungan. Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah seperti membangun kebijakan dan prosedur etika bisnis yang kuat, melakukan pelatihan etika kepada karyawan, melakukan audit etika, dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan. Selain itu, perusahaan harus menerapkan standar etika bisnis yang tinggi dan memastikan praktik bisnis mereka memenuhi standar global dalam hal lingkungan, hak asasi manusia, dan tanggung jawab sosial. Melalui kesadaran akan tantangan ini dan komitmen untuk menjalankan bisnis dengan integritas dan tanggung jawab sosial yang tinggi, perusahaan dapat memainkan peran mereka dalam membangun dunia bisnis global yang lebih adil dan berkelanjutan.

Kata kunci: Tantangan Etika Bisnis, Bisnis Internasional, Globalisasi

Abstract

This article discusses the ethical challenges faced in competitive international business in the era of globalization. In the context of growing globalization, companies face a conflict of interest between achieving maximum profits and

conducting business with integrity. Intense competition can also encourage companies to ignore ethical principles in an effort to achieve competitive advantage. Another challenge is cultural differences and value systems in different countries. Business practices that are well accepted in one country may be considered unethical in another. Companies must be able to adapt to local norms and values without neglecting fundamental ethical principles. Companies are also faced with the risk of abuse of power, human rights violations, and environmental problems. In intense global competition, sometimes companies are tempted to achieve profits by unethical means or exploiting society and the environment. To overcome these challenges, companies can take steps such as establishing strong business ethics policies and procedures, conducting ethics training to employees, conducting ethical audits, and strengthening relationships with stakeholders. In addition, companies must apply high standards of business ethics and ensure their business practices meet global standards in terms of environment, human rights, and social responsibility. Through awareness of these challenges and commitment to conduct business with integrity and high social responsibility, companies can play their part in building a more just and sustainable global business world

Keywords: Business Ethics Challenges, International Business, Globalization

Pendahuluan

Dalam era globalisasi yang penuh dengan persaingan bisnis internasional, masalah etika menjadi semakin signifikan dan kompleks. Dalam artikel ini, kita akan membahas tantangan yang dihadapi dalam konteks bisnis internasional di era globalisasi dan bagaimana etika bisnis memainkan peran penting dalam menghadapinya. Persaingan bisnis internasional semakin ketat seiring dengan kemajuan teknologi dan interaksi lintas batas yang semakin mudah. Perusahaan tidak hanya berkompetisi dengan pesaing domestik, tetapi juga harus bersaing dengan perusahaan dari negara lain. Dalam upaya untuk memenangkan persaingan, ada kecenderungan di antara beberapa perusahaan untuk mengabaikan prinsip-prinsip etika dalam mencapai tujuan mereka. Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis internasional yang penuh persaingan adalah konflik kepentingan antara mencapai keuntungan maksimal dan menjalankan bisnis dengan integritas. Terkadang, perusahaan mungkin tergoda untuk mengambil jalan pintas yang tidak etis, seperti menipu konsumen, menyalahgunakan kekuasaan, atau menghindari tanggung jawab sosial mereka, demi meraih keuntungan yang lebih besar. Namun, tindakan-tindakan tersebut dapat merusak citra perusahaan dan merugikan semua pihak yang terlibat. Selain itu, persaingan bisnis global juga dapat menciptakan tekanan yang tinggi pada perusahaan untuk mempertahankan harga yang kompetitif. Dalam usaha

