



## Etika Bisnis Dalam Konteks Globalisasi: Tantangan Bagi Perusahaan Lokal Di Pasar Internasional

Novita Hotma Uli Sitanggang<sup>1</sup>, Citra Wulandari Manik<sup>2</sup>, Hilikia Natasya Ginting<sup>3</sup>,  
Khairani Alawiyah Matondang<sup>4</sup>

Universitas Negeri Medan

Received: 20 Mei 2025  
Revised: 27 Mei 2025  
Accepted: 01 Juni 2025

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tantangan yang dihadapi bisnis lokal dalam mempraktikkan etika bisnis saat bersaing di pasar global. Globalisasi telah mengubah lingkungan bisnis secara signifikan, memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk memperluas cakupan bisnisnya. Namun dengan adanya peluang ini, muncul pula tanggung jawab besar untuk menjalankan bisnis secara etis dan bertanggung jawab. Dalam konteks globalisasi, bisnis lokal seringkali menghadapi konflik antara mencapai keuntungan maksimal dan menjaga integritas dan nilai-nilai etika. Berbagai tantangan muncul dari satu negara ke negara lain, termasuk perbedaan budaya, norma, dan sistem hukum. Praktik bisnis yang dapat diterima di suatu negara mungkin dianggap tidak etis di negara lain, sehingga perusahaan harus mampu beradaptasi tanpa mengorbankan prinsip dasar etika. Misalnya, perusahaan mungkin tergoda untuk menurunkan standar etika untuk mengurangi biaya produksi atau meningkatkan daya saing, yang dapat mengakibatkan eksploitasi pekerja dan kerusakan lingkungan. Salah satu aspek penting dalam etika bisnis adalah komitmen terhadap hak asasi manusia. Perusahaan harus memastikan bahwa mereka tidak melakukan tindakan yang merugikan individu atau kelompok, seperti diskriminasi atau pelanggaran hak-hak pekerja. Di era informasi saat ini, reputasi perusahaan sangat bergantung pada praktik etikanya. Pelanggaran etika bisnis dapat mengakibatkan kerugian finansial yang signifikan dan merusak kepercayaan konsumen. Untuk mengatasi tantangan tersebut, penelitian ini merekomendasikan beberapa langkah strategis bagi bisnis lokal.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis, Globalisasi, Perusahaan Lokal, Pasar Internasional, Hak Asasi Manusia, Tanggung Jawab Sosial.

(\*) Corresponding Author: [novitasitanggang28@gmail.com](mailto:novitasitanggang28@gmail.com)<sup>1</sup>, [citrawulan289@gmail.com](mailto:citrawulan289@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[hilkianatasyabrengting@gmail.com](mailto:hilkianatasyabrengting@gmail.com)<sup>3</sup>, [alawiyah@unimed.ac.id](mailto:alawiyah@unimed.ac.id)<sup>4</sup>

**How to Cite:** Sitanggang, N., Manik, C., Ginting, H., & Matondang, K. (2025). Etika Bisnis Dalam Konteks Globalisasi: Tantangan Bagi Perusahaan Lokal Di Pasar Internasional. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(6.D), 230-241. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10731>.

## PENDAHULUAN

Dalam masa globalisasi yang terus berkembang, perusahaan menghadapi tantangan dan peluang yang rumit. Penelitian ini berjudul Etika Bisnis Dalam Konteks Globalisasi: Tantangan Bagi Perusahaan Lokal Di Pasar Internasional bertujuan untuk menyelidiki tantangan etika yang dihadapi oleh perusahaan lokal saat beroperasi di pasar global. Globalisasi telah mengubah cara perusahaan beroperasi, memberi mereka akses ke pasar yang lebih besar, tetapi juga mengharuskan mereka untuk memikirkan dampak sosial, lingkungan, dan etika dari keputusan bisnis yang diambil.

Globalisasi memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan mereka secara signifikan. Namun, bersamaan dengan kesempatan tersebut, muncul tanggung jawab yang lebih besar. Perusahaan tidak hanya diharuskan untuk meraih keuntungan finansial, tetapi juga harus memikirkan prinsip etika dalam setiap aspek operasional mereka. Dalam konteks ini, etika bisnis menjadi sangat penting untuk membentuk kepercayaan antara

perusahaan dan pemangku kepentingan, serta untuk mematuhi hukum dan norma yang berlaku di berbagai negara. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan isu sosial dan lingkungan, perusahaan yang mengabaikan etika bisnis berisiko kehilangan reputasi dan pelanggan.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan lokal adalah perbedaan antara meraih keuntungan maksimal dan menjaga integritas. Dalam persaingan global yang ketat, perusahaan sering kali tergoda untuk memilih jalan pintas demi mencapai tujuan finansial. Praktik tidak etis, seperti eksploitasi tenaga kerja atau mengabaikan dampak lingkungan, bisa muncul sebagai solusi sementara untuk meningkatkan profitabilitas. Namun, keputusan semacam itu dapat mendatangkan konsekuensi jangka panjang yang merugikan, baik bagi masyarakat dan lingkungan, maupun bagi keberlanjutan perusahaan itu sendiri.

Perbedaan budaya dan norma di berbagai negara juga merupakan tantangan penting dalam praktik etika bisnis. Apa yang dianggap etis di satu negara mungkin tidak diterima di negara lain. Misalnya, pendekatan terhadap korupsi, perlindungan pekerja, dan tanggung jawab sosial dapat sangat bervariasi antar budaya. Maka dari itu, perusahaan harus mampu menyesuaikan diri dengan norma lokal tanpa mengorbankan prinsip etika yang mendasar. Kegagalan dalam memahami perbedaan ini dapat mengakibatkan kerugian finansial serta reputasi yang buruk di pasar global.

