

A LITERATURE REVIEW ON IMMIGRANT BUSINESS SUSTAINABILITY

Yuniati Fransisca
Prodi Manajemen Universitas Nurtanio
Email : aleptav314@gmail.com

ABSTRACT

Immigrant entrepreneurship plays an important role in economy today. This paper aims to present a literature review on immigrant business. In doing so, several topics are addressed: the concept of entrepreneurs and immigrant businesses, the concept of business sustainability, integration of sustainability development into business understanding, examples of implementing business sustainability, and linking business sustainability to immigrant business. For this purpose, 12 articles published in academic journals and 2 business websites are examined based on their objectives and theoretical frameworks. There is a shortage in theory-building and qualitative studies in this field of knowledge. On the basis of the review, several gaps in the literature are identified that need to be filled in future research in order to enlarge the scientific knowledge on immigrant business. The research concludes that immigrant entrepreneurs and their business activities can be a source of entrepreneurial development, employment generation and future incitement for economic growth.

Keywords: immigrant; business; sustainability; literature review

ABSTRAK

Kewirausahaan imigran memegang peranan penting dalam ekonomi saat ini. Makalah ini bertujuan untuk menyajikan tinjauan pustaka tentang bisnis imigran. Dalam melakukan hal tersebut, dibahas beberapa tema: konsep wirausaha dan bisnis imigran, konsep keberlanjutan bisnis, integrasi pengembangan keberlanjutan ke dalam pemahaman bisnis, contoh penerapan keberlanjutan bisnis, dan kaitan keberlanjutan bisnis dengan bisnis imigran. Untuk tujuan ini, 12 artikel yang diterbitkan dalam jurnal akademik dan 2 situs web bisnis diperiksa berdasarkan tujuan dan kerangka teoritis mereka. Ada kekurangan dalam pembangunan teori dan studi kualitatif di bidang pengetahuan ini. Atas dasar kajian tersebut, teridentifikasi beberapa celah dalam literatur yang perlu diisi dalam penelitian selanjutnya guna memperbesar pengetahuan ilmiah tentang bisnis imigran. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengusaha imigran dan aktivitas bisnisnya dapat menjadi sumber pengembangan kewirausahaan, penciptaan lapangan kerja dan pendorong pertumbuhan ekonomi di masa depan.

Kata kunci: imigran; bisnis; keberlanjutan; Tinjauan Literatur

LATAR BELAKANG

Dari perspektif global, saat ini banyak orang berpindah secara permanen, migrasi internasional merupakan salah satu ciri dari

masyarakat terbuka modern (Kourtit dan Nijkamp 2011, 167; Massey et al. 1993; Simon 1999). Di seluruh dunia, pemukiman migran sebagian besar terkonsentrasi di

kawasan demografis tertentu yang menarik, khususnya pada wilayah aglomerasi metropolitan di negara maju (Waldinger 1989). Komunitas imigran berkembang di berbagai negara disebabkan beberapa alasan, misalnya karena negara-negara yang membutuhkan angkatan kerja untuk pembangunan regional, untuk mengisi kembali wilayah geografis, seperti kasus Australia dan Kanada (Froschauer 2001), populasi yang menua, seperti kasusnya negara-negara Eropa (Bos dan Von Weizsacker 1989; Lutz, O'Neill, dan Scherbov 2003) dan tingkat kesuburan yang lebih rendah di Uni Eropa (UE) dalam beberapa dekade terakhir. Akibatnya, komunitas imigran sebagian besar dilihat sebagai sumber revitalisasi ekonomi dan pembaruan sosial. Peningkatan pesat imigrasi internasional di negara-negara maju dan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan regional melahirkan banyak studi tentang imigran dan partisipasi mereka di pasar tenaga kerja, tidak hanya sebagai karyawan tetapi juga sebagai wirausahawan, yang menciptakan bisnis (Dana 1993; Head dan Ries 1998; Wong 2003; Wong dan Primecz 2011).