untuk mencapai biaya produksi yang rendah, beberapa perusahaan mungkin mengeksploitasi pekerja dengan memberikan upah rendah, melanggar hak asasi manusia, atau mengabaikan praktik lingkungan yang bertanggung jawab. Hal ini memiliki implikasi serius tidak hanya bagi karyawan dan lingkungan, tetapi juga bagi keberlanjutan jangka panjang perusahaan tersebut. Terlebih lagi, perbedaan budaya dan sistem nilai di berbagai negara harus juga dihadapi oleh perusahaan dalam bisnis internasional. Praktik bisnis yang diterima dengan baik di satu negara mungkin dianggap tidak etis atau tidak sesuai dengan nilai-nilai sosial di negara lain. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu beradaptasi dengan norma dan nilai lokal tanpa mengorbankan prinsip-prinsip etika yang mendasar. Namun, penting untuk diingat bahwa tantangan etika dalam bisnis internasional di era globalisasi juga dapat menjadi peluang. Bisnis yang menjunjung tinggi etika dalam praktik-praktik mereka dapat memenangkan kepercayaan dan kesetiaan konsumen, serta meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata pemangku kepentingan. Mempertahankan integritas dan tanggung jawab sosial juga dapat membangun hubungan yang langgeng dan saling menguntungkan dengan mitra bisnis di seluruh dunia. Dalam artikel ini, kita akan membahas lebih lanjut tentang tantangan etika dalam bisnis internasional yang penuh persaingan di era globalisasi. Kami akan mengeksplorasi solusi dan pendekatan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk mengatasi tantangan ini dan menjalankan bisnis dengan integritas dan tanggung jawab sosial yang tinggi. Melalui pemahaman yang mendalam tentang etika bisnis dan kesadaran akan implikasinya, diharapkan perusahaan dapat memainkan peran mereka dalam membangun dunia bisnis global yang lebih adil dan berkelanjutan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah menggunakan metode kualitatif dengan analisis dekriptif sebagai metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam pada sebuah kasus tentang Tantangan Etika Dalam Bisnis Internasional Yang Penuh Persaingan Di Era Globalisasi. Metode penelitian kualitatif adalah sebuah metode penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam dan alami. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal-jurnal, dan situs web resmi.

Hasil dan Pembahasan

a. Etika Bisnis

Mendefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-

prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai 'daratan' atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Belajar etika bisnis berarti '*learning what is right or wrong*' yang dapat membekali seseorang untuk berbuat *the right thing* yang didasari oleh ilmu, kesadaran, dan kondisi yang berbasis moralitas. Namun terkadang etika bisnis dapat berarti juga etika manajerial (*management ethics*) atau etika organisasional yang disepakati oleh sebuah perusahaan. Selain itu, etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.(Muhammad Rakib & Hapsawati Taan: 2022)

b. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan kegiatan dan mencapai tujuan bisnis yang dimaksud. Adapun prinsip-prinsip tersebut, antara lain:(Hazizah and Aslami 2021)

1. Prinsip Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk membuat suatu keputusan dan bertindak secara sadar tentang apa yang harus dilakukan yang dapat memberikan hasil yang positif atau hal yang baik.
2. Prinsip kejujuran, inti dari kekuatan perusahaan adalah kejujuran. Baik dalam hal bisnis atau hal lainnya kejujuran itu sangat penting, untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk kita maka jangan pernah berlaku curang atau menipu konsumen. Karena suatu bisnis tidak akan bertahan lama tanpa dilandasi dengan kejujuran.
3. Prinsip keadilan, dalam menjalankan suatu bisnis seorang pengusaha harus memperlakukan seluruh karyawannya secara adil dan tidak pandang bulu. Karena keadilan yang diberikan karyawan dapat merasa dihargai.
4. Prinsip saling menguntungkan, disini bisnis harus dijalankan sesuai dengan perencanaan yang matang sehingga dapat menguntungkan semua pihak. Selain itu para karyawan juga harus bekerja sama untuk mencapai tujuan perusahaan, agar semua pihak sama-sama berusaha untuk saling menguntungkan.