## **KAJIAN TEORI**

### **Defenisi Etika Bisnis**

Etika bisnis dapat diartikan sebagai seperangkat pedoman dan norma yang mengatur perilaku individu dan organisasi dalam dunia usaha. Ini mencakup elemen-elemen seperti kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab sosial, keadilan, dan penghormatan terhadap hak-hak individu. Etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan hukum, tetapi juga berfokus pada membangun kepercayaan dan reputasi yang positif di antara para pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, dan masyarakat secara keseluruhan. Berdasarkan informasi yang relevan, etika bisnis membantu perusahaan dalam membuat pilihan yang tidak hanya menguntungkan dari segi finansial, tetapi juga etis dan bertanggung jawab (BBA Telkom University, 2023).

Dalam era globalisasi, signifikansi etika bisnis semakin meningkat. Perusahaan yang beroperasi di pasar global harus menghadapi berbagai tantangan terkait perbedaan budaya dan norma sosial. Dalam lingkungan yang bervariasi ini, penerapan etika bisnis menjadi sangat penting untuk menjaga integritas dan reputasi perusahaan. Etika bisnis menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan yang dapat mempengaruhi hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan di seluruh dunia. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan praktik yang etis cenderung memiliki reputasi yang lebih baik dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi (Muhammad Rakib & Hapsawati Taan, 2022). Oleh karena itu, etika bukan hanya merupakan kewajiban moral, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar internasional.

### **Hubungan Antara Etika Bisnis dan Keberlanjutan Perusahaan**

Etika bisnis erat kaitannya dengan keberlanjutan perusahaan. Keberlanjutan tidak hanya mencakup aspek ekologi tetapi juga aspek sosial dan ekonomi. Perusahaan yang menerapkan praktik etis cenderung lebih memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari operasinya. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika, perusahaan dapat memastikan bahwa mereka bertindak dengan cara yang tidak membahayakan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini termasuk memanfaatkan sumber daya alam secara bijaksana, mengurangi limbah, dan berinvestasi dalam inisiatif sosial yang mendukung masyarakat lokal (AL-IQTISHAD, 2023). Oleh karena itu, perusahaan yang memasukkan

etika bisnis ke dalam strateginya tidak hanya mencapai keberlanjutan jangka panjang, namun juga membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingannya.

### **Globalisasi dan Dampaknya terhadap Bisnis**

Globalisasi adalah proses peningkatan integrasi antar negara di dunia, yang melibatkan pertukaran barang, jasa, informasi, dan budaya. Proses ini memungkinkan perusahaan untuk beroperasi secara internasional, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional. Menurut Cavusgil, Knight, dan Riesenberger (2008), globalisasi telah memfasilitasi internasionalisasi perusahaan dan secara signifikan meningkatkan volume dan sifat perdagangan lintas batas yang melibatkan barang, jasa, dan modal.

Dampak globalisasi terhadap perekonomian sangat luas dan mencakup berbagai aspek. Di satu sisi, globalisasi dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi melalui akses terhadap pasar baru dan sumber daya yang lebih murah. Hal ini juga memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan skala ekonomi secara maksimal dan mengurangi biaya produksi (Hendra & Ningrum, 2023). Namun di sisi lain, globalisasi juga membawa tantangan seperti meningkatnya persaingan dengan perusahaan asing dan meningkatnya ketergantungan terhadap pasar internasional.

#### **Teori Stakeholder dalam Konteks Global**

Teori pemangku kepentingan yang dikembangkan oleh Sutanto dan Prasetya (2021) memberikan pemahaman komprehensif tentang pentingnya mengelola hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan dalam konteks global. Teori ini mengidentifikasi tiga pemangku kepentingan utama: internal (pegawai, manajemen, pemegang saham), eksternal (konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat), dan internasional (regulator asing, komunitas internasional). Setiap keputusan bisnis harus mempertimbangkan dampak terhadap ketiga kelompok tersebut secara bersamaan. Dalam konteks globalisasi, dunia usaha lokal perlu memperluas wawasan mereka dan mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan yang lebih luas dan beragam. Hal ini mencakup pemahaman terhadap harapan dan kebutuhan spesifik masing-masing kelompok pemangku kepentingan serta kemampuan untuk menyeimbangkan kepentingan yang berbeda dan terkadang bertentangan.

#### **Konflik antara Keuntungan Maksimal dan Integritas**

Dalam konteks bisnis internasional, perusahaan sering kali menghadapi konflik antara mencapai keuntungan maksimal dan mempertahankan integritas. Persaingan yang ketat di pasar global dapat mendorong perusahaan untuk mengabaikan prinsip-prinsip etika demi memperoleh keunggulan kompetitif. Hal ini dapat terjadi ketika perusahaan terpaksa melakukan praktik yang tidak etis, seperti manipulasi laporan keuangan atau eksploitasi tenaga kerja, untuk meningkatkan profitabilitas (Rakib & Taan, 2022). Konflik kepentingan ini menimbulkan tantangan serius bagi perusahaan dalam menjaga reputasi dan hubungan baik dengan pemangku kepentingan mereka.

#### **Teori Legitimasi dalam Bisnis Internasional**

Hermawan dan Mulyani (2022) mengembangkan pemahaman mendalam tentang teori legitimasi dalam konteks bisnis internasional. Teori ini menjelaskan bagaimana perusahaan lokal harus bekerja keras untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi operasional di pasar global. Proses ini melibatkan beberapa aspek kunci: penyesuaian praktik bisnis dengan norma dan standar internasional, upaya mendapatkan penerimaan sosial dari berbagai komunitas di mana perusahaan beroperasi, pengelolaan reputasi perusahaan secara efektif di tingkat global, dan kepatuhan terhadap berbagai regulasi internasional. Legitimasi menjadi semakin penting karena dapat mempengaruhi akses perusahaan ke sumber daya, pasar, dan peluang bisnis di tingkat internasional.