KONSEP PENGUSAHA DAN BISNIS IMIGRAN

Pada kajian literatur ini, secara umum konsep bisnis imigran yang akan dibahas adalah bisnis individu kelahiran asing dimulai dan dimiliki di luar negara asalnya. Bisnis imigran memiliki kontribusi yang cukup penting pada perekonomian suatu negara. Nel dan Abdullah (2017) mengungkapkan aktivitas bisnis milik imigran menghasilkan lapangan kerja dan merupakan pendorong pertumbuhan ekonomi (Nel & Abdullah, 2017). Penelitian menunjukkan kepemilikan bisnis memberikan kemajuan ekonomi bagi para imigran (Wang & Liu, 2015). Bisnis imigran memiliki pengaruh positif di negara tuan rumah. Skandalis dan Ghazzawi (2014) menemukan aktivitas kewirausahaan imigran berkontribusi pada kemajuan ekonomi dan mobilitas sosial beberapa imigran di negara tuan rumah baru mereka. Pemilik bisnis imigran adalah individu kelahiran asing yang mendirikan dan menjalankan bisnis di luar negara asalnya (Nel & Abdullah, 2017). Sama seperti kewirausahaan, definisi kewirausahaan imigran bervariasi. Tengeh et al. (2011), menggambarkan kewirausahaan imigran sebagai kegiatan bisnis, yang dilakukan oleh imigran di

negara tuan rumah baik dengan bantuan jaringan sosial atau melalui inisiatif individu.

Chaganti et al., (2000) membuat perbedaan pengusaha migran menjadi tiga kelompok:

- i. Pengusaha imigran (*immigrant entrepreneurs*); Pengusaha imigran adalah individu yang, sebagai pendatang baru di sebuah negara, memulai bisnis sebagai alat untuk bertahan hidup secara ekonomi (Butler et al., 1997);
- ii. Pengusaha migran (*migrant entrepreneurs*); pengusaha migran dipersatukan oleh serangkaian hubungan sosial budaya dan pola interaksi reguler di antara orang-orang yang berbagi latar belakang kebangsaan atau pengalaman migrasi yang sama (Waldinger et al, 1990);
- iii. Pengusaha minoritas (*minority entrepreneurs*); pengusaha minoritas adalah pemilik bisnis yang bukan dari populasi mayoritas (US Department of Commerce, 1997). Tengeh et al., (2011) meringkas konsep dan definisi pengusaha imigran seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Pengusaha Imigran: Konsep dan Definisi.

<i>Concept</i>	<i>Definition</i>
<i>Immigrant Entrepreneur</i>	<i>Any newly immigrated person who establishes a business in the host country to sustain himself or herself.</i>
<i>Ethnic Entrepreneur</i>	<i>Someone who establishes a business with the assistance of a social network and particularly people from his or her ethnic or social background</i>
<i>Minority Entrepreneur</i>	<i>Anyone who establishes a business and is not member of one of the majority ethnic groups in the population of the country in which he or she resides.</i>

Sumber: Tengeh, et al. (2011)

Mengacu kepada Tengeh et al., dapat disimpulkan bahwa istilah 'pengusaha imigran', 'pengusaha minoritas', dan 'pengusaha etnis', merujuk pada pengusaha asing yang melakukan kegiatan kewirausahaan di negara tuan rumah mereka.

Meskipun secara luas diakui bahwa para imigran memiliki potensi besar untuk berkontribusi secara positif pada pembangunan sosial ekonomi negara tuan rumah mereka (Turton & Herrington, 2012), kemampuan mereka untuk melakukannya jarang dimaksimalkan,

karena kebijakan diskriminatif dan defisiensi struktural. Terlepas dari penilaian ini, dapat dikatakan bahwa bisnis milik imigran memberikan kontribusi berikut pada ekonomi negara tuan rumah mereka (Oliveira, 2008): mereka berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, mengubah tata ruang kota, sekaligus merevitalisasi distrik kota yang ditinggalkan dan pasar lokal. Para pengusaha imigran juga turut memasok produk dan layanan baru dengan harga bersaing dan dalam beberapa kasus, bahkan menciptakan pasar baru, seperti kuliner atau *fashion* etnis. Selain itu, mereka menciptakan lapangan kerja untuk diri mereka sendiri dan orang lain, berkontribusi untuk memerangi pengucilan sosial dan meningkatkan standar hidup kelompok yang kurang beruntung di masyarakat tuan rumah, serta mereka memiliki potensi untuk menyediakan cara tidak langsung untuk menghindari banyaknya kesulitan yang akan dihadapi saat mencoba memasuki pasar tenaga kerja, seperti pengangguran, kesulitan bahasa, diskriminasi, dan masalah terkait pengakuan kualifikasi. Hal tersebut adalah berbagai cara yang menunjukkan bahwa para imigran yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan dapat berkontribusi pada pembangunan negara tuan rumah mereka.