5. Prinsip integritas moral, dalam hal ini para pelaku bisnis perlu menjalankan bisnis sesuai aturan yang ada dan selalu menjaga nama baik pimpinan maupun perusahaannya.
6. Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis Tanggung jawab sosial merupakan strategi bisnis yang memiliki kaitan erat dengan keberlangsungan perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Tanggung jawab sosial merupakan sebuah konsep yang berhubungan, namun merujuk pada semua cara dalam menjalankan bisnis yang berupaya untuk menyeimbangkan komitmennya terhadap kelompok atau pribadi dalam lingkungan sosialnya. Kelompok dan individu tersebut sering kali kita kenal dengan pihak-pihak yang berkepentingan dalam bisnis tersebut. Pihak-pihak yang berkepentingan tersebut, yaitu; karyawan, investor, pelanggan, pemasok dan komunikasi lokal.(Nur Hazizah and Aslami 2021)
 - a) Karyawan
Bentuk tanggung jawab sosial yang diberikan perusahaan kepada karyawan biasanya seperti memberikan keadilan dan menggagap karyawan bagian dari tim dan menghormati serta mensejahterakan karyawan. Perusahaan berusaha untuk mencari, merekrut, melatih dan mempromosikan karyawan yang memiliki kualitas kerja yang baik.
 - b) Investor
Sebagai rasa tanggung jawab yang diberikan perusahaan kepada investor, perusahaan berkewajiban untuk mengikuti prosedur akuntansi yang sesuai dengan perjanjian, memberikan informasi yang sesuai dengan kinerja keuangan perusahaan dan mengelola perusahaan serta melindungi hak-hak para investor. Perusahaan harus jujur dan berterus terang dalam menilai profitabilitas dan pertumbuhan laba dan saham perusahaan serta menghindari tindakan-tindakan yang tidak layak dalam bidang yang sensitif seperti insider trading, memanipulasi harga saham, dan menyembunyikan data keuangan.
 - c) Pelanggan
Bentuk tanggung jawab perusahaan kepada pelanggannya dengan memberikan pelayanan terbaik dan jujur dalam mempromosikan produknya. Perusahaan juga harus menetapkan harga yang sesuai,

menjamin keamanan dalam pengiriman barang, menghargai garansi, dan tetap mempertahankan kualitas produk yang dijual.

d) Pemasok

Hubungan antara manager dengan para pemasok harus terjalin dengan baik. Sebagai contoh, perusahaan tidak boleh memanfaatkan pemasok dengan menentukan jadwal pengantaran bahan baku yang tidak realistis dan mengurangi margin laba terus menerus serta menekan harga serendah-rendahnya. Kini banyak perusahaan yang mengakui betapa pentingnya perjanjian sekutu yang saling menguntungkan dengan pemasoknya. Jadi perusahaan selalu memberikan informasi mengenai rencana masa depan, menegosiasi jadwal pengantaran bahan baku dan harga yang didapatkan kedua belah pihak berdasarkan kesepakatan bersama dan lain sebagainya.

e) Komunikasi

Lokal Selain sebagai rasa tanggung jawab juga sebagai rasa terima kasih perusahaan kepada masyarakat yang berada dalam lingkungan perusahaan serta untuk mempertahankan eksistensinya ditengah masyarakat. Biasanya perusahaan akan memberikan sumbangan berupa program-program atau kegiatankegiatan yang bermanfaat untuk masyarakat dilingkungan perusahaan.(Nur Hazizah and Aslami 2021)

c. Pengertian Bisnis Internasional

Bisnis Intemasional adalah segala aktivitas bisnis yang melewati batas-batas wilayah suatu negara. Bisnis Intemasional adalah suatu studi tentang transaksi ekonomi yang meliputi perdagangan (ekspor impor barang) dan ForeignInvesment (baik direct maupun Portofolio) yang dilakukan oleh individu dan perusahaan atau organisasi dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan para individu dan organisasi tersebut. (Harianto 2021)

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 internasioanal timbul akibat dari interaksi antara permintaan dan penawaran yang bersaing.(Hazizah and Aslami 2021)

Teori permintaan menjelaskan perubahan harga dapat terjadi karena perubahan barang yang diminta. Semakin naik harga suatu barang, maka semakin sedikit pula permintaan atas barang tersebut. Sedangkan teori penawaran menjelaskan jika harga yang ditawarkan naik, maka permintaan suatu barang juga semakin naik. Adapun kegiatan perdagangan internasional yaitu ekspor dan impor. Ekspor adalah kegiatan atau aktivitas menjual barang dari dalam negeri keluar negeri dengan tujuan meningkatkan devisa negara, menumbuhkan industri dalam negeri dan lain sebagainya, berdasarkan ketentuan yang berlaku. Sedangkan impor adalah kegiatan atau aktivitas membeli barang dari luar negeri untuk memenuhi kebutuhan dasar didalam negeri, dan tetap mematuhi aturan perundang-undangan impor yang telah ditetapkan pemerintah. (Harianto 2021)