### **Teori Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan**

Purnomo dan Santoso (2022) mengembangkan pemahaman tentang bagaimana implementasi etika bisnis dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan. Teori ini menjelaskan bahwa praktik bisnis yang etis dapat menciptakan diferensiasi yang signifikan dari kompetitor, membangun reputasi positif jangka panjang, mendorong inovasi dalam praktik bisnis, dan menjamin keberlanjutan operasional. Keunggulan kompetitif yang dihasilkan dari praktik etis cenderung lebih berkelanjutan karena sulit ditiru dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi stakeholders.

### **Corporate Governance dalam Era Global**

Teori corporate governance yang dikembangkan oleh Wijaya dan Hidayat (2021) menekankan pentingnya struktur tata kelola yang kuat dalam implementasi etika bisnis di tingkat internasional. Aspek-aspek yang dibahas meliputi desain struktur organisasi yang mendukung praktik etis, pengembangan sistem kontrol internal yang efektif, implementasi prinsip transparansi dalam seluruh aspek operasional, dan mekanisme akuntabilitas yang jelas kepada seluruh stakeholders. Dalam konteks global, corporate governance yang baik menjadi semakin penting karena dapat mempengaruhi kepercayaan investor dan stakeholders internasional.

### **METODE PENELITIAN**

Topik utama yang akan dieksplorasi adalah tantangan etika yang dihadapi oleh perusahaan lokal dalam menghadapi persaingan global. Fokus akan diberikan pada konflik kepentingan antara mencapai keuntungan maksimal dan menjalankan bisnis dengan integritas, serta perbedaan budaya dan norma di berbagai negara. Data sekunder yang digunakan akan berasal dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti jurnal-jurnal ilmiah, buku referensi, dan situs web resmi. Informasi ini akan digunakan untuk memahami secara mendalam tentang tantangan etika dalam bisnis internasional dan bagaimana perusahaan dapat mengatasinya. Analisis deskriptif akan digunakan untuk menguraikan detail-detail yang terkait dengan tema penelitian. Dengan demikian, penelitian dapat memberikan gambaran yang lengkap tentang kondisi aktual dan potensi solusi yang tersedia untuk menghadapi tantangan etika dalam bisnis internasional.

### **HASIL & PEMBAHASAN**

#### **Langkah Perusahaan Lokal Dapat Menyeimbangkan Antara Profitabilitas Dan Etika Bisnis Dalam Menghadapi Persaingan Global Yang Ketat.**

Dalam dunia usaha yang semakin mendunia, perusahaan lokal sering menghadapi pilihan sulit: mengejar sebanyak mungkin keuntungan atau tetap berpegang pada prinsip-prinsip etika dalam berbisnis. Kedua aspek ini sama pentingnya. Keuntungan diperlukan untuk kelangsungan perusahaan, sementara etika bisnis berperan dalam menjaga citra dan kepercayaan masyarakat. Perusahaan lokal menghadapi tantangan besar dalam menyeimbangkan keuntungan dan etika bisnis di tengah persaingan global yang semakin ketat. Dalam konteks ini, penting untuk menyadari bahwa etika bisnis bukan sekadar norma moral, tetapi juga merupakan elemen strategis yang dapat mempengaruhi kelangsungan dan reputasi perusahaan di pasar internasional. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar perusahaan lokal dapat menyeimbangkan antara keuntungan dan etika bisnis dalam menghadapi persaingan global yang ketat, yaitu:

#### ➤ Integrasi Etika ke dalam Strategi Bisnis

Menjadikan etika sebagai nilai dasar bukan hanya sekedar ungkapan, tetapi harus menjadi komponen penting dari visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Dengan melibatkan karyawan, pemasok, pelanggan, dan masyarakat dalam membangun budaya etika yang solid.

Perusahaan perlu mengembangkan kebijakan etika yang jelas dan menyeluruh. Kebijakan ini harus mencakup prinsip-prinsip seperti integritas, transparansi, dan keadilan. Dengan kebijakan yang kokoh, perusahaan dapat menghindari konflik kepentingan dan meningkatkan kejujuran dalam pengambilan keputusan bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan komitmen etis yang jelas cenderung lebih unggul dibandingkan dengan yang tidak memiliki prinsip etika yang kuat (Institute of Business Ethics, 2015).

➤ **Pelatihan Etika Untuk Karyawan**

Menyelenggarakan pelatihan etika secara berkala bagi karyawan sangat krusial untuk meningkatkan pemahaman terhadap nilai-nilai etika dalam dunia usaha. Program ini membantu karyawan untuk mengerti prinsip-prinsip etika dan cara penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan begitu, mereka dapat membuat pilihan yang lebih cerdas dan bertanggung jawab. Studi menunjukkan bahwa karyawan yang mendapatkan pelatihan etika bisnis memiliki perilaku yang lebih baik dan membuat pilihan yang lebih sesuai dengan nilai-nilai perusahaan (Hazizah & Aslami, 2021). Pelatihan etika adalah investasi jangka panjang yang sangat berarti untuk kelangsungan dan kesuksesan suatu perusahaan. Dengan memberikan pelatihan etika yang bermanfaat, perusahaan dapat membangun atmosfer kerja yang positif, meningkatkan efisiensi, dan mempertahankan reputasi baik di mata publik.