KONSEP KEBERLANGSUNGAN BISNIS (*BUSINESS SUSTAINABILITY*)

Studi terbaru (mis., Jain, Jain, & Rezaee, 2016; Kiron et al., 2015; Ng & Rezaee, 2015) mengklasifikasikan kinerja keberlanjutan menjadi dua komponen: (1) kinerja keberlanjutan ekonomi keuangan, yang berfokus pada pencapaian jangka panjang kinerja keuangan untuk menciptakan nilai pemegang saham, dan (2) kinerja keberlanjutan CSR (*Corporate Social Responsibility*) / ESG (*environmental, social, governance*) non-keuangan dalam melindungi kepentingan pemangku kepentingan non-pemegang saham.

Keberlanjutan bisnis dapat dijelaskan sebagai proses pengelolaan organisasi dengan mempertimbangkan tiga aspek yang berbeda melalui ekonomi, sosial dan lingkungan. Meskipun selama dua dekade terakhir, kesadaran tentang pembangunan berkelanjutan dalam organisasi bisnis telah meningkat, namun ada keraguan dan ambiguitas tentang bagaimana mencapainya. Hart dan Milstein (2003) mengusulkan kerangka penciptaan nilai berkelanjutan berdasarkan gagasan bahwa bisnis dapat menciptakan nilai bagi pemegang saham dengan mengatasi tantangan keberlanjutan.

Dyllick dan Muff (2016) dalam Papenbroock & Österberg (2017) mendefinisikan ruang lingkup keberlanjutan bisnis (*business sustainability*) bergeser dari bisnis seperti biasa, yaitu tanpa mengkombinasikan strategi keberlanjutan dalam bisnis, ke keberlanjutan bisnis. Ada tiga konsep yang dapat ditemukan dalam rangkaian keberlanjutan bisnis (*Business Sustainability*): Keberlanjutan Bisnis 1.0, Keberlanjutan Bisnis 2.0, dan Keberlanjutan Bisnis 3.0. Tabel 2 memberikan gambaran umum tentang rentang Keberlanjutan Bisnis.

Tabel 2: Perbedaan Tipologi dalam Keberlangsungan Bisnis (Dyllick and Muff, 2016)

Business Sustainability Typology	Concerns (What?)	Values created (What for)	Organizational Perspective (How)
Business-as-usual	Economic concerns ↓	Shareholder value	Inside-out
Business Sustainability 1.0	Three-dimensional Concerns	Redefined shareholder Value ↓	Inside-out
Business Sustainability 2.0	Three-dimensional Concerns	Triple bottom line	Inside-out ↓
Business Sustainability 3.0	Starting with sustainability challenges	Creating value for the common good	Outside-in
The key shifts involved:	1 st shift: broadening the business concern	2 nd shift: expanding the value created	3 rd shift: changing the perspective

Sumber: Papenbroock & Österberg (P. 8, 2017)
Keberlanjutan Bisnis 1.0 dijelaskan sebagai "*Refined Shareholder Value Management*"

(Dyllick dan Muff 2016, p.156). Pengelolaan nilai perusahaan bagi pemegang saham merupakan tanggung jawab *Chief Marketing Officer* (CMO) perusahaan. Untuk memotivasi CMO, mereka diberikan ekuitas, yang dapat dijelaskan sebagai salah satu cara untuk menghindari konflik antara CMO dan kepentingan perusahaan (Minchung et al. 2016). Business Sustainability 1.0, dengan kata lain, hanya berfokus pada kepentingan pemegang saham atas pengembalian investasi tanpa fokus pada keberlanjutan sosial atau lingkungan.