d. Perbedaan Bisnis Internasional Dan Ekonomi Internasional

1. Studi bisnis Intemasional lebih menekankan multi aspek dari aplikasi transaksi intemasional, sedangkan studi ekonomi intemasional lebih menekankan aspek teori ekonomi normative dari transaksi intemasional.
2. Karena bersifat multi aspek, maka studi bisnis intemasional mempunyai pendekatan interdisciplinery, sedangkan studi ekonomi Intemasional lebih menekankan aspek ilmu ekonomi.
3. Studi Bisnis Intemasional lebih menekankan aspek mikro, sedangkan Studi ekonomi intemasional lebih menekankan pada aspek makro.
4. Studi bisnis Intemasional lebih menekankan aspek manajerial strategi, Sedangkan Ekonomi intemasional lebih menekankan aspek teoritis.(Harianto 2021)

e. Peran Etika Bisnis Internasional

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 adalah perilaku pengusaha dalam

menjalankan kegiatan bisnis. Secara keseluruhan, etika bisnis ini dapat menciptakan lingkungan kerja yang baik yang tidak menimbulkan konflik bagi pengusaha dan bisnis yang dijalankannya. Tentunya dalam sebuah perusahaan terdapat banyak karyawan dengan budaya dan kebiasaan yang berbeda-beda. Seringkali cenderung menimbulkan konflik dalam sebuah tim, jika perusahaan tidak menerapkan etika bisnis, tentu akan menjadi masalah di dalam perusahaan.(Mahanani et al. 2022)

f. Globalisasi

Globalisasi adalah suatu fenomena khusus dalam peradaban manusia yang bergerak terus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia global itu. Kehadiran teknologi informasi dan teknologi komunikasi mempercepat akselerasi proses globalisasi ini. Globalisasi menyentuh seluruh aspek penting kehidupan. Globalisasi mendorong kita untuk melakukan identifikasi dan mencari titik-titik simetris sehingga bisa mempertemukan dua hal yang tampaknya paradoksial, yaitu pendidikan Indonesia yang berimplikasi nasional dan global. Dampak globalisasi memaksa banyak negara meninjau kembali wawasan dan pemahaman mereka terhadap konsep bangsa, tidak saja karena faktor.(Nurhaidah 2015)

Di zaman Globalisasi saat ini banyak pengaruh yang mempengaruhi remaja. Ada pengaruh yang positif ada juga pengaruh yang negatif. Sebagai remaja yang baik kita harus memanfaatkan alat - alat / teknologi yang sudah canggih sehingga mampu menguasainya. Indonesia adalah negara yang masyarakatnya mempunyai etika yang baik. Tapi saat ini banyak sekali remaja yang tidak sopan, tidak menghormati orang yang lebih tua darinya. Mungkin itu adalah pengaruh negatif dari Globalisasi. Etika seharusnya diajarkan sejak dini oleh orang tuanya. Anak biasanya menirukan kegiatan orang tuanya, maka dari itu orang tua seharusnya melakukan kegiatan yang mampu memberikan arti etika baik. Dan mampu dimengerti oleh si anak. Dengan didikan yang baik anak tersebut akan menjadi anak yang sopan kelak. Dan anak tersebut juga harus mempunyai iman yang kuat. Sehingga, mampu melawan pengaruh buruk Globalisasi .(Selung, Wasliah, and Pratiwi 2014)

g. Tantangan Etika Dalam Bisnis Internasional Yang Penuh Persaingan Di Era Globalisasi

Dalam era globalisasi yang semakin berkembang pesat, bisnis internasional menjadi sebuah kenyataan yang tidak bisa dihindari.

Perusahaan-perusahaan besar, serta pemain-pemain kecil dalam dunia bisnis, kini memiliki peluang yang sama untuk beroperasi di pasar internasional. Namun, dengan peluang yang melimpah, datang pula tantangan etika yang tak kalah besar dalam menjaga keberlanjutan bisnis mereka. Dalam artikel ini, kita akan menjelajahi beberapa tantangan etika yang seringkali dihadapi oleh perusahaan dalam lingkungan bisnis internasional yang kompetitif. (Harianto 2021)

1. Perarungan persaingan tanpa batas

Dalam dunia bisnis internasional, persaingan bisa menjadi sangat intensif. Perusahaan-perusahaan bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar, menghasilkan keuntungan yang lebih besar, dan menjadi pemain dominan dalam industri mereka. Namun, dalam persaingan yang semakin kompetitif ini, etika bisnis seringkali terpinggirkan. Beberapa perusahaan mungkin cenderung untuk melanggar aturan atau norma-norma etika demi mencapai keunggulan kompetitif. Hal ini bisa menciptakan ketidaksetaraan dalam persaingan dan merusak citra industri.