➤ **Mengutamakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)**

Perusahaan perlu berkomitmen untuk tidak hanya mengejar laba, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Melalui program CSR, perusahaan dapat mendukung komunitas lokal, berpartisipasi dalam inisiatif sosial, dan terlibat dalam kegiatan lingkungan. Hal ini tidak hanya memperbaiki citra perusahaan tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan (PPM School of Management). Menempatkan CSR sebagai prioritas bukan sekadar sebuah tren, melainkan suatu keharusan bagi perusahaan yang ingin tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan CSR ke dalam rencana bisnis, perusahaan tidak hanya berkontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan, tetapi juga meningkatkan nilai keseluruhan dari bisnis tersebut.

➤ **Memperkuat Hubungan Dengan Pemangku Kepentingan**

Perusahaan perlu secara aktif memperkuat koneksi dengan berbagai pihak yang berkepentingan, seperti pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat setempat. Dengan komunikasi yang jelas dan keterlibatan dalam program sosial, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan citra positif di pasar internasional. Dalam dunia bisnis yang semakin rumit, perusahaan tidak bisa berdiri sendiri. Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan dari beragam pihak yang dikenal sebagai pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan ini bisa terdiri dari karyawan, pelanggan, investor, pemasok, pemerintah, masyarakat, serta kelompok-kelompok lainnya yang memiliki kepentingan.

**Tantangan Utama dalam Menerapkan Standar Etika Bisnis**

Tantangan penerapan standar etika bisnis merupakan permasalahan kompleks yang dihadapi perusahaan global. Perbedaan budaya merupakan salah satu kendala utama dalam mempertimbangkan praktik bisnis, karena setiap negara memiliki norma dan nilai yang berbeda. Seperti pendapat Scholtens dan Dam (2007) dalam *Journal of Business Ethics*, perbedaan budaya mempengaruhi persepsi perilaku etis dalam bisnis, sehingga membuat beberapa perbedaan dalam apa yang dianggap normal di satu negara. Suatu praktik mungkin dianggap tidak etis di negara lain. Misalnya, memberikan hadiah dalam konteks bisnis dianggap sebagai bentuk kesopanan di beberapa budaya Asia, namun mungkin dianggap sebagai bentuk suap di negara-negara Barat. Peraturan yang berbeda dari satu negara ke negara lain semakin mempersulit penerapan standar etika bisnis.

Sebuah studi yang diterbitkan oleh Kaptein (2015) dalam *Journal of Business and Society* menemukan bahwa perbedaan kerangka hukum dan peraturan antar negara menyulitkan perusahaan multinasional untuk menciptakan pendekatan yang konsisten dan etis yang “mempertahankan dan sekaligus beradaptasi dengan standar global.” ditemukan bahwa hal ini menimbulkan tantangan yang signifikan dalam pengembangan dan penerapannya. Beradaptasi dengan kondisi setempat.

Tekanan ekonomi dan persyaratan profitabilitas seringkali bertentangan dengan penerapan standar etika bisnis. Menurut penelitian yang diterbitkan dalam *Business Ethics Quarterly* oleh Crane dan Matten (2016), perusahaan sering menghadapi dilema dalam mempertahankan standar etika yang tinggi atau mencapai tujuan keuangan jangka pendek. Situasi ini diperparah dengan tingginya ekspektasi pemangku kepentingan dan semakin ketatnya persaingan global. Risiko penyalahgunaan kekuasaan dan korupsi merupakan tantangan serius, terutama di negara-negara dengan tata kelola yang lemah. *Transparansi Internasional* (2023) melaporkan bahwa korupsi masih menjadi penghalang utama terhadap praktik bisnis yang etis di banyak negara berkembang. Sebuah studi oleh Rodriguez dkk.

*International Business Review* (2019) menemukan bahwa perusahaan multinasional sering menghadapi dilema etika ketika beroperasi di negara dengan tingkat korupsi yang tinggi, dan penolakan untuk terlibat dalam praktik korupsi dapat membahayakan kelangsungan bisnis. Tantangan besar lainnya adalah penerapan sistem pemantauan yang efektif.

Dalam *Academy of Management Review*, Weaver dan Trevino (2021) menyoroti pentingnya mengembangkan mekanisme pemantauan yang komprehensif untuk memastikan kepatuhan terhadap standar etika bisnis. Namun, penerapan sistem ini sering kali terhambat oleh keterbatasan sumber daya, hambatan internal, dan kompleksitas organisasi global. Selain itu, globalisasi dan kemajuan teknologi telah menciptakan tantangan baru dalam praktik etika bisnis. Crane dkk (2019) dalam *Journal of International Business Studies* menunjukkan bahwa perkembangan e-commerce, kecerdasan buatan, dan analisis big data menimbulkan dilema etika baru yang tidak dapat diatasi dalam kerangka etika bisnis tradisional. Topiknya meliputi perlindungan data, transparansi algoritmik, dan tanggung jawab sosial di era digital.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, Palazzo dan Scherer (2018) dalam *Business Ethics Quarterly* merekomendasikan pendekatan yang lebih holistik dan adaptif dalam penerapan standar etika bisnis. Hal ini mencakup pengembangan budaya etika yang kuat, investasi dalam pelatihan dan pendidikan etika, dan pembentukan mekanisme pengawasan yang efektif dan responsif terhadap perubahan kondisi global.

### **Peran Pemerintah dalam Menciptakan Lingkungan Bisnis yang Kondusif**

Peran pemerintah dalam menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung merupakan faktor penting dalam mendorong praktik bisnis yang beretika di Indonesia. Menurut penelitian Siswant dan Kartika (2019) yang diterbitkan dalam *Jurnal Ilmu Administrasi Universitas Indonesia*, efektivitas peraturan dan kebijakan pemerintah mempunyai dampak yang signifikan terhadap kepatuhan perusahaan dalam menjalankan praktik bisnis yang beretika. Penerapan regulasi yang jelas dan terstruktur terbukti memberikan pedoman yang memudahkan perusahaan menjalankan bisnis sesuai standar etika. Peran pengawasan pemerintah merupakan elemen penting dalam memastikan kepatuhan terhadap standar etika bisnis.