Keberlanjutan Bisnis 2.0 mengacu pada "Mengelola *Triple Bottom Line*" (Dyllick dan Muff 2016, p.156). Menurut Elkington (2004) yang merupakan salah satu pencetus *Triple Bottom Line*, konsep tersebut terbentuk karena kesadaran bahwa keberlanjutan sosial dan ekonomi harus difokuskan dalam penyatuan dengan kelestarian lingkungan. Ini adalah sesuatu yang telah diperhatikan oleh Brundtland *Report* pada tahun 1987 sebelum pengembangan *Triple Bottom Line* (Elkington, 2004).

Dyllick dan Muff (2016) menggambarkan *Business Sustainability* 3.0 sebagai pendekatan keberlanjutan dimana perusahaan tidak hanya bertujuan untuk

meminimalkan dampak negatif dari aktivitas bisnisnya. Saat menggunakan pendekatan *Business Sustainability* 3.0, bisnis juga memperoleh pemahaman tentang cara menciptakan dampak positif pada area yang penting bagi masyarakat dan planet ini. Perusahaan yang menerapkan *Business Sustainability* 3.0 mengubah tantangan keberlanjutan yang dihadapinya di lingkungannya menjadi peluang bisnis. Dengan melakukan itu, perusahaan *Business Sustainability* 3.0 menciptakan nilai untuk kebaikan bersama di lingkungannya. Selain itu, dibandingkan dengan dua tingkat Keberlanjutan Bisnis lainnya, tingkat 3.0 mengambil perspektif organisasi di luar, yang berarti bahwa bisnis tidak hanya berfokus pada bisnis itu sendiri, tetapi juga pada masyarakat dan tantangan keberlanjutannya (Dyllick dan Muff, 2016) . Keberlanjutan Bisnis 3.0 juga disebut sebagai "keberlanjutan yang sesungguhnya".

Keberlanjutan bisnis adalah konsep yang relatif baru, yang didefinisikan sebagai “mengejar strategi pertumbuhan bisnis dengan mengalokasikan sumber daya keuangan atau sejenisnya dari perusahaan untuk praktik ESG (*environmental, social, and governance*)” (Tonello & Singer, 2015: 1), yang pada dasarnya adalah proses fokus

pada pencapaian kelima dimensi EGSEE (*economic, government, social, ethical, and environment*) dari kinerja keberlanjutan (Brockett & Rezaee, 2012; Rezaee, 2015). Dalam konteks ini, keberlanjutan berfokus pada aktivitas yang menghasilkan kinerja keberlanjutan ekonomi keuangan dan kinerja keberlanjutan ESG non-keuangan dengan memaksimalkan efektivitas tata kelola perusahaan dan peluang bisnis serta meminimalkan bahaya lingkungan dan sosial, dan, yang terpenting, mengamankan keberhasilan jangka panjang dalam menciptakan nilai bagi para pemangku kepentingan. Kiron et al., (2015) menyebutkan bahwa keberlanjutan bisnis bergerak menjauh dari upaya terisolasi dan oportunistik dengan fokus utama pada CSR dan menuju pendekatan yang lebih terintegrasi, holistik, dan strategis yang mencakup semua dimensi kinerja keberlanjutan dan melibatkan beragam pemangku kepentingan.

INTEGRASI PENGEMBANGAN KEBERLANJUTAN KE DALAM PEMAHAMAN BISNIS

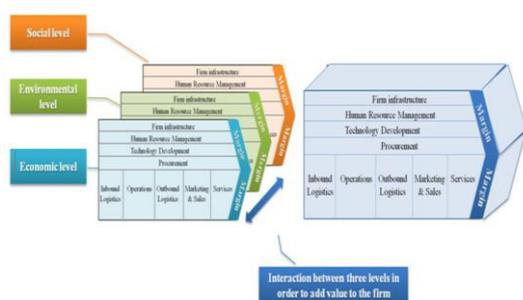
Elkington (1997) menyatakan bahwa agar bisnis menjadi berkelanjutan, perlu untuk mempertimbangkan tiga pilar keberlanjutan (pilar ekonomi, lingkungan dan sosial), dan menempatkannya pada tingkat kepentingan

yang sama, yang selanjutnya hubungan antar pilar tersebut perlu dipahami. Untuk menimbulkan interaksi positif antara pilar, Savitz & Weber (2006, 2007) merekomendasikan bahwa perusahaan harus menemukan *sweet spot*, mencari peluang yang dapat bermanfaat tidak hanya untuk kinerja keuangan mereka, tetapi juga untuk kinerja sosial dan lingkungan. Istilah keberlanjutan, yang berasal dari bahasa Latin "*sustinere*", yang dapat berarti memelihara, mendukung, atau bertahan. Berkaitan dengan konteks pembangunan, Brundtland Commission of the United Nations menyebutkan bahwa pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan generasi masa kini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhinya sendiri (WCED, 1987).