2. Korupsi dalam Bisnis Internasional

Salah satu tantangan etika yang sering muncul dalam bisnis internasional adalah praktik korupsi. Di beberapa negara, suap dan upaya untuk mempengaruhi keputusan pemerintah atau mitra bisnis adalah bagian dari budaya bisnis yang tidak terhindarkan. Praktik-praktik semacam ini tidak hanya tidak etis, tetapi juga merusak kepercayaan dalam bisnis internasional. Perusahaan yang terlibat dalam korupsi bisa menghadapi konsekuensi hukum dan kerugian finansial yang besar.

3. Perlindungan Lingkungan dan Keberlanjutan Dalam lingkungan bisnis internasional yang kompetitif, tekanan untuk menghasilkan keuntungan seringkali mengarah pada praktik-praktik yang merusak lingkungan. Beberapa perusahaan mungkin mencoba untuk mengabaikan atau melanggar regulasi lingkungan demi memangkas biaya produksi. Tindakan seperti ini tidak hanya merugikan planet kita, tetapi juga bisa berdampak negatif pada reputasi perusahaan di mata konsumen yang semakin sadar lingkungan.

4. Pekerja dan Hak Asasi Manusia

Tantangan etika lainnya dalam bisnis internasional adalah perlindungan hak asasi manusia dan kesejahteraan pekerja. Beberapa perusahaan mungkin mencoba mempekerjakan tenaga kerja murah atau memanfaatkan tenaga kerja anak-anak dalam upaya untuk memotong biaya produksi. Ini adalah pelanggaran serius terhadap hak asasi manusia, dan perusahaan yang terlibat dalam praktik semacam ini dapat menghadapi tuntutan hukum dan boikot produk mereka oleh konsumen yang peduli tentang masalah ini.

5. Menghadapi tantangan etika

Dalam bisnis internasional memerlukan komitmen yang kuat untuk mematuhi standar etika yang tinggi. Perusahaan harus memastikan bahwa mereka memiliki kebijakan dan prosedur yang jelas terkait dengan praktik bisnis yang etis. Selain itu, keterlibatan dalam organisasi atau inisiatif internasional yang mendukung keberlanjutan dan hak asasi manusia dapat membantu perusahaan menjaga reputasi mereka dan mempromosikan etika bisnis yang baik.

Dalam lingkungan bisnis internasional yang kompetitif, menjaga integritas dan etika adalah kunci untuk keberlanjutan jangka panjang. Perusahaan yang mampu mengatasi tantangan etika ini akan mampu membangun hubungan yang kuat dengan mitra bisnis, konsumen, dan masyarakat global secara keseluruhan. Etika bisnis yang kuat adalah pondasi bagi keberhasilan jangka panjang dalam bisnis internasional yang penuh persaingan.

Dalam era globalisasi yang penuh dengan persaingan bisnis internasional, tantangan etika menjadi semakin kompleks dan menantang. Perusahaan dihadapkan pada konflik kepentingan antara mencapai keuntungan maksimal dan menjalankan bisnis dengan integritas. Persaingan yang ketat dapat mendorong perusahaan untuk mengabaikan prinsip-prinsip etika dalam upaya mencapai keunggulan kompetitif. Salah satu tantangan utama dalam bisnis internasional di era globalisasi adalah perlunya mempertahankan integritas bisnis dalam menghadapi tekanan untuk mencapai keuntungan maksimal. Beberapa perusahaan mungkin tergoda untuk mengambil jalan pintas yang tidak etis, seperti menipu konsumen, menyalahgunakan kekuasaan, atau menghindari tanggung jawab sosial mereka. Namun, tindakan-tindakan ini dapat merusak citra

perusahaan dan mempengaruhi hubungan dengan stakeholder. Tantangan lainnya adalah adanya perbedaan budaya dan sistem nilai di berbagai negara. Praktik bisnis yang diterima dengan baik di satu negara mungkin dianggap tidak etis di negara lain.