Kajian Hermawan dan Mulyani (2020) yang dimuat dalam *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* menemukan bahwa peran pengawasan pemerintah melalui berbagai lembaga seperti OJK dan BPKP berdampak positif terhadap tingkat kepatuhan perusahaan terhadap standar etika bisnis tersebut ternyata itu memberi. Membangun sistem pengawasan yang efektif; pengendalian sehari-hari, audit independen, dan penerapan sanksi yang tegas.

Fokus utamanya adalah meningkatkan kesadaran etis melalui program pendidikan dan pelatihan. Temuan Widodo dan Susilovati (2021), yang diterbitkan dalam *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta*, menunjukkan bahwa program pendidikan etika bisnis yang diselenggarakan pemerintah meningkatkan pemahaman dan penerapan praktik bisnis yang beretika di kalangan pelaku bisnis Indonesia perusahaan telah memberikan kontribusi aktif terhadap proyek ini. Menciptakan lingkungan bisnis yang stabil dan transparan juga merupakan tugas utama pemerintah. Studi yang diterbitkan dalam *Journal of Economic and Public Policy* oleh Nugroho dan Pratiwi (2022) menemukan bahwa stabilitas politik dan transparansi peraturan berhubungan positif dengan tingkat investasi dan kepatuhan terhadap standar etika bisnis di Indonesia. Kajian Sutopo dan Handdayani (2021) yang dimuat dalam *Jurnal Administrasi Publik UGM* memberikan perhatian khusus pada koordinasi antarlembaga. Studi ini menunjukkan bahwa efektivitas penerapan kebijakan etika bisnis sangat bergantung pada koordinasi yang baik antara berbagai lembaga pemerintah, termasuk kementerian terkait dan otoritas pengatur. Upaya pengaturan mandiri oleh dunia usaha juga didukung oleh pemerintah. Studi Kusumawati dan Purnomo (2020) yang diterbitkan dalam *Jurnal Manajemen dan Organisasi IPB* menunjukkan bahwa kombinasi peraturan pemerintah dan pengaturan mandiri industri meningkatkan tingkat kepatuhan terhadap standar etika bisnis di Indonesia.

Menilai dampak kebijakan merupakan aspek penting dari peran pemerintah. Menurut Prasetyo dan Wibowo (2023) yang dimuat dalam *Jurnal Kebijakan Ekonomi Universitas Indonesia*, dengan memantau dan mengevaluasi secara berkala efektivitas kebijakan etika bisnis, pemerintah dapat melakukan penyesuaian. Perhatian khusus juga diberikan pada sistem insentif untuk mendorong praktik bisnis yang etis. Penelitian Rahmawati dan Sudjono (2022) yang dimuat dalam *Jurnal Bisnis dan Manajemen Universitas Brawijaya* menemukan bahwa pemberian insentif finansial dan non finansial dapat membantu perusahaan mematuhi standar etika bisnis ternyata efektif.

Tantangan penerapan kebijakan etika bisnis di Indonesia dibahas dalam penelitian Hidayat dan Suhariyono (2021) dalam *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Padjadjaran*. Studi ini mengidentifikasi berbagai hambatan, termasuk kompleksitas birokrasi, perbedaan interpretasi peraturan, dan terbatasnya sumber daya pengawasan. Peran teknologi dalam mendukung pemantauan praktik bisnis yang beretika dibahas oleh Santoso dan Wijaya (2023) dalam *Jurnal Sistem Informasi Universitas Indonesia*. Studi ini menunjukkan pentingnya penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas dan transparansi pengawasan praktik bisnis di Indonesia.

### **Globalisasi dan Dinamika Bisnis, Penjelasan Tentang Globalisasi dan Dampaknya Terhadap Bisnis, Peluang yang Ditawarkan Oleh Pasar Internasional, Tantangan yang Muncul Akibat Perbedaan Budaya dan Norma Globalisasi dan Dampaknya terhadap Bisnis**

Globalisasi bisnis merupakan fenomena yang telah mengubah lanskap ekonomi dunia secara fundamental. Proses ini ditandai dengan semakin terintegrasinya ekonomi dan pasar internasional, di mana batas-batas geografis semakin memudar dalam konteks perdagangan. Dalam era globalisasi, kita menyaksikan peningkatan dramatis dalam aliran barang, jasa, modal, dan informasi antar negara, yang difasilitasi oleh kemajuan teknologi dan berkurangnya hambatan perdagangan internasional. Dampak globalisasi terhadap bisnis sangat luas dan mendalam. Dari segi ekonomi, perusahaan mendapatkan akses ke pasar yang jauh lebih besar, namun juga menghadapi persaingan yang lebih intens dari kompetitor global. Hal ini mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi produksi melalui ekonomi skala dan mendorong transfer teknologi serta pengetahuan antar negara. Secara

operasional, perusahaan harus mengelola rantai pasok yang lebih kompleks, mengadopsi standar internasional, dan beradaptasi dengan teknologi digital untuk tetap kompetitif.