Saat ini, bisnis besar harus berjuang dengan pengelolaan operasi dan sumber daya menggunakan cara yang tidak mengorbankan kondisi keuangan, sosial, dan lingkungan ekologisnya di masa depan. Logika keberlanjutan yang dominan adalah ketika organisasi mengajukan pertanyaan "Bagaimana kita menemukan solusi agar bisnis yang dijalankan memiliki dampak terhadap orang-orang, planet, sekaligus memberikan keuntungan bagi kita ?", dan

mengembangkan strategi yang menjawab pertanyaan itu. Salah satu cara untuk menciptakan sinergi antara ketiga P (*people, planet, profit*) tersebut adalah melalui pemikiran yang terintegrasi. Pemikiran terintegrasi dijelaskan sebagai "pertimbangan aktif oleh organisasi tentang hubungan antara berbagai unit operasi dan fungsional dan modal yang digunakan oleh organisasi. Pemikiran terintegrasi, jika sepenuhnya dianut secara internal oleh organisasi, dapat mengarah pada pengambilan keputusan dan tindakan terintegrasi yang dapat menciptakan nilai jangka pendek, menengah dan panjang.

Salah satu cara untuk membingkai aktivitas suatu organisasi adalah menggunakan rantai nilai Porter, yang menganggap nilai perusahaan diperoleh melalui aktivitas utamanya (*inbound logistic*, operasi, logistik keluar, pemasaran dan penjualan serta layanan); dan kegiatan pendukung (akuisisi, pengembangan teknologi, pengelolaan sumber daya manusia dan infrastruktur) (Porter & Millar, 1985). Model ini dapat membantu menggambarkan keberlanjutan (*sustainability*) dalam konteks bisnis (Lozano, 2012).



Sumber: Morioka & de Carvalho (P. 516, 2017)

Gambar 1 menunjukkan bahwa nilai marjinal dihasilkan dari komposisi pengaruh sosial, lingkungan dan ekonomi, dikarenakan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan utama dan penunjang dapat berdampak pada ketiga pilar keberlanjutan. Tantangan bagi perusahaan adalah untuk memahami pengaruh proses bisnis terhadap lingkungan dan masyarakat (termasuk berbagai pemangku kepentingan, seperti masyarakat, karyawan, organisasi nirlaba, pemerintah, dll.) dan menggunakan pemahaman tersebut untuk menambah nilai bisnis. Misalnya, perusahaan dapat menginvestasikan sumber daya keuangan dan manusia untuk menginovasi produk dan prosesnya untuk meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku guna meningkatkan produknya, meningkatkan citra perusahaannya dan, pada saat yang sama juga mengurangi dampak negatif bagi lingkungan serta memperbaiki kondisi kerja (Jiménez & Lorente, 2001). Dengan demikian, nilai organisasi sebagai hasil dari kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial

(Gambar 1) ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mengolah interaksi antara pilar keberlanjutan.

CONTOH PENERAPAN KEBERLANJUTAN BISNIS

Tata Motors, sebuah perusahaan otomotif terbesar India memiliki cara dalam menciptakan nilai bagi kehidupan karyawan serta masyarakat. Para pemangku kepentingan memiliki fokus yang serius pada keberlanjutan perusahaan yang telah meningkatkan reputasi bisnis mereka. Keberlanjutan diposisikan lebih penting dari sekedar mengelola media sosial pemasaran, sebab satu langkah buruk dapat merusak reputasi suatu perusahaan, dan bahkan sedikit penurunan pada nilai merek akan meningkatkan biaya untuk memperbaikinya. Melalui website Tata Motors Limited (TML), perusahaan percaya bahwa keberlanjutan adalah bagian integral dari manajemen strategis dan perencanaan perusahaan, oleh karena itu faktor lingkungan dan sosial menjadi bagian dalam identifikasi material dan prioritas KPI. Dewan perusahaan juga membentuk komite dengan bidang yang ditugaskan secara khusus untuk fokus secara efektif pada strategi yang mengarah pada integrasi masalah keberlanjutan ke dalam bisnis inti. Sejalan dengan kebijakan