Perusahaan harus mampu memahami dan menghormati nilai-nilai budaya lokal tanpa mengorbankan prinsip-prinsip etika yang mendasar. Ini melibatkan penyesuaian strategi bisnis, kebijakan, dan praktik agar sesuai dengan norma-norma lokal yang berlaku. Selain itu, persaingan bisnis global juga menciptakan tekanan pada perusahaan untuk mempertahankan harga yang kompetitif. Dalam upaya mencapai biaya produksi yang rendah, beberapa perusahaan mungkin mengeksploitasi pekerja dengan memberikan upah rendah atau melanggar hak asasi manusia. Selain itu, mereka juga mungkin mengabaikan praktik lingkungan yang bertanggung jawab. Hal ini dapat memiliki implikasi serius bagi karyawan, lingkungan, dan keberlanjutan jangka panjang perusahaan. Untuk menghadapi tantangan etika dalam bisnis internasional yang penuh persaingan di era globalisasi, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah konkrit. Pertama, perusahaan harus memiliki kebijakan etika yang kuat dan jelas yang mencakup aspek-aspek seperti komitmen terhadap kejujuran, integritas, dan transparansi.

Kebijakan ini harus disosialisasikan kepada seluruh karyawan dan dikomunikasikan secara terbuka kepada semua pihak terkait. Selanjutnya, penting untuk melakukan pelatihan etika kepada karyawan. Pelatihan ini harus mencakup pemahaman tentang prinsip-prinsip etika bisnis, resiko dan konsekuensi dari pelanggaran etika, serta cara-cara untuk menghadapi situasi dilema etika dalam bisnis internasional. Selain itu, perusahaan juga harus melakukan audit etika secara teratur untuk mengevaluasi dan memastikan kepatuhan terhadap kebijakan etika. Audit ini dapat membantu mengidentifikasi dan mengatasi pelanggaran etika serta menunjukkan komitmen perusahaan terhadap prinsip-prinsip etika. Selain upaya internal, perusahaan juga harus memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, termasuk konsumen, mitra bisnis, dan masyarakat di negara-negara di mana mereka beroperasi. Dengan berkomunikasi secara terbuka, berpartisipasi dalam inisiatif sosial, dan mempertimbangkan keberlanjutan dalam pengambilan keputusan, perusahaan dapat membangun kepercayaan

dan reputasi yang positif di pasar global. Kesimpulannya, tantangan etika dalam bisnis internasional yang penuh persaingan di era globalisasi merupakan masalah yang kompleks. Namun, dengan komitmen yang kuat terhadap prinsip-prinsip etika, perusahaan dapat menghadapi tantangan ini dan menjalankan bisnis dengan integritas dan tanggung jawab sosial yang tinggi. Dalam upaya untuk mencapai kesuksesan jangka panjang, perusahaan harus memprioritaskan etika sebagai landasan yang kuat dan memainkan peran aktif dalam membangun dunia bisnis global yang adil dan berkelanjutan.

h. Solusi mengatasi tantangan etika bisnis di Era Globalisasi

1. Membangun kebijakan dan prosedur etika bisnis yang kuat:
Perusahaan harus merancang kebijakan dan prosedur yang jelas tentang etika bisnis dan memastikan bahwa mereka diterapkan secara konsisten di semua tingkatan organisasi. Hal ini akan membantu mengatasi konflik kepentingan dan meningkatkan integritas dalam pengambilan keputusan bisnis.
2. Melakukan pelatihan etika kepada karyawan:
Pengembangan kesadaran dan pemahaman etika bisnis melalui pelatihan dan pendidikan merupakan langkah yang penting. Pelatihan ini membantu karyawan memahami prinsip-prinsip etika dan memperkuat perilaku dan keputusan yang etis dalam segala aspek pekerjaan mereka.
3. Menjalankan audit etika dan pemantauan:
Audit etika dan pemantauan terhadap kepatuhan terhadap kebijakan dan prosedur etika bisnis menjadi penting. Hal ini memastikan bahwa perusahaan tetap memenuhi standar etika yang ditetapkan dan memungkinkan mereka untuk mengatasi pelanggaran etika dengan cepat dan efektif.
4. Memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan:
Perusahaan harus membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, pemasok, dan masyarakat setempat. Dengan melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan dan memperhatikan kebutuhan dan harapan mereka, perusahaan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih etis dan bertanggung jawab.