### **Peluang di Pasar Internasional**

Pasar internasional menawarkan berbagai peluang menarik bagi pelaku bisnis. Dengan memasuki pasar global, perusahaan dapat memperluas basis pelanggan mereka secara signifikan dan mendiversifikasi risiko bisnis mereka. Pasar berkembang khususnya menawarkan potensi pertumbuhan yang besar karena tingginya permintaan akan berbagai produk dan jasa. Perusahaan yang beroperasi secara global juga dapat memanfaatkan keunggulan kompetitif dari berbagai lokasi, seperti akses ke bahan baku yang lebih murah atau tenaga kerja terampil. Globalisasi juga memungkinkan perusahaan untuk mencapai efisiensi operasional yang lebih tinggi. Mereka dapat mengoptimalkan biaya produksi dengan memilih lokasi yang paling menguntungkan, memanfaatkan perbedaan zona waktu untuk operasi 24/7, dan mencapai skala ekonomi yang lebih besar. Exposure terhadap pasar internasional juga mendorong inovasi melalui pertukaran ide dan praktik terbaik dari berbagai belahan dunia.

### **Tantangan Perbedaan Budaya dan Norma**

Meskipun menawarkan banyak peluang, pasar global juga menghadirkan tantangan signifikan, terutama dalam hal perbedaan budaya dan norma. Perusahaan harus mengatasi hambatan bahasa dan komunikasi, memahami preferensi konsumen yang beragam, dan menyesuaikan diri dengan praktik bisnis serta etika yang berbeda di setiap negara. Gaya manajemen yang efektif di satu negara mungkin tidak efektif atau bahkan kontraproduktif di negara lain. Dari sisi operasional, perusahaan menghadapi tantangan dalam menyesuaikan produk mereka dengan selera dan kebutuhan pasar lokal. Mereka juga harus mengelola tim yang terdiri dari berbagai latar belakang budaya dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi lokal yang berbeda-beda. Perbedaan standar kualitas antar negara juga menambah kompleksitas dalam operasi global.

### **Strategi Mengatasi Tantangan**

Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, perusahaan perlu mengembangkan strategi yang komprehensif. Hal ini dimulai dengan melakukan penelitian pasar yang mendalam untuk memahami karakteristik unik setiap pasar target. Pelatihan lintas budaya bagi karyawan menjadi krusial untuk memastikan komunikasi dan kolaborasi yang efektif dalam tim internasional. Banyak perusahaan juga memilih untuk menjalin kemitraan dengan mitra lokal yang memahami pasar setempat, serta mengadaptasi strategi pemasaran mereka sesuai dengan konteks budaya lokal. Keberhasilan dalam era globalisasi membutuhkan kombinasi antara pemahaman global dan sensitivitas lokal. Perusahaan perlu mengembangkan kemampuan untuk berpikir global namun bertindak lokal, mempertahankan standar global sambil menghormati keunikan lokal. Investasi dalam pengembangan kompetensi global dan pemahaman lintas budaya menjadi semakin penting dalam lingkungan bisnis yang semakin terkoneksi ini.

### **Tantangan Etika Bagi Perusahaan Lokal, Konflik Antara Keuntungan Maksimal dan Integritas, Kasus Eksploitasi Tenaga Kerja dan Dampak Lingkungan, Perbedaan Norma**

#### **dan Nilai Di Berbagai Negara.**

#### **➤ Tantangan Etika bagi Perusahaan Lokal**

Tantangan etika bagi perusahaan lokal umumnya terkait dengan kebutuhan untuk menyeimbangkan antara kepentingan bisnis dan tanggung jawab sosial. Salah satu tantangan utama adalah perbedaan budaya yang signifikan di berbagai negara. Setiap negara memiliki norma dan nilai yang berbeda, yang dapat mempengaruhi cara perusahaan menjalankan praktik bisnis. Misalnya, praktik yang dianggap etis di satu negara mungkin dianggap tidak

pantas di negara lain. Hal ini menciptakan kesulitan bagi perusahaan untuk menetapkan kebijakan etika yang konsisten. Selain itu, perusahaan sering kali menghadapi tekanan untuk mencapai keuntungan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, yang dapat mendorong mereka untuk mengabaikan prinsip-prinsip etika demi efisiensi atau profitabilitas jangka pendek. Tekanan ini sering kali berasal dari pemegang saham atau pasar yang menuntut hasil finansial yang cepat, sehingga perusahaan mungkin merasa terpaksa untuk mengambil jalan pintas yang tidak etis.

➤ **Konflik antara Keuntungan Maksimal dan Integritas**

Konflik antara keuntungan maksimal dan integritas merupakan dilema klasik dalam dunia bisnis. Perusahaan sering kali terjebak dalam situasi di mana mereka harus memilih antara mematuhi standar etika atau mengejar keuntungan finansial. Dalam banyak kasus, keputusan untuk mengorbankan integritas demi keuntungan dapat memiliki konsekuensi jangka panjang yang merugikan bagi reputasi perusahaan. Misalnya, perusahaan yang terlibat dalam praktik curang seperti penipuan atau penghindaran pajak mungkin mendapatkan keuntungan jangka pendek, tetapi pada akhirnya akan menghadapi sanksi hukum dan kerugian reputasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tekanan untuk mencapai keuntungan tinggi sangat kuat, mempertahankan integritas adalah kunci untuk keberlanjutan bisnis jangka panjang.

➤ **Kasus Eksploitasi Tenaga Kerja dan Dampak Lingkungan**

Kasus eksploitasi tenaga kerja sering terjadi dalam konteks globalisasi, terutama di industri-industri dengan biaya rendah seperti tekstil dan manufaktur. Perusahaan terkadang menggunakan penyedia jasa outsourcing yang tidak mematuhi hak-hak pekerja, seperti upah rendah, jam kerja yang panjang, dan kondisi kerja yang tidak aman. Praktik ini tidak hanya merugikan pekerja tetapi juga menciptakan ketidakadilan sosial di masyarakat tempat perusahaan beroperasi. Selain itu, dampak lingkungan dari praktik bisnis yang tidak bertanggung jawab juga menjadi perhatian serius. Banyak perusahaan mengabaikan regulasi lingkungan demi menekan biaya produksi, menyebabkan polusi dan kerusakan ekosistem. Tindakan seperti ini tidak hanya merugikan lingkungan tetapi juga dapat berdampak negatif pada kesehatan masyarakat dan kualitas hidup secara keseluruhan.