Keberlanjutan Grup Tata, Tata Motors Limited, berkomitmen untuk mengintegrasikan prinsip lingkungan, sosial dan etika dalam bisnisnya. Kebijakan tersebut memandu perusahaan dalam menetapkan tata kelola keberlanjutan yang bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi, tujuan, dan target keberlanjutan serta mengidentifikasi masalah material yang relevan. Selain kebijakan Keberlanjutan, perusahaan memiliki “*Tata Code of Conduct*” yang digunakan sebagai prinsip panduan keseluruhan. TML memiliki sebelas kebijakan yang selaras dengan tiga pilar keberlanjutan (*economic, social, environmental*), yaitu *climate change policy; environmental procurement policy; environmental policy; safety and health policy; human rights policy; affirmative action policy; quality policy; energy policy; sexual harassment avoidance and redressal policy; CSR policy; dan water policy.*

Kompetensi perusahaan dalam membentuk citra merek dan meraih peluang pasar saat ini tidak hanya melalui filantropi atau amal tetapi melalui aktivitas yang terintegrasi dengan kompetensi intinya, bisnis dapat membuat dampak yang signifikan. Pemisahan kemakmuran ekonomi dari kerusakan lingkungan dan sosial perlu

dilakukan ketika menilai kompetensi perusahaan dalam membentuk citra dan peluang pasar yang juga didukung komitmen organisasi untuk pengembangan berkelanjutan. Adam Smith (1776) dalam *The Wealth of Nations* menyebutkan “*It is not from the benevolence of the butcher, the brewer, or the baker that we expect our dinner, but from their regard to their own interest*”.

Keberlanjutan saat ini mungkin bukan pilihan untuk bisnis tetapi suatu keharusan karena persaingan pasar. Beberapa tantangan penting muncul dalam pengimplementasian keberlanjutan bisnis perusahaan. Tantangan tersebut dipetakan sebagai berikut: apakah organisasi bisnis menerima keberlanjutan sebagai salah satu faktor penentu keberhasilan, apakah manajer dilatih untuk menerapkan prinsip penentu keberlanjutan, serta apakah manajemen puncak berkomitmen untuk menerapkan prinsip keberlanjutan bisnis.

KAITAN BUSINESS SUSTAINABILITY DENGAN BISNIS IMIGRAN

Di beberapa negara pengusaha berjuang untuk bertahan dari resesi ekonomi yang dimulai pada tahun 2008. Kewirausahaan muncul sebagai alternatif jalan keluar dari pengangguran dan ketidakpuasan dengan

pasar tenaga kerja di negara tuan rumah. Kerugian sosial telah mendorong mereka menjadi pengusaha. Membuat dokumentasi yang baik terhadap imigran yang berwirausaha sangat penting dilakukan untuk mengetahui kinerja usaha yang mereka dirikan (Irastorza & Peña, 2014; Irastorza, 2010, dalam Yeasmin, 2016). Dalam mendirikan bisnis, para imigran merekrut diri mereka sendiri sebagai pekerja di pasar tenaga kerja. Kewirausahaan berpotensi menjadi alternatif yang lebih baik daripada pekerjaan berstatus rendah dengan upah rendah, yang merupakan satu-satunya pilihan lain yang tersedia bagi imigran, contohnya di Lapland, Finlandia. (Yeasmin, 2012, dalam Yeasmin, 2016). Menurut temuan penelitian terbaru, imigran lebih cenderung menjadi wirausaha daripada penduduk asli (Irastorza & Peña, 2014, dalam Yeasmin, 2016). Kewirausahaan imigran di Finlandia berbeda dalam banyak hal dengan kewirausahaan di negara-negara Eropa lainnya di mana imigran memiliki sejarah yang lebih panjang. Sebelum tahun 2000-an, komunitas imigran Finlandia tidak cukup besar untuk mendirikan bisnis, karena bisnis pada saat itu didasarkan pada pola konsumsi kelompok etnis tertentu atau pada imigran dari wilayah geografis