5. Menerapkan standar global yang tinggi:

Perusahaan harus menerapkan standar etika bisnis yang tinggi dan memastikan bahwa praktik bisnis mereka memenuhi standar global, baik dalam hal lingkungan, hak asasi manusia, maupun tanggung jawab sosial. Hal ini membantu membangun kepercayaan dan citra positif di mata konsumen dan masyarakat.

Dalam menghadapi tantangan etika bisnis di era globalisasi, perusahaan harus berkomitmen untuk menjalankan bisnis dengan integritas, tanggung jawab sosial, dan memenuhi standar etika yang tinggi. Dengan mengadopsi solusi yang tepat dan mengimplementasikan praktik bisnis yang etis, perusahaan dapat membangun keberlanjutan jangka panjang dan memberikan manfaat yang lebih luas dalam era globalisasi ini.

Kesimpulan

Dalam lingkungan bisnis internasional yang kompetitif, menjaga integritas dan etika adalah kunci untuk keberlanjutan jangka panjang. Perusahaan yang mampu mengatasi tantangan etika ini akan mampu membangun hubungan yang kuat dengan mitra bisnis, konsumen, dan masyarakat global secara keseluruhan. Etika bisnis yang kuat adalah pondasi bagi keberhasilan jangka panjang dalam bisnis internasional yang penuh persaingan.

Perusahaan juga dihadapkan pada risiko penyalahgunaan kekuasaan, pelanggaran hak asasi manusia, dan masalah lingkungan. Dalam persaingan global yang ketat, terkadang perusahaan tergoda untuk mencapai keuntungan dengan cara yang tidak etis atau mengeksploitasi masyarakat dan lingkungan. Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah seperti membangun kebijakan dan prosedur etika bisnis yang kuat, melakukan pelatihan etika kepada karyawan, melakukan audit etika, dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan. Selain itu, perusahaan harus menerapkan standar etika bisnis yang tinggi dan memastikan praktik bisnis mereka memenuhi standar global dalam hal lingkungan, hak asasi manusia, dan tanggung jawab sosial. Melalui kesadaran akan tantangan ini dan komitmen untuk menjalankan bisnis dengan integritas dan tanggung jawab sosial yang tinggi, perusahaan dapat memainkan peran mereka dalam membangun dunia bisnis global yang lebih adil dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Dr. Muhammad Rakib, S.Pd., M.Si. | Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M et al. 2022. *Pengantar Etika Bisnis*. ed. Tahta Media. TAHTA MEDIA GROUP.
- Harianto, DR. Ir Raden Achmad. 2021. *Bisnis Internasional Suatu Kajian Tentang Transaksi Perdagangan Internasional Dan Investasi Asing*. Jawa Tengah: CV EUREKA MEDIA AKSARA.
- Hazizah, Siti Nur, and Nuri Aslami. 2021. "Peranan Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis Internasional." *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)* 2(2): 189-95.
- Mahanani, Estu et al. 2022. *Pengantar Bisnis, Suatu Konsep Dan Strategi*.
- Nur Hazizah, Siti, and Nuri Aslami. 2021. "Surabaya .Staf Pengajar Ekonomi Unika Widya Mandala Tctap Fakultas." 16(2): 78-90.
- Nurhaidah, M. Insya Musa. 2015. "DAMPAK PENGARUH GLOBALISASI BAGI KEHIDUPAN BANGSA INDONESIA." *Jurnal Pesona Dasar* Vol. 3 No.(ISSN: 2337-9227): 1-14.
- Selung, Rosalia, Indah Wasliah, and Eka Adithya Pratiwi. 2014. "MEMAHAMI POLITIK GLOBALISASI DAN PENGARUHNYA DALAM TATA DUNIA BARU: ANTARA PELUANG DAN TANTANGAN." 7(1): 1-23.