➤ **Perbedaan Norma dan Nilai di Berbagai Negara**

Perbedaan norma dan nilai di berbagai negara menjadi tantangan signifikan bagi perusahaan lokal dalam menerapkan standar etika bisnis. Setiap budaya memiliki pandangan tersendiri tentang apa yang dianggap sebagai perilaku etis atau tidak etis. Misalnya, praktik pemberian hadiah atau insentif kepada pejabat pemerintah mungkin dianggap sebagai korupsi di satu negara tetapi dipandang sebagai bagian dari hubungan bisnis yang baik di negara lain. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu beradaptasi dengan norma-norma lokal tanpa mengabaikan prinsip-prinsip etika dasar mereka. Untuk mengatasi tantangan ini, penting bagi perusahaan untuk melakukan penelitian mendalam tentang budaya dan praktik bisnis setempat serta melibatkan pemangku kepentingan lokal dalam pengembangan kebijakan etika mereka.

**Cara Perusahaan Lokal Dapat Membangun Reputasi Yang Kuat Dan Terpercaya Di Pasar Internasional**

➤ **Etika dalam Pemasaran Global**

Pentingnya etika dalam pemasaran global berhubungan dengan tanggung jawab perusahaan untuk menjalankan usaha berdasarkan prinsip moral yang diakui secara internasional. Menurut Crane dan Matten (2016), etika pemasaran mencakup keputusan moral yang berkaitan dengan produk, harga, distribusi, dan promosi. Di tingkat global, perusahaan menghadapi berbagai tuntutan etis yang dipengaruhi oleh budaya, norma sosial, dan peraturan di negara-negara yang berbeda. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang

etika pemasaran global sangat penting untuk merancang strategi yang tidak hanya sesuai dengan standar lokal tetapi juga memberikan nilai positif bagi komunitas global.

➤ **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Pemasaran Global**

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan komponen vital dalam membangun reputasi perusahaan yang berkelanjutan. Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa CSR mencakup kontribusi positif perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan. Dalam konteks pemasaran global, perusahaan yang melaksanakan CSR dapat memperoleh kepercayaan dari konsumen, memperbaiki citra merek, dan menurunkan risiko reputasi. Pemahaman yang mendalam tentang pelaksanaan CSR dalam strategi pemasaran global membuka peluang bagi perusahaan untuk memberikan kontribusi positif secara global, serta memperkuat posisi mereka dalam persaingan bisnis yang ketat.

➤ **Dampak Reputasi Perusahaan dalam Pemasaran Global**

Reputasi perusahaan memainkan peran penting dalam mempengaruhi preferensi konsumen serta keputusan pembelian di pasar global. Fombrun dan Van Riel (2007) menjelaskan bahwa reputasi adalah pandangan konsumen mengenai perilaku dan kinerja perusahaan. Dalam pemasaran global, reputasi membangun dasar kepercayaan lintas negara. Melalui pemahaman tentang dampak reputasi dalam konteks internasional, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang mempengaruhi reputasi perusahaan dalam pemasaran global serta bagaimana praktik etis dan tanggung jawab sosial dapat memperkuat reputasi.

➤ **Pengaruh Budaya dalam Etika Pemasaran Global**

Penelitian seperti yang dilakukan oleh Usunier (2011) menyoroti pentingnya budaya dalam membentuk etika pemasaran global. Budaya memiliki pengaruh besar terhadap cara pandang etis serta nilai-nilai yang dianggap penting oleh konsumen. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana perbedaan budaya antarnegara mempengaruhi pemahaman etika dalam pemasaran global. Dengan memahami kerangka etika yang muncul dari berbagai konteks budaya, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih sesuai dan diterima di pasar global yang beragam.

➤ **Inovasi dalam CSR untuk Membentuk Reputasi Positif**

Pendekatan kreatif terhadap CSR dapat menciptakan reputasi perusahaan yang lebih baik dalam pemasaran global. Ide ini didukung oleh penelitian Porter dan Kramer (2006) tentang konsep "nilai bersih" yang menekankan kontribusi positif perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan melalui aktivitas bisnis inti mereka. Studi ini akan menyelidiki cara perusahaan dapat mengintegrasikan inovasi dalam CSR untuk menghasilkan dampak positif yang lebih besar dan membangun reputasi yang solid di pasar global. Dengan memahami hubungan antara inovasi dalam CSR dan reputasi, penelitian ini berupaya memberikan wawasan strategis bagi perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan pemasaran global yang dinamis.

**Implikasi Jangka Panjang Dari Praktik Bisnis Yang Tidak Etis Bagi Perusahaan Lokal Dan Bagi Masyarakat Secara Keseluruhan**

Praktik bisnis yang tidak etis memiliki implikasi jangka panjang yang signifikan bagi perusahaan lokal dan masyarakat secara keseluruhan. Bagi perusahaan, dampak yang paling jelas adalah kehilangan reputasi. Ketika konsumen dan mitra bisnis kehilangan kepercayaan, penjualan dapat menurun, dan upaya untuk menarik pelanggan baru menjadi semakin sulit. Selain itu, perusahaan yang terlibat dalam praktik tidak etis sering menghadapi masalah hukum, seperti litigasi dan denda, yang dapat merugikan kesehatan finansial mereka secara keseluruhan.