tertentu yang akan mendukung permintaan produk seperti makanan etnis dan barang konsumsi. Tidak mudah bagi pengusaha imigran untuk bersaing dengan penduduk asli Finlandia dalam mendirikan bisnis. Sebagian besar perusahaan imigran di Finlandia pada umumnya maupun di Lapland, mulai usaha kecil, besar hingga sedang, didasarkan pada budaya makanan negara asal imigran, (Petäjämäa, 2013, dalam Yeasmin, 2016).

Kewirausahaan imigran memiliki nilai potensial untuk pertumbuhan ekonomi di sebuah negara. Imigran memperkenalkan ide-ide baru dari seluruh dunia serta warisan budaya dan pemikiran yang beragam, yang semuanya dapat menjadi elemen penting dalam menciptakan produk baru, pasar terbuka, dan peluang kerja sekaligus merangsang inovasi teknologi (Marczak, 2013). Menurut teori budaya kewirausahaan, para imigran ingin merepresentasikan budaya mereka melalui bisnis mereka di negara tuan rumah. Menurut laporan OECD dari tahun 2010, “budaya memainkan peran besar dalam menentukan keputusan seseorang untuk memulai bisnis baru. Ini dapat mempengaruhi penghindaran risiko dan kemampuan untuk mempercayai orang lain, yang menjadi pertimbangan penting untuk

memulai aktivitas kewirausahaan ”(OECD, 2010, dalam Yeasmin, 2016). Meskipun pengaruh atribut individu terhadap keputusan imigran untuk memulai perusahaan belum diuji secara empiris, beberapa peneliti telah mengamati bahwa mereka tampaknya mendirikan bisnis hanya untuk mengikuti anggota lain dari kelompok etnis mereka yang menjalankan bisnis dengan sukses di negara tuan rumah (Ford & Richardson, 1994; Irastorza & Peña, 2014; dalam Yeasmin, 2016).

"Kewirausahaan berkelanjutan" adalah konsep multidimensi yang melampaui perlindungan lingkungan hingga pembangunan ekonomi dan keadilan sosial (Gladwin, Kennelly & Krause, 1995). Mempromosikan keberlanjutan kewirausahaan berarti mengenali dan menerapkan analisis kewirausahaan yang mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan masa hidup bisnis imigran, yang merupakan sumber pertumbuhan ekonomi positif di sebuah negara. Lebih khusus lagi, kewirausahaan berkelanjutan berarti mengelola bisnis tradisional dengan kesinambungan yang sukses. Yeasmin (2016) berpendapat bahwa aktivitas kewirausahaan hanya dapat dianggap berkelanjutan setelah direncanakan untuk jangka panjang dengan tujuan memperoleh

keuntungan ekonomi. Beberapa imigran di Lapland Finlandia harus menutup bisnis mereka segera setelah didirikan, yang menimbulkan dampak yang tidak diinginkan pada perekonomian daerah. Kegagalan bisnis semacam itu telah mendorong para imigran untuk pindah ke bagian selatan negara itu untuk mencari peluang kerja yang lebih baik, sebuah tren yang berdampak merugikan pada masyarakat di Lapland.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan keberlanjutan, reputasi dan kepercayaan pemangku kepentingan merupakan tiga hal yang saling berkaitan yang menjadi indikator penentu keberhasilan masa depan bisnis. Secara keseluruhan, meskipun kesadaran tentang keberlanjutan bisnis telah meningkat di antara para pemangku kepentingan, namun sebagian besar organisasi bisnis tidak memiliki banyak detail tentang bagaimana organisasi mereka berencana untuk mengadopsi strategi bisnis yang berkelanjutan - selain berinvestasi dalam kegiatan CSR, khususnya kegiatan filantropi dalam di sektor 'pendidikan' atau 'kesehatan'.