Perusahaan yang memiliki reputasi buruk juga akan mengalami tantangan dalam merekrut dan mempertahankan karyawan. Karyawan lebih cenderung meninggalkan

perusahaan yang dianggap tidak etis, yang mengakibatkan biaya tambahan untuk pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. Ketidakmampuan untuk menarik bakat terbaik dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan perusahaan, mengalihkan fokus dari pengembangan produk dan layanan yang bermanfaat bagi pelanggan.

Dari perspektif masyarakat, praktik bisnis yang tidak etis dapat menyebabkan hilangnya kepercayaan publik terhadap institusi bisnis. Ketidakpuasan masyarakat dapat memicu ketidakstabilan sosial dan mengurangi partisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi. Selain itu, praktik yang tidak etis seperti eksploitasi tenaga kerja dan kerusakan lingkungan dapat memperburuk ketidakadilan sosial, memperdalam kesenjangan ekonomi, dan merugikan komunitas yang lebih rentan.

Dampak lingkungan dari praktik tidak etis juga tidak bisa diabaikan. Banyak perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab lingkungan demi keuntungan jangka pendek, menyebabkan kerusakan jangka panjang pada ekosistem. Ini tidak hanya memengaruhi kesehatan masyarakat tetapi juga memengaruhi ketersediaan sumber daya di masa depan.

Akhirnya, jika praktik bisnis yang tidak etis terus berlanjut, norma-norma negatif ini dapat memengaruhi generasi mendatang. Sikap dan perilaku yang terbentuk akibat praktik tidak etis akan membentuk cara pandang terhadap dunia bisnis, sehingga menciptakan siklus perilaku yang sulit diubah. Dengan demikian, praktik bisnis yang tidak etis tidak hanya merugikan perusahaan itu sendiri, tetapi juga membawa dampak luas yang berpengaruh pada masyarakat, ekonomi, dan lingkungan secara keseluruhan.

## **PENUTUP**

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun tantangan etika dalam bisnis internasional sangat kompleks, dengan pendekatan yang tepat dan komitmen terhadap nilai-nilai etika, perusahaan lokal dapat berhasil bersaing di pasar global sambil tetap menjaga integritas dan tanggung jawab sosial mereka. Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip etika bukan hanya merupakan kewajiban moral tetapi juga strategi penting untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang.

Namun peran pemerintah dalam menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif merupakan faktor krusial dalam mendorong praktik bisnis yang etis di Indonesia. Menurut penelitian Siswanto dan Kartika (2019) dalam *Jurnal Ilmu Administrasi Negara Universitas Indonesia*, efektivitas regulasi dan kebijakan pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan perusahaan dalam menjalankan praktik bisnis yang etis. Implementasi regulasi yang jelas dan terstruktur terbukti memberikan panduan yang memudahkan perusahaan dalam menjalankan operasional sesuai standar etika. Fungsi pengawasan pemerintah menjadi elemen vital dalam menjamin kepatuhan terhadap standar etika bisnis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- BandungBergerak.id. (2024). Wahai Pelaku Usaha, Jangan Abaikan Etika Bisnis.
- Hendra, H., & Ningrum, L. D. (2023). Pengaruh Globalisasi Terhadap Bisnis Internasional. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 696-707.
- Madyasari, Yulia Arlupi & Yuliani. (2023). *Tantangan Etika Dalam Bisnis Internasional Yang Penuh Persaingan Di Era Globalisasi*. *Al-Istihad : Jurnal Ekonomi*. Volume 15 Nomor 2.
- Mahanani, E., dkk. (2022). Pengantar Bisnis: Suatu Konsep Dan Strategi.
- Muslim, Moh. (2017). Urgensi Etika Bisnis Di Era Global. *Jurnal Manajemen Bisnis Institut Bisnis Nusantara*. Vol. 20 No. 2 / 2017
- Rakib, M., & Taan, H. (2022). Tantangan Etika Dalam Bisnis Internasional Yang Penuh Persaingan Di Era Globalisasi. *AL-IQTISHAD: Jurnal Ekonomi*, 15(2), 5767.

- Rukmini, D. (2018). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Etika Bisnis*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Suhairi, S., Safitri, D., Fauzan, M., & Musyafa, M. H. (2023). *Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Pemasaran Global: Membangun Reputasi Yang Berkelanjutan*. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2660-2664.
- Wibowo, A. (2015). *Kepemimpinan dan Etika Bisnis: Perspektif Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Erjani, Nabila Rizki. (2024). Peran dan Etika Tanggung Jawab Sosial dalam Bisnis Internasional. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*: 3(1), Hal 91-96.
- Hariyanto, Sigit., Amin Wahyudi. (2019). Digital Business Ethics the Role of Government Policy on Tiktok Shop Indonesia License Revocation. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*: 8(4), Hal 903-918.
- Madyasari, Arlupi Yulia., Yuliani. (2023). Tantangan Etika dalam Bisnis Internasional yang Penuh Persaingan di Era Globalisasi. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi*: 15(2), Hal 238-251.
- Muslim, Moh. (2017). Urgensi Etika Bisnis di Era Global. *ESENSI Jurnal Manajemen Bisnis*: 20(2), Hal 148-158.
- Sony. (2020). Pentingnya Melawan Pelanggaran Etika Bisnis di Era Digital. Universitas Gadjah Mada Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Suprpto, Yanda., dkk. (2023). Peran Etika, Keberlanjutan, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Internasional. *SEIKO: Journal of Management & Business*: 6(1), Hal 598-607.
- Wulandari, Siswi. (2015). Good Corporate Governance dalam Perspektif Etika Bisnis. *Journal Applied Business and Economics*: 1(3), Hal 184-199.