Namun, peningkatan kesadaran tentunya merupakan langkah awal yang baik karena

dunia bisnis tidak dapat mengalami transformasi besar dalam semalam. Selain terobosan inovasi, langkah bertahap pun merupakan sebuah tanda perubahan yang positif. Hal ini memerlukan kepercayaan yang lebih besar dari pemerintah dan masyarakat terhadap niat bisnis, integrasi etos keberlanjutan dalam pendidikan dan pelatihan manajemen, sehingga keberlanjutan tidak hanya diukur berdasarkan indikator kinerja keuangan. Kolaborasi antara bisnis, pemerintah dan akademisi serta perubahan sistematis melalui kemauan politik, niat publik dan yang terpenting komitmen manajemen puncak merupakan hal yang saat ini dibutuhkan untuk memfasilitasi keberlanjutan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Adendorf, C. & Halkias, D. (2014). Leveraging Ethnic Entrepreneurship, Culture And Family Dynamics To Enhance Good Governance And Sustainability In The Immigrant Family Business. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 19, No. 2. <https://doi.org/10.1142/S1084946714500083>.
- Aliaga-Isla, R., & Rialp, A. (2013). Systematic Review Of Immigrant Entrepreneurship Literature: Previous Findings And Ways Forward. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.845694>.
- Mahajan, R. & Bose, M. (2018). Business Sustainability: Exploring the Meaning and Significance. *IMI Konnect*, Vol. 7, No. 2. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/333078727_Business_Sustainability_Exploring_the_Meaning_and_Significance
- Morioka, S. M., & de Carvalho, M. M. (2017). Discussing Sustainability In Business Context And In Performance Disclosures: Analysis Of Brazilian Case Studies. *Gest. Prod., São Carlos*, Vol. 24, No. 3. <http://dx.doi.org/10.1590/0104-530X2665-16>.
- Nel, P., & Abdullah, M. (2015). An Exploratory Study Of Immigrant Entrepreneurs In Malaysia Regarding

- Their Business Success And Prospects In The Small Retail Business Sector. *Asia Pacific Journal of Business and Management*, 2015, Volume 6(1/2). Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/147469653.pdf>
- Papenbroock, W., & Österberg, E. (2017). The Implementation of Business Sustainability 3.0 in a New Venture: A Single Case Study Through the Lens of the Actor-Network Theory. (Master Thesis, Linköping University, Sweden). Retrieved from <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1109611&dswid=-7687>
- Sahin, M., Nijkamp, P., & Baycan-Levent, T. (2006). Migrant Entrepreneurship from the Perspective of Cultural Diversity. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/4874517>
- Sundararajan, M., & Sundararajan, B. (2015). Immigrant Capital and Entrepreneurial Opportunities. *Entrepreneurial Business and Economic Review*. Vol. 3, No. 3. <https://doi.org/10.15678/EBER.2015.030303>.
- Tengeh, R.K.; Ballard, H.; Slabbert, A. (2011) A framework for acquiring the Resources vital for the start-up of a business in South Africa: An African immigrant's perspective. *European Journal of Social Sciences – Volume 23, Number 3*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/236672579_A_Framework_for_Acquiring_the_Resources_Vital_for_the_Start-up_of_a_Business_in_South_Africa_an_African_Immigrant's_Perspective/link/0c960518d63f9ee5ee000000/download
- Tengeh, R. K., & Nkem, L. (2017). Sustaining Immigrant Entrepreneurship in South Africa: The Role of Informal Financial Associations. *Sustainability* 2017, 9, 1396. <https://doi.org/10.3390/su9081396>
- Waobikeze, H.O. (2018). Sustainability Strategies for Immigrant Small Business Owners. (Doctorel Dissertation, Walden University, Minneapolis, Minnesota). Retrieved from <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/8250/>
- Yeasmin, N. (2016). The Determinants of Sustainable Entrepreneurship of

Immigrants in Lapland: An Analysis of Theoretical Factors. *Entrepreneurial Business and Economic Review*. Vol. 4, No. 1. <https://doi.org/10.15678/EBER.2016.040109>.

Websites

Tata Motors. (2016). *Future Ready*. Retrieved from <https://www.tatamotors.com/wp-content/uploads/2015/10/06100728/tml-sustainability-report-2016-17.pdf>

The business logic for sustainability. Retrieved from <https://www.inceconnect.co.za/article/the-business-logic-for-sustainability>